

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



Big Star Colombia

Trabajo de Grado

Nicolás Marulanda Velandia

Andrea Carolina Velásquez Contreras

Daniela Villarreal Orozco

Bogotá, Colombia

2021

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



Big Star Colombia

Trabajo de Grado

Nicolás Marulanda Velandia

Andrea Carolina Velásquez Contreras

Daniela Villarreal Orozco

Tutor: Viviana Carolina Romero Peralta

Administración de Empresas

Bogotá, Colombia

2021

## Tabla de contenido

Índice de figuras.....	6
Agradecimientos .....	7
Dedicatoria.....	8
Glosario.....	9
Resumen y palabras clave.....	10
Abstract y key words .....	11
1. Introducción.....	12
1.1 Planteamiento del problema.....	13
1.2 Justificación.....	13
2. Objetivos.....	15
2.1 Objetivo general .....	15
2.2 Objetivos específicos.....	15
3. Presentación de la empresa.....	16
3.1 Concepto del producto .....	16
3.2 Cuadro de planeación estratégica del servicio .....	17
4. Análisis digital de la competencia .....	18
5. Definición del buyer persona.....	19

6.	Línea de contenidos para la estrategia digital.....	21
6.1	Objetivo de la estrategia de contenidos.....	21
6.2	Mix de la estrategia de contenidos .....	21
6.2.1	Estrategia de contenido Comunidad. Esta estrategia pretende compartir.....	22
6.2.2	Estrategia de contenido de Marketing. Implementar esta estrategia le.....	23
6.2.3	Estrategia de contenido Institucional. Este contenido tiene como.....	23
7.	Posicionamiento seo .....	25
7.1	Listado de Keywords que las personas utilizan para encontrar el servicio.....	25
7.2	Selección de una keyword primaria y realización de un listado del contenido que se creará en torno a la palabra clave .....	26
7.3	Optimización del contenido en torno a la keyword primaria seleccionada y pagina.....	26
7.4	Promoción del contenido.....	27
7.5	Leads al contenido.....	27
8.	Anuncio de pago SEM.....	28
9.	Página web.....	30
9.1	Logotipo .....	38
9.2	Menú de navegación.....	39
9.3	Captura de seguidores .....	39
9.4	Vitrina.....	40
9.5	Exposición de marca .....	40

9.6	Subsección de nosotros .....	41
9.7	Sección Membresías.....	41
9.8	Sección Nuestros Servicios .....	42
9.9	Call to Action .....	42
9.10	Newsletter.....	43
9.11	Disparador de chat.....	43
9.12	Exposición de Redes sociales.....	44
9.13	E-commerce – Pasarela de pago.....	44
10.	Publicidad y anuncios en internet .....	45
10.1	Pop Up.....	45
10.2	Social Ads (Facebook) .....	46
10.3	Relaciones Publicas.....	47
11.	Marketing de proximidad.....	48
12.	Conclusiones.....	51
13.	Referencias.....	54

## Índice de figuras

Figura 1. Buyer Persona.....	19
Figura 2. Matriz de contenidos .....	22
Figura 3. Anuncio Google Ads .....	29
Figura 4. Página Web-Pestaña principal.....	30
Figura 5. Página Web Cuerpo-portafolio.....	31
Figura 6. Página Web cuerpo 2.....	32
Figura 7. Página Web Footer .....	33
Figura 8. Página Web-Nosotros.....	34
Figura 9. Página Web-Contáctanos.....	35
Figura 10. Página Web-Concurso .....	36
Figura 11. Página Web-Subcategorías.....	37
Figura 12. Página Web-Anfitriones .....	38
Figura 13. Ejemplo de Pop Up.....	46
Figura 14. Caja compra y agradecimiento .....	49
Figura 15. Código QR.....	49
Figura 16. Marca Empresarial.....	52
Figura 17. Servicio Big Star Colombia.....	52

## **Agradecimientos**

Ante todo, queremos empezar agradeciéndole a Dios por darnos la oportunidad de formar este equipo de trabajo y ayudarnos, en los momentos más difíciles, a sacar este proyecto de grado adelante. Agradecerle, por la vida de cada una de las personas que componen este equipo de trabajo, por la vida de nuestra profesora, guía y futura colega Viviana Carolina Romero Peralta. A ella igualmente, agradecerle por su vocación de enseñanza, paciencia y siempre buena actitud para con nosotros, por darnos alas para volar cada vez más alto.

Empezamos esta travesía hace cuatro años, travesía que siempre estuvo acompañada y guiada por las familias de cada uno de nosotros quienes hoy les agradecemos por darnos la oportunidad de estudiar en esta prestigiosa institución y por impulsarnos a ser los mejores estudiantes y futuros profesionales. Gracias a la Universidad del Rosario y a nuestra querida Escuela de Administración, por las herramientas que nos han brindado en este tiempo y por impulsarnos a ser la mejor versión de nosotros mismos.

Gracias a cada uno de nuestros compañeros quienes ayudaron a que siempre hubiese un ambiente de respeto y motivación para la realización de este proyecto de grado. Gracias por ser compañeros fieles en este proceso tan importante de nuestra vida estudiantil.

**GRACIAS**

## **Dedicatoria**

No podemos afirmar que ha sido un proceso sencillo, sin embargo, hoy podemos decir que cada segundo invertido en la construcción de este proyecto ha valido la pena y sabemos que nos dará frutos en nuestro futuro profesional y laboral.

Ante todo, queremos dedicarles este trabajo a nuestros padres, personas que siempre han velado por darnos las herramientas necesarias para convertirnos en personas de bien que puedan aportarle cada vez más a esta sociedad. También, se lo dedicamos a aquellos que hoy no están con nosotros, ya que sabemos que desde el cielo nos han acompañado y guiado en este proceso de formación.

Dedicárselo a nuestros hermanos, quienes han sido fieles compañeros y amigos durante toda nuestra vida y que nos sirven de inspiración. Al ser también hermanos mayores, sabemos que día a día nos queremos formar como personas integra para darles el mejor ejemplo posible.

Por último, te lo dedicamos a ti profesora Viviana, por siempre depositar tu confianza en nosotros, por ser como una madre y guía en el aula de clase, así fuese virtual. Gracias por tu vocación y por influir tan positivamente en la vida estudiantil de cada uno de nosotros.

**ESTO ES PARA TODOS USTEDES**

## Glosario

- Estrategia digital: Es la combinación de canales y formatos de comunicación que están enfocados al marketing. Se busca atraer a los clientes generando un contenido enfocado a sus necesidades.
- Leads: Es el usuario que ha entregado sus datos a una organización, esta información se dirige normalmente a una base de datos.
- Mockup: Son los fotomontajes que le permiten a los diseñadores y/o programadores web mostrarles a sus clientes la proyección que va a tener su página web.
- Pop-up: Ventanas con diferente formatos, opciones y contenido que se abren en una página web.
- Social Ads: Son todos los anuncios que buscan su promoción por medio de redes sociales.
- Trafico web: Es la información que generan los usuarios que acceden a determinada página web o plataforma digital.

## **Resumen y palabras clave**

El presente trabajo de grado plasma el aprendizaje adquirido en los años de formación en Administración de Empresas, Administración de Negocios Internacionales y Administración de Logística y Producción adquiridos en la Universidad del Rosario, específicamente, en todas aquