

IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL EN RUTA'SAMARIA  
S.A.S. QUE PERMITA LA CONSECUCCIÓN DE NUEVOS CLIENTES POTENCIALES

LUZ AMPARO VILLARRUEL RAMIREZ

CODIGO 2015126026

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTA MARTA D.T.C.H

2019

IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL EN RUTA'SAMARIA  
S.A.S. QUE PERMITA LA CONSECUCCIÓN DE NUEVOS CLIENTES POTENCIALES

LUZ AMPARO VILLARRUEL RAMIREZ

CODIGO 2015126026

LENIS RIOS GAMARRA

TUTORA

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTA MARTA D.T.C.H

2019

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad del Magdalena para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales.

---

JURADO

---

JURADO

Santa Marta D.T.C.H – JULIO DE 2019.

## Contenido

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	6
<b>2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA</b>	7
<b>2.1 Aspectos legales, económicos y organizacionales</b>	7
2.1.1 Razón social	7
2.1.2 Conceptualización acerca de lo que es la organización en el contexto local, regional y nacional	7
2.1.3 Fuerza de trabajo	8
2.1.4 Principios y valores	8
2.1.5 Estructura organizacional	9
<b>2.2. Filosofía Institucional</b>	10
2.2.1. Misión	10
2.2.2 Visión	10
2.2.3 Políticas	10
<b>3. INFORMACIÓN DEL TRABAJO REALIZADO</b>	11
3.1. Descripción del área de trabajo	11
3.2 Descripción de las actividades asignadas	11
<b>4. AUTOEVALUACIÓN</b>	12
4.1 Ausencia de saberes:	12
4.2 Logros alcanzados:	12
4.3 Reconocimientos obtenidos:	12
4.4 Análisis crítico de su experiencia en la práctica:	13
<b>5. CONCLUSIONES</b>	14
<b>6. RECOMENDACIONES GENERALES</b>	14
<b>7. PROPUESTA</b>	15
7.1 Nombre de la propuesta	15
7.2 Diagnóstico	15
7.2.1 Metodología utilizada para la realización del diagnóstico	15
7.2.2 Técnicas e instrumentos	15
7.2.3. Problemáticas encontradas	15
7.3. Planteamiento o identificación del problema	16

7.4	Justificación de la elección .....	16
7.5	Objetivos .....	17
	Objetivo General: .....	17
	Objetivos Específicos:.....	17
7.6	Referentes Teóricos .....	17
7.7	Propuesta.....	20
7.8	Plan de acción.....	34
7.9.	Actividades realizadas.....	38
8.	Resultados obtenidos.....	52
9.	CONCLUSIÓN.....	55
10.	BIBLIOGRAFÍA.....	56
11.	ANEXOS.....	57

## 1. INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se plantea la estructuración e implementación de un plan de marketing digital en la agencia de viajes operadora RUTA'Samaria S.A.S., con miras a captar nuevos clientes potenciales, ya sean turistas nacionales o internacionales en atención al aprovechamiento de las zonas turísticas que conforman la Región Caribe, el Eje Cafetero y las ciudades de Bucaramanga, Bogotá y la Sierra de la Macarena, en atención a destacar la gastronomía, cultura, infraestructura y las reservas naturales constituidas por la flora y fauna características de estas.

Pues a través de la utilización de los canales de comunicación online se puede expandir a otros mercados, dado que en la actualidad impulsa la prestación de servicios de turismo, lo cual permite dar a conocer a la agencia operadora de servicios turísticos sus productos de paquetes turísticos, tours, alojamiento y traslados.

Esto con la finalidad de satisfacer las necesidades turísticas solicitadas de cada una de las personas interesadas en la adquisición de dichos servicios y lograr el reconocimiento de esta agencia de viajes por su buena calidad y calidez en la prestación del servicio.

En razón de suprimir los altos costos que trae consigo el marketing tradicional (radio, televisión, entre otros), dado que el marketing digital permite la interacción directa con los clientes, generando así el posicionamiento del servicio ofertado, la disminución de costos y la identificación de estrategias que fortalezcan la atención brindada, por lo que permite medir, controlar y reestructurar los procesos que no cumplan con los objetivos establecidos en el plan de marketing digital.

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

### **2.1 Aspectos legales, económicos y organizacionales**

#### **2.1.1 Razón social**

RUTA'Samaria es una agencia de viajes operadora que fue constituida en el año 2012 como una empresa unipersonal (RUTA'Samaria E.U), posteriormente en el año 2018 se constituyó bajo una sociedad por acciones simplificadas (RUTA'Samaria S.A.S.).

#### **2.1.2 Conceptualización acerca de lo que es la organización en el contexto local, regional y nacional**

RUTA'Samaria S.A.S. es una agencia de viajes operadora en Santa Marta que nació para satisfacer y acomodarse a las necesidades en el área turística y empresarial.

Ofrece servicios de turismo personalizado a sus clientes de acuerdo al número de personas, edad, sexo, lugar, tipo de turismo y fecha en los diferentes centros turísticos de Colombia.

Los servicios ofrecidos por RUTA'Samaria S.A.S. son:

- Paquetes turísticos
- Tours
- Alojamientos
- Traslados

RUTA'Samaria S.A.S. es una empresa comprometida con el desarrollo turístico y hotelero de la región del Magdalena, está en constante contacto con sus aliados comerciales (hoteles, agencias de viajes, agencias operadoras, transportadores y guías) en las diferentes ciudades del país. Además, está encaminado a prestar un servicio con la más alta calidad y calidez posible.

### **2.1.3 Fuerza de trabajo**

RUTA'Samaria S.A.S. cuenta con dos trabajadores que tienen un nivel de estudio profesional con las competencias y conocimientos del sector turístico, bilingües, que están en constante actualización sobre temas referentes al turismo.

### **2.1.4 Principios y valores**

Los principios corporativos de RUTA'Samaria S.A.S. son:

- Confidencialidad: Entendemos la responsabilidad que recae sobre la empresa al tener acceso a la información de personas naturales o jurídicas.

- Ética profesional: Es fundamental las buenas prácticas empresariales y valorar tanto a nuestros clientes como a aliados.

- Responsabilidad ambiental y sostenibilidad: Todas nuestras actividades están fundamentadas en el buen uso de los recursos promoviendo la reducción del impacto ambiental.

Los valores corporativos de RUTA'Samaria S.A.S. son:

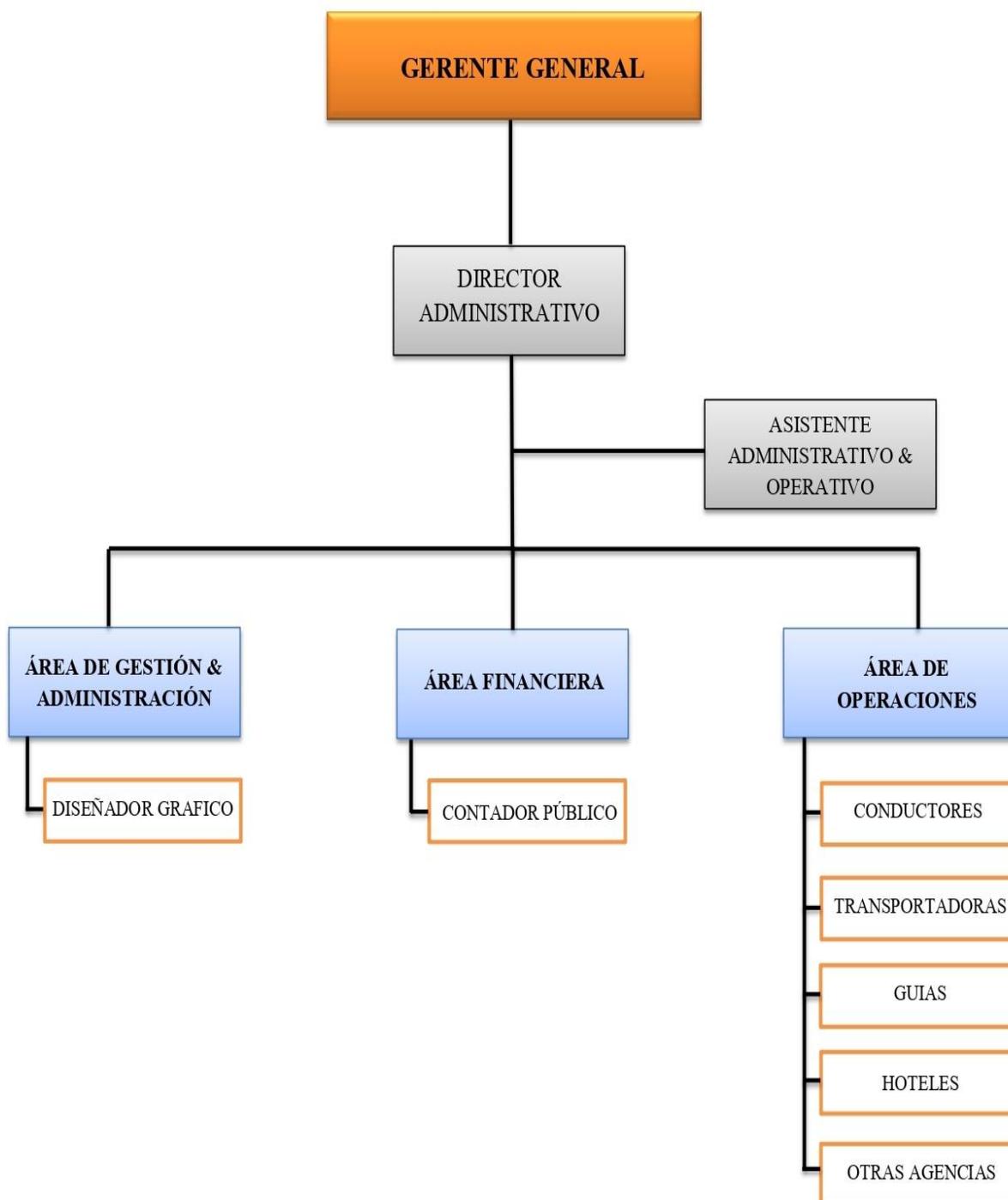
- Compromiso con nuestra empresa y con la calidad de nuestros servicios.

- Respeto por la diversidad, por los recursos que son patrimonio humano, hacia las personas que nos brindan su apoyo y a quienes nos impulsan a ser mejor.

- Coherencia y autoconocimiento para proyectar una imagen adecuada de lo que somos.

- Innovación en cada proceso garantizando servicios actualizados y adaptados a las necesidades del turismo.

## 2.1.5 Estructura organizacional



ORGANIGRAMA DE RUTA'SAMARIA S.A.S. Fuente: Elaboración propia.

## **2.2. Filosofía Institucional**

### **2.2.1. Misión**

RUTA'Samaria S.A.S. es una agencia operadora de turismo en Santa Marta, con cobertura a nivel nacional, que brinda un servicio profesional en destinos turísticos, alojamiento y traslados de manera oportuna, con calidad y calidez buscando imprimir nuevas y mejores experiencias a nuestros clientes.

### **2.2.2 Visión**

RUTA'Samaria S.A.S. en el 2030 será el líder de operadores de turismo en la región Caribe Colombiana en la oferta de destinos turísticos, alojamiento y traslados, desarrollándonos de manera progresiva y aplicando las nuevas tendencias tecnológicas, con calidez y un excelente servicio.

### **2.2.3 Políticas**

- La organización es fundamental en el desarrollo de las actividades de la empresa.

- Brindamos un servicio personalizado, oportuno y monitoreado en cada etapa de su desarrollo.

- RUTA'Samaria S.A.S. se compromete a contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual contra niños y niñas adolescentes en cumplimiento de la ley 679 de 2001, ley 1336 de 2009, resolución 3840 de 2009 y ley 1801 de 2016.

- Responsables con la protección del medio ambiente y el buen uso de los recursos.

- Respetamos la propiedad intelectual de nuestros aliados para diseñar nuestras estrategias comerciales.

- Nos acogemos al manual de calidad en la prestación de servicios turístico acorde con la resolución 3860 de 2015 y la resolución 1236 de 2017, a través de la práctica del turismo sostenible y la promoción del buen uso de los recursos.

- Hacemos uso responsable de la información recolectada de nuestros clientes y aliados.

- Gestión del tiempo en nuestras labores diarias, para entregar servicios turísticos oportunos.

### **3. INFORMACIÓN DEL TRABAJO REALIZADO**

#### **3.1. Descripción del área de trabajo**

Es el encargado de recibir las solicitudes de servicios por parte de los clientes, realizar costeos y cotizaciones, desarrollar estrategias de marketing acordes a las diferentes necesidades de la empresa, coordinar con proveedores y dar apoyo a los objetivos de la empresa.

#### **3.2 Descripción de las actividades asignadas**

- Gestión y organización de proveedores y clientes: Búsqueda de nuevos aliados estratégicos que vayan de la mano con las políticas de RUTA'SAMARIA S.A.S., creación de bases de datos de proveedores y clientes. Entablar relaciones con los aliados estratégicos, comunicación por vía email, Whatsapp y llamadas con los clientes y proveedores en donde se realiza una negociación con mutuo beneficio, concluyendo con una consecución de venta final al cliente.

- Apoyo en el diseño e implementación de estrategias de marketing: Análisis del mercado (sector turismo y de la empresa), descripción del cliente, análisis de mercados potenciales, creación de estrategias coherentes con el estado de la empresa e implementación de plan de acción, evaluación y control de las actividades realizadas.

- Coordinación de los sub-procesos administrativos: Solicitudes de los clientes, realización de costeos, cotizaciones y órdenes de servicios. Apoyar en la estandarización de los procesos de la empresa.

- Costeo de tours y paquetes turísticos: Asistencia en la modificación de las plantillas de costeo de la empresa, apoyo en el diseño y creación de paquetes turísticos en la empresa.

#### **4. AUTOEVALUACIÓN**

##### **4.1 Ausencia de saberes:**

Manejo de Visual Basic, Access y Excel Avanzado.

##### **4.2 Logros alcanzados:**

- Consecución de la primera venta online a través del Sitio Web de RUTA'Samaria S.A.S.

- Actualización y adicción a la base de datos de hoteles y agencias, cuenta con más de 200 hoteles y de 125 agencias.

- Creación de una base de datos de los historiales de tarifas de clientes y transportadores

- Implementación de un mensaje post-venta que incentiva al cliente a evaluar y calificar a través de Tripadvisor el servicio ofrecido por RUTA'Samaria S.A.S.

##### **4.3 Reconocimientos obtenidos:**

- Aprobación del curso online todos unidos contra el ESCNNA (Explotación sexual contra niños, niñas y adolescentes) en viajes y turismo promovido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

- Aprobación del programa Empresario Digital del eje temático Comercio Electrónico que consta de 12 cursos, promovido por el Ministerio de tecnologías de la información y de las comunicaciones (MinTIC)

- Avistadora aficionada de aves en capacitación de avistamiento de aves realizada por Birdwatching Explorers.

- Participación en el Training Turístico de Cruceros presentado por Aquila Center For Cruise Center para mejorar la calidad del servicio turístico a cruceros promovido por la Gobernación del Magdalena.

- Participación en el II Encuentro de la Cadena Turística del Caribe Colombiano– 2019 “Turismo Inteligente con Futuro para todos” organizada por la Asociación Hotelera y Turístico de Colombia (COTELCO) Capitulo Magdalena.

- Participación en la Rueda de Negocios del Caribe organizada por Anato Caribe donde se tuvo la oportunidad de ofrecer el portafolio de servicios de RUTA’Samaria S.A.S. a 11 agencias de viajes del caribe (mayoristas y minoristas).

- Participación en la capacitación especializada de formación del talento humano en entornos virtuales gratuitos organizada por la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO) a través de su Centro de Transformación Digital Empresarial (CTDE CARIBE).

#### **4.4 Análisis crítico de su experiencia en la práctica:**

RUTA’Samaria S.A.S cuenta con un agradable ambiente laboral en el cual se puede desarrollar las diferentes funciones asignadas, pues éstas permiten que el practicante adquiera mayor conocimiento y mejore sus capacidades. Realizan un seguimiento semanal para ver si los objetivos organizacionales se están cumpliendo, el jefe encargado está constantemente acompañando al practicante en todos sus procesos.

Permite que el personal se capacite y que el practicante ejecute sus conocimientos adquiridos. Están abiertos a escuchar propuestas que le ayuden al

crecimiento de la agencia de viajes operadora, cuentan con los equipos para que el practicante realice sus funciones sin ninguna dificultad.

Son puntuales en sus horarios laborales, el practicante siempre tiene tareas para realizar, en ningún momento queda sin hacer nada. Incluyen al practicante en las reuniones con proveedores y clientes además de respetar los tiempos de descanso de esta.

## **5. CONCLUSIONES**

De lo anterior se concluye que fue una gratificante experiencia que contribuyó al desarrollo profesional de la practicante pues en esta instancia se estuvo en constante actualización en razón a los diferentes componentes que hacen parte del sector turismo, fortaleciendo los conocimientos previos adquiridos en la universidad.

Así mismo, los encargados de la agencia de viajes operadora permiten que el practicante se desenvuelva en un agradable ambiente de trabajo que impulsa fortalecer el sentido de responsabilidad pues delegaban funciones importantes relacionadas con las actividades laborales que se cumplían a diario; además de impulsar positivamente la participación en la proposición e implementación de estrategias, opiniones e ideas.

## **6. RECOMENDACIONES GENERALES**

- Adquirir un tablero acrílico que contribuya a organizar las actividades que integran el plan de acción de marketing digital.
- Continuar con la organización y actualización de las diferentes bases de datos.
- Organizar el mapa de procesos de RUTA'Samaria S.A.S., para así agilizar las funciones a cumplir.
- Continuar con el seguimiento de las redes sociales y el sitio web en pro de mantenerlo optimizado para que así logre cumplir los objetivos establecidos.

## **7. PROPUESTA**

### **7.1 Nombre de la propuesta**

Implementación de un plan de marketing digital en RUTA'Samaria S.A.S. que permita la consecución de nuevos clientes potenciales.

### **7.2 Diagnóstico**

#### **7.2.1 Metodología utilizada para la realización del diagnóstico**

En el presente informe de prácticas se utilizó la metodología de trabajo de campo como método de investigación para la identificación de la problemática a realizar, puesto que por medio de esta se puede obtener de forma directa los datos de la investigación.

#### **7.2.2 Técnicas e instrumentos**

Instrumento: observación

Es una técnica del trabajo de campo que consiste en ver y percibir los hechos que se desean estudiar y las circunstancias en las que se dan estos. Mediante esta técnica de investigación implementada se busca obtener información para la identificación de las problemáticas y puntos a mejorar de RUTA'Samaria S.A.S.

#### **7.2.3. Problemáticas encontradas**

Según el análisis y observación de la situación, las problemáticas halladas en RUTA'Samaria S.A.S. fueron:

- Procesos demasiados largos que hacen que las funciones de los trabajadores se realicen lentamente
- Información distribuida de forma esporádica en distintas bases de datos que hacen difícil su búsqueda

- Ausencia de planeación y organización en la utilización de los canales de comunicación online lo cual genera que no realicen activaciones con una secuencia establecida y en algunos casos se presente el olvido de estos

### **7.3. Planteamiento o identificación del problema**

RUTA'Samaria S.A.S. no cuenta con un plan de marketing digital el cual le permita realizar un correcto proceso de comunicación online puesto que no realizan activaciones con una secuencia establecida y en algunos casos se presente el olvido de estos.

### **7.4 Justificación de la elección**

RUTA'Samaria S.A.S., cuenta con un perfil en las redes sociales de Twitter, Facebook e Instagram, su Sitio Web y un perfil en Tripadvisor, los cuales no utiliza de forma estratégica como canal de comunicación con sus clientes así mismo sus perfiles en redes sociales están en desuso, del mismo modo no utiliza su perfil de Tripadvisor como un medio por donde visualicen la calidad de los servicios ofrecidos por la agencia.

La agencia de viajes operadora no cuentan con una persona encargada de manejar los diferentes canales de comunicación online ni con un plan de marketing digital que permita el aprovechamiento de estos. Es decir, no hay una persona involucrada en las publicaciones, creación de estrategias y contenido, encargada de responder a todos los mensajes de potenciales clientes y dar información relevante a sus seguidores. Puesto que se considera que su uso no debe ser premeditado.

Los diferentes canales de comunicación online son nuevos canales de distribución que pone al cliente a disposición de las empresas, permite proveer mayor información, mejora la conversación y fidelización con los clientes.

Por medio de estos canales se puede expandir el mercado y así llegar a nuevos clientes potenciales, además de que intensifica el poder de venta y vuelve más productiva a la agencia de viajes operadora.

Se podrá lograr la correcta utilización de los canales de comunicación online desarrollando un plan de marketing digital donde se contenga los objetivos y planificación de estrategias y acciones de marketing digital a desarrollar y teniendo un control que permita la medición de los resultados de estos.

## **7.5 Objetivos**

### **Objetivo General:**

- Diseñar e implementar un plan de marketing digital que permita la consecución de clientes potenciales.

### **Objetivos Específicos:**

- Elaborar la creación de un calendario de eventos.
- Planificar y materializar un plan de contenido, el cual constituirá la ruta de publicación en las redes sociales.
- Crear un presupuesto para los canales de comunicación online escogidos para la realización del plan de marketing.

## **7.6 Referentes Teóricos**

Hablar sobre el marketing es hacer referencia a una serie de herramientas concebidas bajo los pilares de influenciar en los mercados y la economía que hoy moviliza el mundo, convirtiéndose en un enlace de ideas de negocios con clientes, distribuidores, canales, bienes, servicios, estrategias y publicidad.

Por lo que el objetivo del marketing, es actuar en el mercado y hacia el mercado, es decir, es un contexto dinámico formado por empresas con sus productos por un lado, y consumidores con sus deseos y capacidad de compra, por el otro (Sánchez & Jimenez, 2001), que conlleva a la interrelación activa de bienes y servicios en atención a las necesidades del ser humano.

Que además impulsa a analizar variables sobre la introducción de un producto, en lo referente, que quienes quieran participar de dicho sistema económico a través de preguntas determinen, el qué, para qué, por qué y cuánto de la prestación de su servicio o la venta de sus bienes, pues la apertura de mercados se ve influenciada por la necesidad instantánea que aparece, su satisfacción además de la coordinación de un paquete de herramientas que contribuyan a obtener el posicionamiento en dicho segmento del mercado.

Lo cual hace que el marketing sea concebido en una amplia gama de definiciones, pero todas con la finalidad de generar herramientas y técnicas que promuevan una interrelación entre empresario, necesidad y consumidor, tal como lo plantea Ediciones Díaz de Santos S.A., en su obra “el marketing y su utilidad en la pequeña empresa”, al definir al marketing en cuatro conceptos básicos, de la manera siguiente:

Primero:

El origen y el propósito último de toda empresa son sus clientes finales.

Segundo:

Todas las políticas y actividades de la empresa deben orientarse a la satisfacción de las necesidades, deseos y expectativas de sus clientes.

Tercero:

Los objetivos de la empresa deben centrarse en volúmenes de ventas rentables, y no en lograr solo los niveles más altos de ventas.

Cuarto:

Salvo casos muy específicos y excepcionales, todas las actividades de la empresa deben orientarse al desarrollo de mercados estables y crecientes, capaces de generar rentabilidad a largo plazo.

(1991 , pág. 32)

Por lo cual se organiza como una plataforma estratégica con la generación de posicionamiento, fidelización y satisfacción de necesidades además de la solidificación de objetivos empresariales.

Complementado lo anterior con la ramificación del marketing digital en razón del carácter progresivo del mercado y de la sociedad, dado que este ha sido pensado como el conjunto de estrategias de mercadeo que ocurren en la web (en el mundo online) y que buscan algún tipo de conversión por parte del usuario (Selman, 2017).

Por cuanto, estamos en un mundo vertiginoso, en el que la revolución tecnológica ya es pasado, debiendo mirar hacia adelante para entender cómo estos cambios no solo darán múltiples y nuevas oportunidades de negocio, sino que obligarán a las grandes compañías a reentender el mundo que tenemos por delante, no ya pensando a 10 ni a 5 años; sino pensando en función del ciclo de regeneración del conocimiento en los consumidores y los ciclos de vida de los productos y servicios (Zuccherino, 2016).

Pues ninguno de los sectores empresariales se encuentra exceptuado de la implementación de las redes sociales y uso de las TIC'S en sus estrategias de marketing, pues el marketing digital ya ha tomado una relevancia al integrarse a estas, en virtud de conseguir dichos objetivos empresariales, y lo cual ha sido estudiado por Manuel Rey Moreno, en su libro Marketing Turístico: fundamentos y dirección, al exponer que:

A través del profesional del marketing que debe preocuparse por gestionar un proceso que permita comprender su realidad competitiva y las verdades necesarias de sus clientes para de acuerdo con ellas, diseñar productos que le proporcionen de forma continuada un valor superior que la competencia, lo que requiere fijar precios adecuados, así como contribuir y comunicar sus usos y utilidades de forma eficaz. (2018, pág. 23)

Lo cual se exhibe a través de un planteamiento de marketing, es decir, posterior a realizar la evaluación del contexto social, cultural y el nivel de posicionamiento de la empresa, se pasa a implementar estrategias que fortalezcan las debilidades encontradas, teniendo en cuenta la cadena de valor implementada; pues la tecnología permite conectar no solo territorios y empresas con personas sino también éstas entre sí ya que los consumidores se organizan en comunidades virtuales (pools, webs y hubs) (Moreno, 2018).

Por ende, el marketing digital y el planteamiento del mismo contribuyen a fortalecer las herramientas implementadas en las empresas para la atracción de clientes, satisfacción de necesidades y posicionamiento de la misma además de tener de primera mano la posibilidad de comunicarse con los consumidores finales para determinar estrategias de mejoramiento y ofrecer bienes o servicios conforme al mercado seleccionado, permitiendo proyectar hacia el futuro estrategias más sólidas y crecimiento empresarial.

## **7.7 Propuesta**

El presente informe de prácticas propone implementar un plan de marketing digital en el cual quede plasmado las objetivos, estrategias y técnicas a utilizar durante los meses de mayo a diciembre en RUTA'Samaria S.A.S. que permita la consecución de nuevos clientes potenciales.

Para realizar un plan de marketing digital previamente se debe hacer un análisis de la situación interna y externa de la empresa. Dentro del análisis interno se evaluará la situación digital de la misma, en el externo se deberá analizar el mercado y la competencia; con toda la información obtenida se plasmará en una DOFA donde se pondrá en evidencia las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas para la agencia de viajes operadora.

Posteriormente se deberá establecer los objetivos que a los 8 meses deberá alcanzar el plan de marketing digital teniendo en cuenta que estos deberán estar en concordancia con los objetivos estratégicos de la empresa por lo que deberán ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales, dado que se escogerán las estrategias y tácticas adecuadas para lograr cumplir los objetivos planteados, por lo cual la creación de un plan de acción será la ruta para que el plan de marketing digital se realice correctamente y se cumpla en los tiempos establecidos.

El control y medición del plan de marketing digital, permitirá la reestructuración de las estrategias y tácticas en caso de que no cumplan los resultados esperados puesto que este es flexible y es posibles realizar cambios, además, de adecuaciones.

Al haber finalizado el diseño del plan de marketing digital se buscará su implementación, realizando así cada una de las actividades asignadas en las fechas determinadas. Por lo cual la realización del plan de marketing digital es esencial para su implementación, así que se desarrolló su diseño:

## **Plan de Marketing Digital de RUTA'Samaria S.A.S.**

### **Análisis interno, externo y DAFO**

#### **- Análisis interno:**

Se realizó el análisis de la situación interna digital de RUTA'Samaria S.A.S.:

#### **Sitio Web**

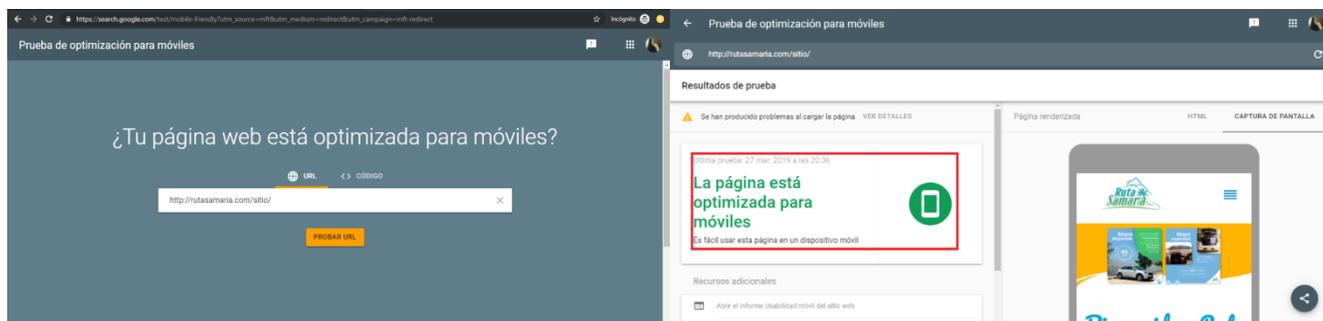
RUTA'Samaria S.A.S. dio inicio a su sitio web en el año 2014, el diseño y desarrollo del sitio web fue realizado por Arte Dinámico.

Se revisó el sitio web detalle a detalle y se encontró que presenta problemas en su filtro de página web de *alojamientos a tu medida*, las opciones que aparecen no coinciden con el sitio elegido. Además, que en la página web de *paquetes turísticos* cuando se aplica el filtro de Bucaramanga y Cundinamarca direcciona a un error, teniendo en cuenta que los paquetes son uniones de varios destinos que buscan generar una experiencia, no aplica tener un filtro por ciudad en la página web de paquetes.

El sitio web cuenta con una opción de testimonios de los clientes en las que se presentan dos publicaciones del año 2016. Cuenta con una sección de noticias y consejos en las cuales hay cuatro publicaciones de las cuales dos publicaciones son la inserción de una noticia de los sitios web El Mundo y El País. La empresa no está generando su propio contenido de noticias y consejos, ha descuidado la importancia de los comentarios de los clientes, sus historias, sus vivencias en sus destinos y anécdotas con el servicio.

Un requerimiento básico para los sitios web es contar con un sitio optimizado para móviles, la mayoría de personas en el mundo llevan un Smartphone con el cual se

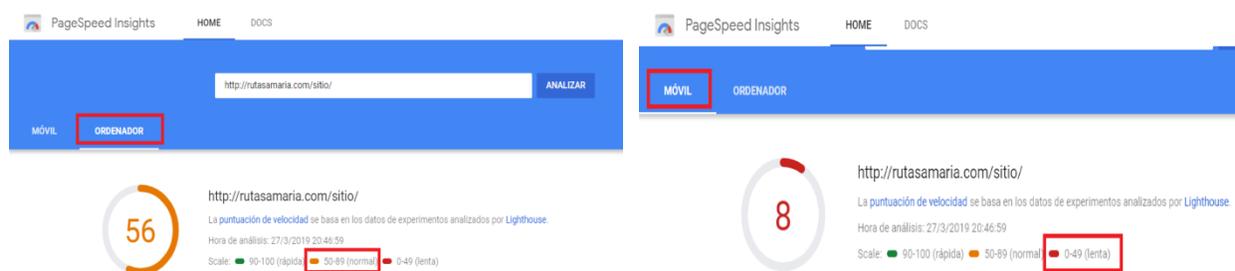
comunican y buscan información. Por esto, se realizó la prueba de optimización para móviles en la herramienta gratuita de Google Mobile-Friendly Test:



PRUEBA DE OPTIMIZACIÓN. Fuente: Google Mobile-Friendly, 27 de marzo de 2019

El cual arrojó como resultado que el sitio web se encuentra optimizado para celulares es decir es fácil de usar en Smartphone lo que indica que tiene mayor probabilidad de que un cliente pueda acceder a sus servicios.

La rapidez en las que se carga el contenido de la primera página del sitio web es necesario para estar en el top del buscador de Google, por esto se realizó la prueba de la velocidad en la herramienta gratuita de PageSpeed Insights que permite evaluar cuanto tiempo le lleva al navegador recibir el primer byte de información del servidor web en todos los dispositivos (ordenador y móvil). PageSpeed Insight califica a una página web de 0-49 como lenta, de 50-89 como normal y de 90-100 como rápida.



PRUEBA DE VELOCIDAD. Fuente: PageSpeed Insights, 27 de marzo de 2019

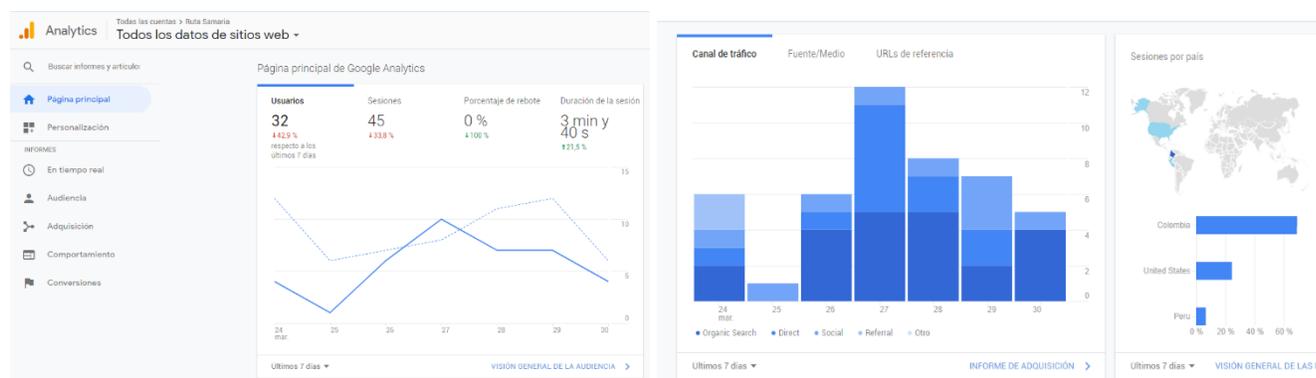
La cual arrojó la puntuación de velocidad de la página web desde un ordenador es de 56 (Normal), en cambió su puntuación abriéndose desde un móvil de 8 (Lento). La página web en el ordenador tiene una latencia de entrada de 10 ms, pero desde un móvil tarda 430 ms. El tiempo que se toma la página web para que esté interactiva en

el ordenador es de 3,2s y en el móvil 14,1s. Se puede apreciar que a pesar que el sitio web de RUTA'Samaria S.A.S. está optimizado para teléfonos móviles la rapidez con la que se carga primera página web del sitio web es lenta.

El día 27 de marzo se realizó la búsqueda de las siguientes frases en el buscador de Google: *tour operador en Santa Marta, tours desde Santa Marta, paquetes turísticos desde Santa Marta, turismo en Santa Marta, movilizaciones privadas desde Santa Marta*. Se tomaron cinco frases teniendo como base en la actividad comercial de la empresa (tour operador), el mercado local (Santa Marta) y a los servicios que ofrece RUTA'Samaria S.A.S. (Tours, paquetes, movilizaciones) exceptuando el de alojamiento por ser un servicio con alta competencia.

No se encontró referenciado el sitio de RUTA'Samaria S.A.S. en cinco primeras páginas de búsqueda de estas frases, se encontró que el posicionamiento web del sitio en los buscadores es bajo para el tiempo que tiene la página (5 años).

La analítica web es esencial para analizar, entender y optimizar el sitio web, ver que decisiones son acertadas ya sea para una campaña de marketing implementada u otros tipos de estrategia de SEO. El 31 de marzo se utilizó la herramienta de Google Analytics para evaluar el rendimiento el sitio web lo que nos dio como resultado:



ANALISIS DEL SITIO WEB. Fuente: Google Analytics, 31 de marzo de 2019

En los últimos 7 días del mes de marzo 32 usuarios visitaron nuestro sitio web y su duración de la sesión fue en promedio de 3 minutos y 40 segundos. También se encontró que el canal de tráfico en su mayoría provenía de búsqueda orgánica y las sesiones por país fue del 70% para Colombia y un 30% para Estados Unidos. En el

mes de marzo en total 132 usuarios visitaron el sitio web de estos accedieron un 66.7% desde su ordenador y un 33.3% desde su móvil.

A pesar de que el sitio web esta optimizado para celulares y que esté no tenga la velocidad de visualización de la primera página optimizada para móviles hasta el momento no tiene repercusiones en el usuario puesto que en su mayoría acceden al sitio web por medio de un ordenador.

## Redes sociales:

### Facebook Fan Page

RUTA'Samaria S.A.S. creó su fan page el 20 de diciembre de 2016. No actualiza su portada desde el 3 de noviembre de 2018. A 114 personas le gusta el fan page y 117 personas lo siguen. Tiene 5 publicaciones de videos que realizó en los años 2017 y 2018. Ha realizado más de 50 publicaciones en los últimos 3 años. El tiempo de respuesta a los mensajes de sus seguidores es de 48 horas (2 días), es decir la agencia de viajes operadora responde al usuario al menos en de 2 días, aunque en algunos casos se tarda más tiempo en dar respuesta.



ANÁLISIS DEL FACEBOOK FAN PAGE. Fuente: Metricool, 20 de marzo de 2019

Se evaluó las estadísticas de los últimos 30 días en Metricool el 20 de marzo la Facebook Fan Page de RUTA'Samaria se aprecia que se realizaron dos publicaciones en un lapso de tiempo de un mes (18 de enero al 20 de marzo de 2019), estas publicaciones lograron llegar a 107 personas y 7 interacciones de las cuales se obtuvieron dos nuevos seguidores. La mayoría de personas que siguen el Facebook Fan Page son de Colombia siendo estos principalmente de Santa Marta y Medellín.

Además, se identifica que el número de mujeres que siguen el perfil de RUTA'SAMARIA es mayor que el número de hombres y se identifica que las personas que siguen la Fan Page están en un rango de 35-44 años.

ANALISIS DE ANUNCIOS DE FACEBOOK. Fuente: Facebook Insight, 20 de marzo de 2019

Facebook Insight nos indica que en los dos *Facebook ads* (anuncios de Facebook) implementados en su Facebook Fan Page solo generó un impacto en personas de Santa Marta (Magdalena) pero no llevaron a que se generara una solicitud de información, intercambio de datos con un nuevo potencial cliente o compra del servicio.

Se concluye que el número de publicaciones de Facebook Fan Page no son constantes y significativas. No hay una persona encargada para manejar este canal de comunicación online. Las publicaciones no logran los resultados esperados y las campañas de Facebook Ads se realizan sin una previa organización.

### Perfil de Instagram:

RUTA'Samaria S.A.S cuenta con 3.233 seguidores y sigue a 6.747 personas. Tiene 157 publicaciones en total. Siendo su primera publicación el 5 de abril de 2014.

Se evaluó las estadísticas de los últimos 30 días en Metricool el 20 de marzo del perfil de Instagram de RUTA'SAMARA S.A.S. se aprecia que se realizaron tres publicaciones en un lapso de tiempo de un mes (18 de enero al 20 de marzo de 2019), estas publicaciones lograron llegar a 898 personas y 136 interacciones de las cuales no se obtuvo ningún nuevo seguidor. El número de clic en el perfil de Instagram es de 2

clics. La mayoría de personas que siguen el perfil son de Colombia siendo estos principalmente de Santa Marta y Medellín. Además, se identifica que en este perfil el número de hombres que siguen el perfil de RUTA'SAMARIA es mayor que el número de mujeres y se identifica que las personas que siguen el perfil están en un rango de edad 25-34 años.

Se concluye que el número de seguidores de RUTA'Samaria S.A.S. en el perfil de Instagram a pesar de ser significativo no son clientes potenciales de la empresa debido a que su obtención pudo haber sido por una práctica común en Instagram que es el *sígueme y te sigo*. Además, la agencia de viajes no tiene a una persona encargada de manejarlo, por lo que esto provoca que tenga poca respuesta a la interacción de los usuarios.

### Hashtags:

Los hashtags son un recurso importante en Instagram que ayuda a promover las publicaciones debido a que agrupa contenidos similares de diferentes usuarios que han sido subidos a Instagram, por tal razón se analizó los hashtags de los últimos 10 posts (desde el ultimo post realizado el 19 de marzo de 2019 hasta el post 9 de enero de 2019) utilizados en el perfil de Instagram de RUTA'SAMARIA S.A.S.

Post/Publicación	No. De Hashtag
19/03/2019	8
3/03/2019	3
23/02/2019	8
26/02/2019	5
23/02/2019	8
26/01/2019	5
23/01/2019	4
16/01/2019	4
14/01/2019	12
9/01/2019	13
<b>Promedio</b>	7

Fuente: Elaboración propia

Se encontró que en los últimos 10 posts aparecen 61 hashtags en total incluyendo repeticiones de un mismo hashtag, en promedio se incluyen 7 hashtag por cada post. RUTA'SAMARIA presenta 26 hashtags establecidos en los últimos 10 posts de los cuales el hashtag #Colombia se destaca como el hashtag con mayor número de apariciones con un 11%, siendo #Semanasanta, #Playa, #Cuidadperdida, #Viaje, #Bucear, #Caribe, #Playa, #Medioambiente, #Salud, #News, #Amanecer, #Viajar, #Newyear los hashtags que menor número de apariciones presentan con un 2% cada uno.

	HASHTAG	No. de apariciones	%
1	#Tourism	4	7%
2	#Holiday	4	7%
3	#Business	4	7%
4	#Colombia	7	11%
5	#Relax	4	7%
6	#Rutasamaria	6	10%
7	#Trip	4	7%
8	#Santa Marta	4	7%
9	#SemanaSanta	1	2%
10	#Vacaciones	3	5%
11	#Playa	1	2%
12	#CiudadPerdida	1	2%
13	#Travel	2	3%
14	#Viaje	1	2%
15	#Bucear	1	2%
16	#Caribe	1	2%
17	#Playa	1	2%
18	#Noticias	2	3%
19	#MedioAmbiente	1	2%
20	#Salud	1	2%
21	#News	1	2%
22	#Amanecer	1	2%
23	#Viajar	1	2%
24	#Enjoy	2	3%
25	#Plan	2	3%
26	#NewYear	1	2%
	<b>Total</b>	61	100%

Fuente: Elaboración propia

Se concluye que RUTA'Samaria S.A.S no continua con una secuencia, tener 26 hashtags en 10 post de los cuales 13 hashtags solo se incluyeron una vez en un post cada uno puede ser contra productor debido a que no se predeterminan los hashtags y no se hace un previo análisis de estos.

## **- Análisis externo**

### **Análisis del mercado**

Al hacerse referencia al sector del turismo en el mundo, se tiene que este constituye como un pilar para la economía de los países, pues fomenta que propios y extranjeros se desplacen a los lugares con mayor atractivo turístico y los cuales les ofrezcan diversidad de actividades para realizar. Además de conocer la infraestructura, cultura y tradición de estos.

Tanto así que la Organización Mundial de Turismo (2019) señaló que: El aumento considerable de turistas internacionales para los próximos 20 años generará un impacto en el PIB Mundial de 9% pues dicho sector promueve entre 1 de cada 11 empleos, además de producir exportaciones en un 6%.

Por lo que Colombia al ser un país con paradisíacas islas para visitar, posición geográfica estacada, ríos y playas reconocidas internacionalmente, distritos turísticos, culturales e histórico, museos que destacan la riqueza de los pueblos indígenas antes de la conquista, calles coloridas y una exquisita gastronomía ha generado un impacto positivo en el sector del turismo pues alcanzó los 4.2 millones de visitantes no residentes para el año 2018 (Resultados para el turismo, 2018).

Dicha suma de 4.2 millones de visitantes se distribuyen de la siguiente forma: 3.1 millones corresponden a extranjeros no residentes; 790 son colombianos residentes en el exterior que visitan el país y 380 corresponden a pasajeros de cruceros internacionales.

Lo cual hace que Colombia pase por un buen momento en el sector de turismo pues se ha generado un dinámico comportamiento en este sector pues el tráfico aéreo nacional e internacional ha crecido un 6% (Resultados para el turismo, 2018); logrando

además un crecimiento frente a países de la región y así mismo se ha convertido en el tercer país receptor de mayor crecimiento después de República Dominicana y Brasil (Informe Global Amadeus – Primer semestre de 2019).

Se ha generado una imagen favorable del país a nivel internacional pues comparado con años anteriores ha logrado un posicionamiento entre los países de la región, Estados Unidos y Europa (España); lo cual se debe a los lugares por conocer y por la imagen que Colombia en estos momentos proyecta en el exterior.

### **Competencia**

Se realizó el análisis de la situación interna digital de las agencias de viajes operadoras que se asemejan a RUTA'Samaria las cuales son: Oro Verde y Go Colombia y también se analizó a otros competidores como: Magic Tour.

Se encontró que las tres agencias se encuentran cada una innovando sus procesos de comunicación a través de los canales online, saben la importancia que este tiene para la interacción con el cliente. Es posible que estas agencias ya tengan un plan de marketing digital o una estrategia de marketing encaminada a aprovechar los canales de comunicación online.

#### **- Go Colombia Nature & Travel**

Viajes Go Colombia SM S.A.S. es una agencia de viajes operadora que cuenta con un sitio web el cual fue creado en el año 2019, este sitio tiene un estilo dinámico y colorido, aunque algunos botones re direccionan a error. No aparece referenciado cuando en el buscador web de Google se busca agencias operadoras en Santa Marta puesto que es un sitio web relativamente nuevo. Además, también cuentan con su Facebook Fan Page el cual fue creado el 17 de marzo de 2016, tiene 1730 personas que los siguen y 1709 personas que le gusta su fan page, están calificados como 4.7 de 5.0 basado en la opinión de 36 personas. Publican de forma constante y no colocan historias en su Facebook Fan Page.

Se encontró un perfil en Instagram como viajesgocolombia8 que estaba en completo abandono no se tiene claro si este fue algún perfil de esta agencia operadora.

Go Colombia sm es el perfil de Instagram que les pertenece, cuentan con 358 publicaciones, 4.196 seguidores y siguen a 1.745 personas. Publican contenido de formato video e imágenes, colocan historias de Instagram la interacción que tiene con sus seguidores es alta.

Se puede apreciar que esta agencia de viajes operadora a pesar de contar con sitio web nuevo ya contaba con trayectoria en sus redes sociales de Instagram y Facebook.

#### - **Oro Verde**

Oro Verde y Turismo limitada es una agencia de viajes operadora que cuenta con su sitio web desde el año 2018 tiene un hermoso diseño y colores. Su posicionamiento web es bajo no aparecer en el buscador de Google a menos que se una información muy específica que este en su sitio web. Su Facebook Fan Page se creó el 24 de noviembre de 2010, tiene 396 seguidores y a 393 personas les gusta su fan page. Sus publicaciones antes del mes de marzo no eran constantes, solían durar hasta 10 días sin publicar. Actualmente publican todos los días.

Su perfil de Instagram cuenta con 293 seguidores, 212 seguidos y 58 publicaciones. Se puede apreciar que anteriormente no realizaban publicaciones cierta cantidad de tiempo al igual que en su Facebook Fan Page, pero ya cambiaron su estrategia y utilizan contenido de imágenes y videos.

#### - **Magic Tour**

Es una empresa local con mas de 16 años de experiencia en el sector turismo. Cuenta con su sitio web el cual fue creado en el año 2017 dentro de este, realiza publicaciones en su blog con información relevante de los destinos que oferta. Una característica interesante es que los diferentes perfiles en los canales online de comunicación de Magic Tour están enfocados en la venta de su servicio estrella: Ciudad Perdida.

Su Facebook Fan Page fue creado el 7 de abril de 2013, tiene 2.297 seguidores y a 2.246 personas le gusta su fan page. Están calificados como 4.6 de 5.0 basado en

la opinión de 41 personas. Publican de forma constante, utilizan contenido en formato video e imagen, sus publicaciones tienen buena aceptación por sus seguidores. Su perfil de Instagram cuenta con 675 publicaciones, 3.878 seguidores y 837 seguidos.

Se puede apreciar que Magic tour tiene una persona encargada de realizar todo su contenido por medio de canales de comunicación online, que tiene una estrategia definida.

## DOFA

	Positivos	Negativos
Internos	<b>FORTALEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajadores comprometidos con el crecimiento de la empresa</li> <li>- Trabajadores capacitados y actualizados</li> <li>- Cuentan con los equipos y herramientas necesarios para realizar sus funciones</li> </ul>	<b>DEBILIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Demasiados procesos que relantan las funciones de los trabajadores</li> <li>- Al ser una empresa nueva su participación en el mercado es baja</li> <li>- No se cuenta con un servicio estrella que los diferencie de otras agencias de viajes operadoras</li> </ul>
Externos	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevas tendencias de turismo</li> <li>- Nuevos perfiles de clientes</li> <li>- Canales de comunicación online</li> <li>- Crecimiento del sector turismo</li> </ul>	<b>AMENAZAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alta competencia en el sector del turismo</li> <li>- Competidores con un desarrollo notable en los canales de comunicación online</li> <li>- Competidores con más años de experiencia en el sector turismo</li> <li>- Competidores que cuentan con un producto estrella posicionado en la mente del consumidor</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### Objetivos del plan de marketing digital:

- Impulsar un 30% las ventas de los servicios de RUTA'Samaria S.A.S. por medio de redes sociales en un periodo de 8 meses.

- Aumentar un 35% los usuarios totales que ingresan al sitio web de RUTA'Samarias S.A.S. en un periodo de 8 meses.

### **Estrategias y tácticas**

**1- Objetivo:** Impulsar un 20% las ventas de los servicios de RUTA'Samaria S.A.S. por medio de redes sociales en un periodo de 6 meses.

#### **Estrategia**

Crear un plan de contenido para las redes sociales que fomente en los usuarios la compra de los servicios de RUTA'Samaria S.A.S.

#### **Tácticas**

- Asignar a una persona encargada de manejar las redes sociales
- Crear un calendario de eventos de 8 meses (mayo-diciembre)
- Establecer objetivos mensuales de contenido
- Establecer la utilización de un anuncio (ads) mensual en la red social determinada por el calendario de contenido
- Crear un calendario de contenido de 8 meses (mayo-diciembre)
- Crear un presupuesto para las redes sociales
- Crear las piezas (imágenes), videos y descripciones de las publicaciones, historias y anuncios
- Publicación de historias, imágenes y videos establecidos en el calendario de contenidos
- Lanzamiento de anuncios, campañas u otros medios de difusión pagos establecidos en el calendario de contenidos
- Seguimiento y control de las publicaciones

- Seguimiento y control de los anuncios (ads)
- Medición mensual de los resultados a través de Metricool

**2- Objetivo:** Aumentar un 35% los usuarios totales que ingresan al sitio web de RUTA'Samarias S.A.S. en un periodo de 8 meses.

### **Estrategia**

Implementar el marketing de contenidos en el sitio web de RUTA'Samara S.A.S. para así conseguir tráfico y aumentar el posicionamiento web

### **Tácticas**

- Asignar a una persona encargada de manejar el sitio web
- Analizar el sitio web detalle a detalle
- Corregir los errores que pueda presentar el sitio web
- Realizar un previo análisis de palabras claves en el buscador de Google
- Identificar las palabras claves que se utilizarán
- Conocer los parámetros que Google maneja para que los sitios web aumenten su posicionamiento web
- Seleccionar el tipo y formato de los contenidos a publicar en sitio web
- Crear un calendario editorial de 5 meses
- Incluir la sección de blog en el sitio web
- Publicar el contenido en los tiempos establecidos por el calendario editorial
- Medición mensual de los resultados del sitio web a través de Google Analytics

**Reto:**

- Ser la agencia de viajes operadora que realicé la mayoría de sus ventas de servicios a través de redes sociales y su sitio web
- Posicionar a RUTA'Samaria en la primera página del buscador de Google

**Territorio:**

El marco de actuación en el que se desenvolverá RUTA'Samaria S.A.S. es en el sector turismo y ofertará en este sus servicios de paquetes turísticos, tours, alojamiento y traslados.

**7.8 Plan de acción**

Plan de Acción RUTA'Samaria S.A.S.								
Objetivo	Estrategia	Canal	Responsable	Tacticas	¿Cuándo?		Recursos Necesarios	KPIs
					Inicio	Fin		
Impulsar un 20% las ventas de los servicios de RUTA'Samaria S.A.S. por medio de redes sociales en un periodo de 6 meses	Crear un plan de contenido para las redes sociales que fomente en los usuarios la compra de los servicios de RUTA'Samaria S.A.S.	Facebook e Instagram	Luz Villarruel Johana Calderón Julio Ruiz	1-Asignar a una persona encargada de manejar las redes sociales	1 de marzo	8 de marzo	Humanos, materiales y económicos	Facebook: Número de fans, alcance orgánico, clics en el sitio web, nivel interacción, tiempo de respuesta de Facebook Messenger  Facebook e Instagram Ads: ROI  Instagram: Número de seguidores, alcance de publicaciones, número de impresiones, número de visitas en el perfil, clics en el sitio web
				2- Crear un calendario de eventos de 8 meses (mayo-diciembre)	11 de marzo	15 de marzo		
				3- Establecer objetivos mensuales de contenido	18 de marzo	22 de marzo		
				4- Establecer la utilización de un anuncio (ads) mensual en la red social determinada por el calendario de contenido	18 de marzo	22 de marzo		
				5- Crear un calendario de contenido de 8 meses (mayo-diciembre)	1 de abril	30 de abril		
				6- Crear un presupuesto para las redes sociales	1 de abril	30 de abril		
				7- Crear las piezas (imágenes), videos y descripciones de las publicaciones, historias y anuncios	1 de abril	30 de abril		
				8- Publicación de historias, imágenes y videos establecidos en el calendario de contenidos	1 de mayo	31 de diciembre		
				9- Lanzamiento de anuncios, campañas u otros medios de difusión pagos determinados en el calendario de contenidos	1 de mayo	31 de diciembre		
				10- Seguimiento y control de las publicaciones	1 de mayo	31 de diciembre		
				11- Seguimiento y control de los anuncios (ads)	1 de mayo	31 de diciembre		
				12- Medición y análisis mensual de los resultados a través de Metricool	1 de mayo	31 de diciembre		

Aumentar un 35% los usuarios totales que ingresan al sitio web de RUTA'Samaria S.A.S. en un periodo de 8 meses	Implementar el marketing de contenidos en el sitio web de RUTA'Samara S.A.S. para así conseguir tráfico y aumentar el posicionamiento web	Sitio Web	Luz Villarruel Johana Calderón Julio Ruiz	1- Asignar a una persona encargada de manejar el sitio web	1 de marzo	8 de marzo	Humanos, materiales y económicos	Número de usuarios totales por mes, número de sesiones, duración promedio de cada sesión, fuente de canal e tráfico.
				2- Analizar el sitio web detalle a detalle	11 de marzo	28 de marzo		
				3- Corregir los errores que pueda presentar el sitio web	1 de abril	30 de abril		
				4- Realizar un previo análisis de palabras claves en el buscador de Google	10 de julio	31 de julio		
				5- Identificar las palabras claves que se utilizarán	10 de julio	31 de julio		
				6- Conocer los parámetros que Google maneja para que los sitios web aumenten su posicionamiento web	10 de julio	31 de julio		
				7- Seleccionar el tipo y formato de los contenidos a publicar en sitio web	10 de julio	31 de julio		
				8- Crear un calendario editorial de 4 meses	1 de agosto	31 de agosto		
				9- Incluir la sección de blog en el sitio web	1 de agosto	31 de agosto		
				10- Publicar el contenido en los tiempos establecidos por el calendario editorial	1 de septiembre	31 de diciembre		
				11- Medición mensual de los resultados del sitio web a través de Google Analytics	1 de septiembre	31 de diciembre		



## 7.9. Actividades realizadas

La implementación del plan de marketing digital inicio en la primera semana de marzo y está prevista finalizar la quinta semana del mes de diciembre. Durante este intervalo de tiempo se realizaron las siguientes actividades:

- Primera y segunda semana de marzo: RUTA'Samaria S.A.S. escogió a la practicante Luz Amparo Villarruel Ramírez como la persona encarga de manejar las redes sociales y el sitio web.

- Tercera semana de marzo: Se creó el siguiente calendario de eventos de 8 meses (mayo-diciembre) que fue tomado como base para la realización del calendario de contenido que se manejará en las redes sociales (Facebook e Instagram):

### CALENDARIO DE EVENTOS 2019

		<h1>MAYO - 2019</h1>				
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
		1 - Día internacional del trabajo - Cumpleaños de Montería - Inicia: Feria del libro en Bogotá	2	3 - Fiesta del señor de los milagros - Cumpleaños de Mompóx	4	5
6 - Termina: Feria del libro en Bogotá	7	8	9	10	11	12 - Día de la madre
13 - Celebración de la Virgen de Fátima	14	15 - Día internacional de la familia	16	17	18	19
20	21	22	23	24 - Cumpleaños de Neiva	25	26
27	28	29	30 - Inicia: Festival de intérpretes de la canción Mono Núñez en Ginebra, Valle del Cauca	31		

Fuente: Elaboración propia

		<h1 style="text-align: center;">JUNIO - 2019</h1>				
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
					1 - Día internacional del niño - Cumpleaños de Cartagena	2 - Termina: Festival de intérpretes de la canción Mono Núñez en Ginebra, Valle del Cauca
3 - Día de la ascensión	4	5 - Día internacional del medio ambiente	6	7	8 - Día internacional de los océanos	9
10	11	12 - Cumpleaños de Villa de Leyva	13	14 - Cumpleaños de Buenaventura	15 - Inicia: Festival nacional del folclor en Ibagué, Tolima	16 - Día del Padre
17 - Cumpleaños de Cúcuta	18	19	20	21	22	23 - Termina: Festival nacional del folclor en Ibagué, Tolima
24 - Corpus christi - Cumpleaños de Pasto	25	26 - Inicia: Torneo internacional de joropo en Villavicencio, Meta	27	28 - Día internacional del orgullo LGTBI	29	30 - Termina: Torneo internacional de joropo en Villavicencio, Meta

Fuente: Elaboración propia

		<h1 style="text-align: center;">JULIO - 2019</h1>				
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
1 - Día de San Pedro y San Pablo y del sagrado corazón de Jesús	2	3	4 - Día nacional de la juventud	5	6	7 - Día internacional del chocolate y el cacao
8	9	10	11	12	13	14 - Inicia: Festival del Sol y Acero en Sogamoso, Boyacá
15	16 - Día de la Virgen del Carmen - Día del transportador	17	18	19	20 - Día de la independencia - Termina: Festival del Sol y Acero en Sogamoso, Boyacá	21
22	23	24	25 - Cumpleaños de Cali	26 - Cumpleaños de Piedecuesta, Santander - Inicia: Fiestas del Mar en Santa Marta, Magdalena	27	28
29 - Finaliza: Fiestas del Mar en Santa Marta, Magdalena - Cumpleaños de Santa Marta	30	31				

Fuente: Elaboración propia

 <h2 style="text-align: center;">AGOSTO - 2019</h2>						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
			1 - Día internacional de la alegría - Inicia: Fiestas de aniversario en Quimbaya, Quindío	2 - Inicia: Feria de las flores en Medellín	3	4
5	6 - Termina: Fiestas de aniversario en Quimbaya, Quindío - Cumpleaños de Bogotá	7 - Batalla de Boyacá - Día nacional del cóndor	8	9	10	11 - Termina: Feria de las flores en Medellín
12	13	14	15 - Ferias y Fiestas en Girón, Santander	16 - Festival Nacional del Pasillo en Aguadas, Caldas	17 - Inicia: Festival del Viento y Las Cometas de Villa de Leyva	18 - Termina: Festival del Viento y Las Cometas de Villa de Leyva
19 - Festivo por la asunción de la Virgen - Día internacional de la Fotografía	20	21	22 - Inicia: Sabor Barranquilla	23 - Día del internauta	24	25 - Termina: Sabor Barranquilla
26	27	28	29	30	31	

Fuente: Elaboración propia

 <h2 style="text-align: center;">SEPTIEMBRE - 2019</h2>						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
						1
2	3	4	5	6 - Inicia: Green Moon Festival en San Andrés	7	8
9 - Día de los derechos humanos	10	11 - Día nacional de la biodiversidad - Inicia: Barranquijazz festival	12	13 - Termina: Green Moon Festival en San Andrés	14 - Inicia: Festival Jazz al Parque en Bogotá	15 - Termina: Barranquijazz festival - Termina: Festival Jazz al Parque en Bogotá
16	17 - Inicia: Festival de Salento, Quindío	18	19 - Termina: Festival de Salento, Quindío	20	21 - Día del amor y la amistad - Día internacional de la paz	22
23	24	25 - Cali Exposhow Valle del Cauca	26 - Inicia: Festival Mundial de la Salsa Cali Exposhow del Cauca	27 - Día internacional de turismo	28 - Inicia: Festival Mundial de la Salsa Cali Exposhow Valle del Cauca	29 - Día internacional del Café
30						

Fuente: Elaboración propia

 <h2 style="text-align: center;">OCTUBRE - 2019</h2>						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
	1 - Día internacional del grano de Café	2 - Día internacional contra la violencia	3	4 - Día internacional de los animales	5	6 - Día internacional de la sonrisa
7	8	9	10 - Fiestas y ferias del municipio de Barichara, Santander	11 - Día internacional de la niña	12 - Cumpleaños de Manizales - Inicia: Festival del árbol en Villa de Leyva	13
14 - Día de la raza - Termina: Festival del árbol en Villa de Leyva - Cumpleaños de Ibagué	15	16 - Inicia: Festival de Cine en Bogotá	17	18	19	20
21	22 - Termina: Festival de Cine en Bogotá	23	24	25	26	27
28	29 - Día de San Gabriel, San Miguel y San Rafael	30	31 - Halloween			

Fuente: Elaboración propia

 <h2 style="text-align: center;">NOVIEMBRE - 2019</h2>						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
				1 - Día de los santos	2 - Cumpleaños de Medellín	3 - Fiestas de Aniversario de Montenegro, Quindío
4 - Festivo por día de todos los santos - Día del administrador	5	6	7 - Ferias y Fiesta del municipio del Socorro, Santander	8	9 - Día Nacional de Parques Naturales	10
11 - Concurso nacional de Belleza - Fiesta de la independencia de Cartagena	12	13	14 - Día de la Mujer Colombiana	15	16	17
18	19 - Día internacional del hombre	20	21	22	23	24
25 - Día Internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer	26	27	28	29	30 - Inauguración del metro de Medellín (Hace 24 años)	

Fuente: Elaboración propia

		<h1 style="text-align: center;">DICIEMBRE - 2019</h1>				
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
						1
2	3	4 - Cumpleaños de Arauca	5	6 - Inicia: Festival de Luces de Villa de Leyva	7 - Día de las velitas	8 - Termina: Festival de Luces de Villa de Leyva - Día de la inmaculada concepción
9	10 - Día Internacional de los Derechos Humanos	11	12	13	14	15
16 -Inicia: Las novenas de Aguinaldos	17	18	19	20	21	22 - Termina: Las novenas de Aguinaldos - Cumpleaños de Bucaramanga
23	24 - Noche buena	25 - Navidad - Inicia: Feria de Cali	26	27	28 - Día de los inocentes	29
30 - Termina: Feria de Cali	31 - Fiestas de fin de año					

Fuente: Elaboración propia

- Cuarta semana de marzo: Posteriormente a la realización del calendario de eventos se establecieron los objetivos mensuales de contenido, así como también se establecieron las fechas en las cuales se debía implementar un anuncio y se definió en cuál de las redes sociales (Facebook e Instagram) se iba a implementar.

- Tercera a quinta semana de marzo: Se realizó la revisión del sitio web y un análisis minucioso de los problemas que este presentaba.

- Primera a quinta semana de abril: Se creó un calendario de contenido de 8 meses (mayo-diciembre) en el cual se plasmó los objetivos mensuales de contenido, así como las fechas establecidas para realizar los anuncios. Para la realización del siguiente calendario de contenido se tuvo en cuenta el calendario de evento.

## CALENDARIO DE CONTENIDO

	<b>MAYO</b>	OBJETIVOS DE CONTENIDO:				
		Promover avistamiento de aves en aficionados				
		Productos mes de las Madre (Pasadía - tour - tour de bienestar)				
		Ofertar plan para temporada de junio-julio (Paquete-Tours-Alojamiento-Traslado)				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
		<b>1</b> Historias de avistamiento de aves (Imágenes: Mes de las aves y sus razones)	<b>2</b> Historia de avistamiento de aves (Imagen: ¿Sabías qué..?)	<b>3</b> Historias de avistamiento de aves (Imágenes: Global Big Day) Historias (Día de la madre)	<b>4</b> Historia (Imagen, encuesta, videos del Global Big Day en la Quinta de San Pedro Alejandrino) Publicación de video de avistamiento de aves	<b>5</b> Historia (Conteo regresivo y preámbulo del Día de la Madre) Publicación sobre turismo de bienestar (Promover los pasadías en Spa)
<b>6</b> Historias: Día de la madre (Mensajes de amor a la mamá en imágenes) Historia: Avistamiento de aves (Global Big Day puestos)	<b>7</b>	<b>8</b> Historia de avistamiento de aves (Felicitación tricampeón Colombia) Historias día de la madre (¿Qué le regalo a mi mamá?)	<b>9</b> Publicación ANUNCIO de día de las madres en Facebook (Ofrecer Pasadía Sansiraka)	<b>10</b> Historias día de la madre (Activación Pasadía Sansiraka)	<b>11</b> Historia día de la madre (Pasadía Sansiraka, Masajes)	<b>12</b> Día de la Madre
<b>13</b> Historia de avistamiento de aves (¿Sabías qué..?)	<b>14</b>	<b>15</b> Historia de avistamiento de aves (Preámbulo Pasadías)	<b>16</b>	<b>17</b> Historia del día de la madre (Encuesta) Historia: Día del reciclaje Publicación: Pasadía de avistamiento de aves	<b>18</b> Historias: Día Internacional de los Museos (Historias: Museo Tayrona), Museo de Oro BTA	<b>19</b>
<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b> Historias: Rueda de negocios de Cotelco. Videos	<b>25</b> Historia: Logo RUTA'Samaria	<b>26</b> Historia de avistamiento de aves (¿Sabías qué..?)
<b>27</b> Historias: Servicios de traslados (Valor transfer desde el Aeropuerto. Colocar tarifa)	<b>28</b> Historia: Semana Mendihuaca. (Ofertar el alojamiento)	<b>29</b> Historia: Quiz de avistamientos de aves. Aves endémicas de Santa Marta	<b>30</b> Historia: Tour Cabo de la vela. Mención al Festival de la Cultura Wayuu (inicial el 31 de mayo)	<b>31</b> Publicación Tour Acuario-Playa Blanca		

	<b>JUNIO</b>	<b>OBJETIVOS DE CONTENIDO:</b>	<b>Ofertar plan para temporada de junio-julio (Paquete-Tours-Alojamiento-Traslado)</b>			
			<b>Promover productos para las Fiestas del Mar</b>			
			<b>Promo ver productos para el Día del Padre</b>			
<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sábado</b>	<b>Domingo</b>
					<b>1</b> Historia: Activación Plan Aves Endemicas en Santa Marta (9 al 12 de Julio o 23 al 26 de Julio) Recorrido Costa Caribe y Serranía del Perijá (11 al 23 de Junio)	<b>2</b> Publicación ANUNCIO de Facebook oferta plan para temporada de junio-julio
<b>3</b> Historia: Recuento de puente Festivo (Imágenes de personas en vacaciones) Historia: Amistoso Colombia vs Panamá 05:00 p.m.	<b>4</b> Historia: Destinos	<b>5</b> Día Mundial del Ambiente. Inaugurar Sección del Turista Eco-Friendly. (Historia y Publicación)	<b>6</b> Historia de Ciudad Perdida en Helicoptero (video)	<b>7</b> Historia: Preambleo día del Padre	<b>8</b> Publicación Caño Cristales. Historia: Videos de Caño Cristales	<b>9</b> Activación Plan Aves Endemicas en Santa Marta (9 al 12 de Julio o 23 al 26 de Julio) Recorrido Costa Caribe y Serranía del Perijá (11 al 23 de Junio) Historia: Amistoso Colombia vs Perú 04:00 p.m.
<b>10</b> Publicación e historia: Promoción destino SMR	<b>11</b> Historia: Conteo regresivo Día del Padre	<b>12</b> Historia: Fechas fiestas del mar Historia: Servicio traslado +video	<b>13</b> Historia: Alojamiento en un Hotel Historia: Ecoturista Publicación Destino SMR	<b>14</b> Historia: Inicio de la Copa América. Selección Colombia en la Copa América Publicación: Caño Cristales (apertura del parque)	<b>15</b> Historia: Vamos Colombia (Colombia vs Argentina 05:00 p.m.) Historia: Te gusta el senderismo?, explicar qué es? Historia: (Tour Minca).	<b>16</b> Día del Padre. Encuesta: ¿ya tienes tu regalo para el día del Padre? Historia: Felicitación
<b>17</b> Historia: Inicio del receso escolar (Invitar a las personas a disfrutar de sus vacaciones)	<b>18</b> Historia: Fiestas del Mar (Mundial de motonáutica) Historia: Servicios de tralados en diferentes vehículos Publicación Minca (Minca Hiking Tour)	<b>19</b> Historia: Vamos Colombia Partio de Colombia vs Qatar 04:30 p.m.	<b>20</b> Historia: Eco-Turista Publicación: video Atardecer en SMR Historia: Atardecer en la Playa	<b>21</b> Historia: Activación Plan Aves Endemicas en Santa Marta (9 al 12 de Julio o 23 al 26 de Julio)	<b>22</b> Historia Fiestas del Mar: presentación del afiche oficial	<b>23</b> Historia: Vamos Colombia vs Paraguay 02:00 p.m. Historia: Tour (Buceo)
<b>24</b> Historia: Cumpleaños Pasto Historia: Fiestas de Pasto	<b>25</b> Historia: Conoce la cultura Colombiana: Vallenato	<b>26</b> Historia: Encuesta ¿Qué prefieres?	<b>27</b>	<b>28</b> Historia: Selección Col Vs Chile Historia: Eco-Turista	<b>29</b> Historia: Activación Plan Aves Endemicas en Santa Marta (9 al 12 de Julio o 23 al 26 de Julio) Publicación: Video Guacamaya	<b>30</b> Historias: Caño Cristales (video) Publicación Caño Cristales (video)

	<b>JULIO</b>	<b>OBJETIVOS DE CONTENIDO:</b>	<b>Ofertar plan para temporada de junio-julio (Paquete-Tours-Alojamiento-Traslado)</b>			
			<b>Promover Sabor Barranquilla</b>			
			<b>Fiestas del Mar</b>			
<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sábado</b>	<b>Domingo</b>
<b>1</b> Historia: Encuesta ¿Sabes de que se trata Sabor Barranquilla? Historia: Explicación de Sabor Barranquilla	<b>2</b> Historia: Semana Mendihuaca	<b>3</b>	<b>4</b> Historia: Eco-turista Historia: Fiestas del Mar (Tipos de competición: kayak, natación, etc)	<b>5</b> Historias: Cabo de la Vela, lugares a los que se debe visitar	<b>6</b> Activación Plan Aves Endemicas en Santa Marta (9 al 12 de Julio o 23 al 26 de Julio) Recorrido Costa Caribe Serrania del Perijá (14 al 19 de Agosto)	<b>7</b> Día Internacional del Chocolate y del Cacao Historia: ChocoMuseo
<b>8</b> Historia: Lugares a los que se tiene que visitar en SMR	<b>9</b> Historia Centro Histórico de SMR (Arquitectura, años de historias y curiosidades)	<b>10</b> Historia: Parque Nacional Natural Tayrona (Riqueza en biodiversidad, uno de los parques naturales más visitados en el mundo) Publicación de Instagram: PNN Tayrona	<b>11</b> Historia: Eco-Turista Historia: La Quinta de San Pedro Alejandrino (Historia, por que es un lugar representativo en Santa Marta)	<b>12</b> Activación Plan Aves Endemicas en Santa Marta 23 al 26 de Julio)	<b>13</b> Historia: Taganga (Historia del pueblito pesquero, pesca de chinchorro) Publicación: Taganga (Video)	<b>14</b> Historia: Actividades en Sabor Barranquilla
<b>15</b> Historia: El Rodadero (Porque se llama el Rodadero, rodadero en sus inicios, sitio turístico reconocido en SMR) Publicación: Imagen del Rodadero	<b>16</b> Historia: Felicitando a todos los transportadores de RUTA Samaria en su día Día de la Virgen del Carmen	<b>17</b> Historia: Ciudad Perdida (Historia, curiosidades (es más vieja que Machu Pichu de Perú)	<b>18</b> Historia: Eco-Turista Historia: Estatua al Pibe Valderra (Historia de la estatua del Pibe) Publicación de la Estatua del Pibe Valderrama	<b>19</b> Activación Plan Aves Endemicas en Santa Marta 23 al 26 de Julio)	<b>20</b> Historia: Día de la Independencia Historia: City Tour Bogota	<b>21</b> Historia: Fiestas del Mar en Santa Marta Publicación foto de playa de SMR
<b>22</b> Historia:Conteo regresivo para las fiestas del Mar en SMR Historia: Atardecer en SMR	<b>23</b> Historias: Sabor Barranquilla Publicación: Sabo Barranquilla con descripción de las fechas 2019	<b>24</b> Historia: Activación Plan Aves Endemicas en Santa Marta 23 al 26 de Julio)	<b>25</b> Historia: Cumpleaños de Cali Historia: Eco-Turista	<b>26</b> Fiestas del Mar Historia: Inicio de las fiestas del Mar Publicación: Foto playa de SMR con descripción logros a nivel internacional como destino turístico (Travel+Leisure la catalogo como Mejor destino Internacional, en el año 2014 SMR obtuvo el tercer puesto como mejor destino en TripAdvisor)	<b>27</b> Historia contando el cronograma de actividades para la Fiestas del Mar Historia resumen (Lo que paso el 26 de Julio en las Fiestas del Mar)	<b>28</b> Historia: Fiestas del Mar
<b>29</b> Historia: Fiestas del Mar Historia: Cumpleaños de SMR Publicación playa de SMR descripción felicitandola en su día	<b>30</b> Publicación ANUNCIO en Facebook de video de recorrido en katamarán por las playas de SMR	<b>31</b> Historias: Feria de las Flores en Medellín 2019				

	<b>AGOSTO</b>	<b>OBJETIVOS DE CONTENIDO:</b>	<b>Promover tour a la Alta Guajira</b>			
			<b>Ofertar Plan para temporada Diciembre-Enero (Paquetes-tours-alojamiento-traslado)</b>			
			<b>Sabor Baranquilla</b>			
<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miercoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sabado</b>	<b>Domingo</b>
			<b>1</b> Historia Eco-turista Día internacional de la alegría Historia: La alegría que tendrías al visitar este lugar (Escoger el mas acorde)	<b>2</b> Historia: Ferias de las Flores en Medellín (Curiosidades)	<b>3</b> Historia: Pregunta ¿Cuáles lugares quisieran visitar en las próximas vacaciones?	<b>4</b> Historia: Pregunta ¿Sabes cocinar? Si-No, ¿Te gusta cocinar? Si-No Y¿Amás la comida? Obvio-Si
<b>5</b> Historia:Sabor Barranquilla- Pasadía: Arma un combo de 4 personas y disfruta de uno de los eventos gastronomicos mas esperados del año Publicación preámbulo Tour a la Alta Guajira	<b>6</b> Historia: Cumpleaños de Bogotá Historia: City tour Bogotá	<b>7</b> Historia: Batalla de Boyacá Historia: Destinos que merecen ser conocidos en Boyacá	<b>8</b> Historia Eco-turista Historia: La guajira destino que se debe conocer por su diversidad de cultura, etc	<b>9</b> Historia: Tour a la alta guajira (que incluye) Publicación: Playa de RCH	<b>10</b> Historia:Destinos en MED para visitar en las proximas vacaciones	<b>11</b> Historia: Resumen feria de las florez en Medellín 2019
<b>12</b> Historia: Recorrido lugares que se visitarán en el tour a la alta guajira	<b>13</b> Historia: Destinos en BAQ a los que se debe visitar	<b>14</b> Historia: Destino Bucaramanga (Fotos)	<b>15</b> Historia Eco-turista Historia: Fiestas y fiestón en Girón, Santander	<b>16</b> Historia: ¿Por qué se dio inicio al evento Sabor Barranquilla?	<b>17</b> Historia: Inicio Festival del viento y la cometas en Villa de Leyva	<b>18</b> Historia: Alta guajira un lugar desconocido por las personas Publicación ANUNCIO en instagram de un video en el tour a la alta guajira
<b>19</b> Conteo regresivo Sabor Barranquilla Sabor Barranquilla: Cronograma Publicación de una imagen espectacular (destino de su preferencia) y en la descripción hacer referencia al día internacional de la fotografía	<b>20</b> Historia: Destinos en SMR para visitar en las próximas vacaciones	<b>21</b> Historia: La Macuira un oasis en el desierto, ademas hacer referencia al tour de la alta guajira	<b>22</b> Historia Eco-turista Historia: Inicio Sabor Barranquilla Publicación Sabor Barranquilla	<b>23</b> Día del internauta Historia: Recuento historia del internet Historia: Sabor Barranquilla	<b>24</b> Historia: Sabor Barranquilla Historia: Riohacha (Imágenes)	<b>25</b> Historia: Destinos en CTG para visitar en las próximas vacaciones
<b>26</b> Historia: Quiz (Pregunta estilos clase de historia de la ciudades turísticas más conocidas) Publicación video del playa en CTG	<b>27</b> Historia: Destinos en Bogotá para visitar en las próximas vacaciones	<b>29</b> Historia: Alta Guajira Publicación Alta Guajira	<b>30</b> Historia Eco-turista Historia: Encuesta: (1- ¿Ya saben que harán en sus proximas vacaciones? SI-NO) (2- ¿Eres de los que dejan todo para lo último? SI-NO)	<b>31</b>		

	SEPTIEMBRE	OBJETIVOS DE CONTENIDO:	Promover destino Eje Cafetero			
			Ofertar Plan para temporada Diciembre-Enero (Paquetes-tours-alojamiento-traslado)			
			Día del amor y la amistad			
Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo
						1 Historia: Día del amor y la amistad en Colombia (Porque se escogio esa fecha) Historia: Atardecer en SMR
2 Historia: Destinos en el Eje Cafetero para visitar en las próximas vacaciones	3 Historia: Parque Nacional del Café Publicación destino Eje Cafetero	4 Historia: Festival de Salento (Fechas, de que trata)	5 Historia Eco-turista Historia: Pregunta ¿Ya sabes que le vas a regalar a tu pareja el día del amor y la amistad?	6 Historia: Moon green festival en San Andres islas (En que consiste)	7 Historia: Planes para pareja este mes Publicación: Video de playa SMR	8 Publicación ANUNCIO en imagen en instagram ofreciendo el paquete eje cafetero
9 Historia: Valle del Cocora (Información relevante)	10 Historia: Calarcá (Riqueza historia y cultural)	11 Dia Nacional de la biodiversidad Historia: Colombia un país reconocido internacionalmente por su biodiversidad Publicación del PNN Tayrona	12 Historia Eco-turista Historia: Tenemos el plan perfecto para parejas	13 Destino Eje Cafetero: Lo que incluye el paquete	14 Historia: Los solteros tambien celebramos el día del amor y la amistad con nuestro parche de amigos. Armamos planes para ir al PNN Tayrona, Minca y Taganga	15 Historia: PANACA (Todo sobre el sitio)
16 Historia: Salentó, Quindío (Infraestructura)	17 Historia: inicio del festival de Salento	18 Publicación: Hotel especializado en cenas romanticas (Fotos de el)	19 Historia Eco-turista Conteo regresivo día del amor y la amistad	20 Historia: Servicios de traslado (Usted marque la ruta que nosotros lo llevamos)	21 Historia: Día del amor y la amistad	22 Historia: Alojamientos
23 Historia Termales de CNG (Sito turistico, que ofrece)	24 Historia: Video en Pontón por la CNG	25	26 Historia Eco-turista	27 Historia: Dia internacional del turismo Publicación clientes de RUTA Samaria disfrutando de un tour agregar a la descripción tema de que es el día internacional del turismo	28 Historia: Cultura Cafetera	29 Día internacional del Café Historia: El mejo café del mundo el colombiano Historia: Minca Hiking tour y Minca Ecotour
30 Historia: Preguntas (¿Qué hicieron el día del amor y la amistad?, ¿Si le regalaron algo a su pareja?)						

	<b>OCTUBRE</b>	<b>OBJETIVOS DE CONTENIDO:</b>	<b>Promover tours en yante- semiyate-lancha y katamarán</b>			
			<b>Ofertar Plan para temporada Diciembre-Enero (Paquetes-tours-alojamiento-traslado)</b>			
			<b>Halloween</b>			
<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miercoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sabado</b>	<b>Domingo</b>
	<b>1</b> Día internacional del café Historia: Minca (Imágenes tour) Publicación de las Cascadas de Marinka o la Finca la Victoria	<b>2</b> Historia: Video recorriendo las bahias en katamarán Historia día internacional contra la violencia	<b>3</b> Historia Eco-turista Historia: Preguntennos: (Si tiene alguna pregunta de algún destino o sobre nosotros por favor colocarla aquí) Se deberá responder las preguntas y colocarlas como historias	<b>4</b> Historia: Recorrer el Parque tayrona a pies es toda una experiencia, imagínense como es ahora recorrerlo en yate	<b>5</b> Historia: Destino SMR Publicación video en recorrido Katamarán	<b>6</b> Historia: Imágenes de Cabo Tortuga
<b>7</b> Historia: Gabriel Garcia Marquez (Lo mas representativo)	<b>8</b> Historia: Tipos de botes	<b>9</b> Historia: Destino Aracataca Publicación: Sitio turistico Aracataca	<b>10</b> Historia Eco-turista Historia: Feria y fiestas del municipio de Barichara	<b>11</b> Historia: Video recorrieno el mar en yate Historia:Día internacional de la niña	<b>12</b> Historia: Cumpleaños de Manizales Historia: Festival del arbol en Villa de leyva	<b>13</b> Historia: El mejor plan para realizarlo con sus amigos es una salida en bote Publicación ANUNCIO Facebook video de recorrido en bote
<b>14</b> Historia: Día de la Raza Historia: Cumpleaños de lbague	<b>15</b> Historia: Video recorriendo el mar en lancha	<b>16</b> Historia: SMR fotos del paso del mango	<b>17</b> Historia Eco-turista Historia: Avistamiento de aves	<b>18</b> Historia: Recorridos ofertados por RUTA'Samaria	<b>19</b> Historia: Acuario de SMR Publicación Playa Grande en SMR	<b>20</b> Historia: Traslados en camioneta,automóvil, van h1, van Ejecutiva
<b>21</b> Historia: Pozos Colorados (Imágenes) Publicación: Imagen de playa en Pozos Coloradors	<b>22</b> Historia: Alojamiento (Hoteles) Publicación: Alojamiento cerca al mar	<b>23</b> Historia: Espantos, mounstrous conocidos de la región	<b>24</b> Historia Eco-turista	<b>25</b> Historia: Alojamiento en Cabañas (Esta cabaña es perfecta para realizar la fiesta de halloween de este año)	<b>26</b> Historia: Festival del cine en Bogotá	<b>27</b> Historia: Recorridos en semiyate
<b>28</b> Publicación vista desde la Sierra Nevada de Santa Marta (Puede ser minca o serro kennedy)	<b>29</b>	<b>30</b> Historia: Por que se celebra el día de Halloween?	<b>31</b> Historia Eco-turista Historia Halloween			

	Noviembre	OBJETIVOS DE CONTENIDO:	Promover paquete a Medellín			
			Ofertar Plan para temporada Diciembre-Enero (Paquetes-tours-alojamiento-traslado)			
			Día nacional de los parques naturales			
Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo
				1 Historia: Cultura y gastronomía paísa	2 Historia: Cumpleaños de Medellín Publicación foto de la plaza botero en Medellín (descripción felicitando a la ciudad)	3 Historias de fiestas de aniversario de Montenegro, Antioquia
4 Día del administrador Historia: Guajira (Mochilas wayuu, estilo de vida) Publicación: Del desierto de la Guajira	5 Historia: Vía Parque Isla Salamanca (Biodiversidad en planta, animales, está abierto al público)	6 Historia: PNN Tayrona (Orígenes, comunidades que lo habitan)	7 Historia Eco-turista	8 Historia: Bahía Concha (Fotos, videos)	9 Historia: Día Nacional de los parques naturales Publicación: PNN Tayrona Cabo San Juan (Descripción en caminata a la conservación de estos parques)	10 Historia: CTG destino turístico internacional (conmemoraciones que haya recibido)
11 Historia: Independencia en Cartagena (Historia) Publicación de un sitio turístico representativo de CTG	12 Historia: Lugares que se deben visitar en Medellín	13 Historia: Alojamiento hoteles BAQ	14 Historia Eco-turista Historia: Día de la mujer colombiana	15 Historia: Que incluye el paquete Medellín	16 Historia: Alojamiento hoteles CTG	17 Publicación ANUNCIO plan medellín en Facebook
18 Historia: Getsemaní (Historia, los grafitis, etc)	19 Historia: Día internacional del hombre Historia: Traslados SMR - BAQ y SMR - CTG	20 Historia: Atardecer en SMR Publicación destino SMR	21 Historia Eco-turista Historia: Palomino tour (Tubing)	22 Historia: Comuna 7 Medellín (antes lugar de violencia actualmente sitio turístico muy visitado)	23 Historia: Comunidad swviaja en Palomino	24 Historia: Gastronomía en la costa caribe Publicación Malecon Puerta de Oro en BAQ
25 Historia: Taironaka (Fotos, historia) Publicación de la plazoletas que se encuentran en Taironaka	26 Historia: Actividades que se pueden realizar en Taironaka (Tubing, recorrido en lancha, poadling)	27	28 Historia Eco-turista	29 Historia: Medios de transporte de la ciudad (metro, bus, tranvía, etc)	30 Historia: Hace 25 años se inauguró en Medellín (historia) Publicación: Imagen del metro de Medellín	

	<b>DICIEMBRE</b>	<b>OBJETIVOS DE CONTENIDO:</b>	<b>Promover destino SMR - BAQ - CTG</b>			
			<b>Ofertar Plan para temporada Diciembre-Enero (Paquetes-tours-alojamiento-traslado)</b>			
			<b>Navidad-Fin de año</b>			
<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miercoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sabado</b>	<b>Domingo</b>
						<b>1</b> Historia: SMR es destino ideal donde podrás disfrutar de tus vacaciones
<b>2</b> Historia: Centro de CTG (Arquitectura, fotos)	<b>3</b> Historia: Centro de SMR (arquitectura, fotos)	<b>4</b> Cumpleaños de Arauca Historia: El barrio el poblado en BAQ (historia, imágenes)	<b>5</b> Historia Eco-turista Publicación del río Palomino (personas haciendo tubing o poadling)	<b>6</b> Historia: Festival e las luces en Villa de Leyva (en que consiste, cuanto dura y fotos)	<b>7</b> Historia: Día de las velitas	<b>8</b> Historia: Alojamientos Publicación alojamiento en Palomino cerca a la playa
<b>9</b> Historia: Atardecer en SMR Publicación: PNN Tayrona-Playa Cristal	<b>10</b> Historia día internacional de los derechos humanos	<b>11</b> Historia: Destino alta guajira	<b>12</b> Historia Eco-turista	<b>13</b> Historia: Playas de CTG	<b>14</b>	<b>15</b> Historia Destino SMR Públicaion video en SMR
<b>16</b> Historia: Novenas navideñas con RUTA'Samaria (Coloca un pedazo de una novena y en la siguiente historia preguntar por el nombre de la novena)	<b>17</b> Historia: Novenas navideñas con RUTA'Samaria (Coloca un pedazo de una novena y en la siguiente historia preguntar por el nombre de la novena)	<b>18</b> Historia: Novenas navideñas con RUTA'Samaria (Coloca un pedazo de una novena y en la siguiente historia preguntar por el nombre de la novena)	<b>19</b> Historia Eco-turista Historia: Novenas navideñas con RUTA'Samaria (Coloca un pedazo de una novena y en la siguiente historia preguntar por el nombre de la novena)	<b>20</b> Historia: Novenas navideñas con RUTA'Samaria (Coloca un pedazo de una novena y en la siguiente historia preguntar por el nombre de la novena)	<b>21</b> Historia: Novenas navideñas con RUTA'Samaria (Coloca un pedazo de una novena y en la siguiente historia preguntar por el nombre de la novena)	<b>22</b> Historia: Novenas navideñas con RUTA'Samaria (Coloca un pedazo de una novena y en la siguiente historia preguntar por el nombre de la novena) Historia: Cumpleaños de Bucaramanga
<b>23</b>	<b>24</b> Historia: Feria de Cali Historia: Noche buena	<b>25</b> Historia: Deseandole feliz navidad a todos nuestros seguidores	<b>26</b> Historia Eco-turista	<b>27</b> Historia: Traslados en todo tipo de vehiculos	<b>28</b> Historia Broma por dia de los inocentes	<b>29</b>
<b>30</b> Historia: Fiestas de finde año (recomendaciones de que vivan su fiesta en paz)	<b>31</b> Historia: Que no falte la lista de deseos para el nuevo año de RUTA'Samaria (Colocar sus deseo y preguntar en otra historia ¿Cuáles son sus propositos para el nuevo año ?					

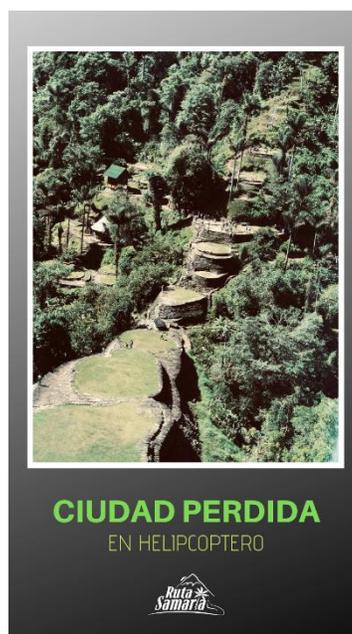
- Primera a quinta semana de abril: Se creó un presupuesto para redes sociales de 8 meses (mayo-diciembre) en el cual se indicaron los rubros y sus costes.

Presupuesto para redes sociales (Facebook e Instagram)									
Rubro/Mes	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total rubro
<b>Piezas y videos</b>	\$150.000 Diseñador Grafico	\$1.200.000							
<b>Anuncios</b>	\$23.800 Facebook Ads	\$23.800 Facebook Ads	\$23.800 Facebook Ads	\$23.800 Instagram Ads	\$23.800 Instagram Ads	\$23.800 Facebook Ads	\$23.800 Facebook Ads	\$0 N/A	\$166.600
<b>Otros</b>	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$1.200.000
<b>Total mes</b>	<b>\$323.800</b>	<b>\$300.000</b>	<b>\$2.566.600</b>						

- Primera a quinta semana del mes de abril: Se creó las piezas (imágenes), videos y descripciones de las publicaciones, historias y anuncios de los dos primeros meses y medios. Puesto que al ser 8 meses sería difícil realizar tanto contenido (piezas, videos, etc) en un mes, así que el proceso de creación se estableció realizarse de cada mes se hace con un mes de anticipación. A continuación, se adjunta algunas de las piezas de creadas de los meses de mayo y junio:



Publicación



Historias



- Primera a quinta semana del mes de abril: Se corrigieron la mayoría de los errores que presento el sitio web, pero no todo en su totalidad puesto que se tuvo problemas al comunicarnos con el proveedor del sitio web Arte dinámico.

- Primera a quinta semana del mes de mayo: Se realizaron las actividades de publicación de historias, imágenes y videos y el lanzamiento de anuncios de Facebook e Instagram establecidos en el calendario de contenidos de los meses de mayo y junio. Además, también se realizó el control, seguimiento y la de medición de estos dos meses, aunque estas actividades no han finalizado porque está programada a finalizarse en el mes de diciembre, pero para los meses de julio a diciembre las actividades de publicación, lanzamiento de anuncios, control, seguimiento y medición la realizará otra persona diferente al practicante.

## **8. Resultados obtenidos**

Se implementó el Plan de Marketing Digital en los meses de mayo y junio y obtuvieron los siguientes resultados:

### **Facebook:**

La Facebook Fan Page de RUTA'Samaria S.A.S. presento un aumento del 39% en el número de me gustas y un aumento del 38% en el número de seguidores. Durante estos dos meses se obtuvieron 217 vistas del Facebook Fan Page.

El índice de respuesta de la Facebook Fan Page paso de ser del 40% al 100%, de un tiempo de respuesta de 48 horas a uno de 36 minutos esto es un gran avance puesto que la interacción con los seguidores es de gran relevancia, si se le da la debida información y se le responde en tiempos prudentes mayores posibilidades habrá de que se realice una venta.

### **Publicaciones:**

Al final el mes de mayo y junio se realizaron 15 publicaciones entre ellas 4 publicaciones fueron en formato video y 11 en formato imagen, de las 15 publicaciones realizadas 2 fueron publicaciones pagas (anuncios de Facebook). En total se

obtuvieron 833 interacciones, 21.000 impresiones y se alcanzó a 18.000 personas y se obtuvo un engagement (compromiso del usuario con la marca) de 46.61.

### Facebook Ads

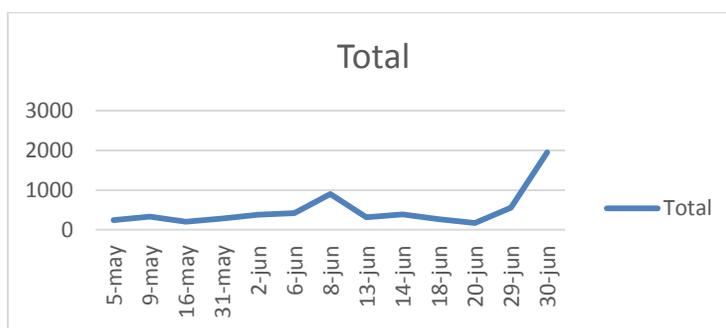
Se publicaron dos anuncios de Facebook: La primera fue el 10 de mayo y la segunda fue el 2 de junio cada una con una inversión de \$23.800 COP. De estos anuncios obtuvimos 73 nuevos potenciales clientes de los cuales 61 se contactaron con nosotros vía Facebook Fan Page y el resto vía WhatsApp, se logró capitalizar 2 ventas.

### Instagram:

El perfil de Instagram de RUTA'Samaria S.A.S. presento una disminución de 2,1% en el número de seguidores, al iniciar la implementación del plan de marketing se contaba con 3.166 seguidores dos meses después se tiene un total de 3.100 seguidores. Esto se debe a que la agencia de viajes operadora deo de utilizar la estrategia de *sígueme y te sigo* en Instagram y deo de seguir a personas que no generaban información relevante para la empresa.

Durante los dos meses se obtuvieron 11 clics al sitio web es decir estábamos generando a través de Instagram tráfico orgánico. Visitaron nuestro perfil de Instagram 162 personas.

### Publicaciones

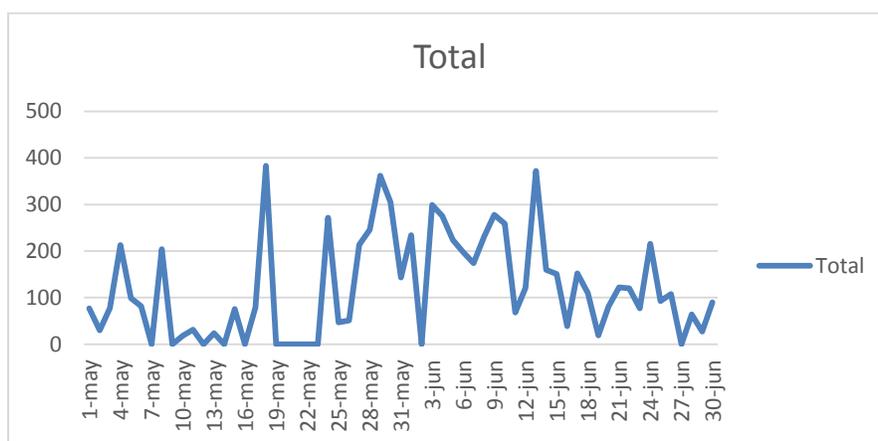


Alcance de personas por cada publicación en Instagram. Fuente: Elaboración propia

Al final de los meses de mayo y junio se realizaron 15 publicaciones, de estos 4 fueron en formato de video y 11 en formato de imagen. Se obtuvieron 323

interacciones, 7.658 impresiones y en total se alcanzó a 6.400 personas. En promedio por cada publicación se alcanzó el 15% de los 3100 seguidores del perfil de Instagram y se obtuvo un engagement (compromiso del usuario con la marca) de 50.89. Además, se adquirió a un nuevo cliente potencial a través de esta red. Se utilizaron en total 32 hashtags en las publicaciones realizadas, en promedio se incluye 17 hashtags por cada publicación.

## Historias



Número de vistas por cada historia publicada en Instagram. Fuente: Elaboración propia

Al final de los meses de mayo y junio se publicaron 178 historias que fueron vistas 7.396 veces y tuvo un alcance de 6.688 personas. Se publicaron historias 49 días de los 61 días posibles en esos 2 meses. Por lo tanto, se tuvo el 80% de constancia en la publicación de historias.

## **9. CONCLUSIÓN**

Al realizarse la implementación del plan de marketing digital en la empresa RUTA'Samaria S.A.S., de dos de los ocho meses, se puede apreciar que ha habido una mayor acogida y desarrollo de la interacción entre seguidores y los contenidos compartidos, pues estos observan las diferentes actividades realizadas en el marco de destacar el turismo en la zona y son participes a través de las diferentes interacciones con las variadas publicaciones, pues se ha visibilizado la empresa a través de la atención al cliente, respuestas de los comentarios y mensajes.

Por lo cual se debe continuar con dicho plan para la obtención de los objetivos planteados, pues constituye un proceso orgánico en el cual se necesita persistencia y perseverancia, control, medición y reestructuración para que la interacción de los clientes finales con este, avance de manera progresiva, motivando así la consecución de ventas finales. Por ende, se es necesario realizar un análisis crítico del plan de marketing digital para que así la inversión en tiempo y dinero no se malgaste.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

Rey, M. M. (2018). *Marketing turístico: Fundamentos y dirección*. Retrieved from <https://ebookcentral-proquest-com.biblioteca.unimagdalena.edu.co>

Marketing, P. (1994). *El marketing y su utilidad en la pequeña empresa*. Retrieved from <https://ebookcentral-proquest-com.biblioteca.unimagdalena.edu.co>

Zuccherino, S. (2016). *Social media marketing: La revolución de los negocios y la comunicación digital*. Retrieved from <https://ebookcentral-proquest-com.biblioteca.unimagdalena.edu.co>

Colombia, M. d. (s.f.). *Resultados para el turismo 2018*. Bogotá D.C.: Gobierno de Colombia.

DINERO. (20 de MARZO de 2019). *DINERO*. Obtenido de Turismo: la prometedor industria que no contamina: 2019

PROCOLOMBIA. (s.f.). *Colombia tierra de la sabrosura*. Procolombia: exportación, turismo, inversion, marca país.

## 11. ANEXOS

Certificados:



Hace constar que:

**Luz Amparo Villarruel Ramirez**  
CC. 1083042265

Participó y aprobó el:

Curso:  
**TODOS UNIDOS  
CONTRA LA ESCNNA  
EN VIAJES Y TURISMO**

Con una intensidad de 12 horas

Se firma a los 9 días del mes de MARZO de 2019

MINCOMERCIO  
INDUSTRIA Y TURISMO

**FONTUR**  
COLOMBIA

**TODOS POR UN  
NUEVO PAÍS**  
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN



Federación Nacional  
de Comerciantes

Centros de  
**Transformación  
Digital Empresarial**



El futuro  
es de todos  
Gobierno  
de Colombia

La Federación Nacional de Comerciantes **FENALCO** a través de su  
Centro de Transformación Digital Empresarial **CTDE CARIBE**

Certifica que:

**LUZ AMPARO VILLARROEL**  
C.C. 1083042265

Participó en la capacitación especializada:

**FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO EN ENTORNOS VIRTUALES GRATUITOS**

Dado en Santa Marta el día 05 de Junio de 2019

  
Angélica Silva Franco  
Directora Ejecutiva FENALCO

  
Jairo Mendoza  
Director CTDE



El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Certifica que

Luz Amparo Villarruel Ramirez

D.I.: 1083042265

Forma parte de los empresarios colombianos que generan procesos de transformación digital contribuyendo al fortalecimiento de la productividad y competitividad a través de su participación en el curso



Introducción al marketing digital

23/06/2019

Martha Liliana Amaya

Martha Liliana Amaya Parra

Directora Transformación Digital

vive  
digital  
para la gente



MINTIC



GOBIERNO DE COLOMBIA



El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Certifica que

Luz Amparo Villarruel Ramirez

D.I.: 1083042265

Forma parte de los empresarios colombianos que generan procesos de transformación digital contribuyendo al fortalecimiento de la productividad y competitividad a través de su participación en el curso



Marketing en redes sociales y analítica web

25/06/2019

Martha Liliana Amaya

Martha Liliana Amaya Parra

Directora Transformación Digital

vive  
digital  
para la gente



MINTIC



GOBIERNO DE COLOMBIA

### Equipo RUTA'Samaria S.A.S.

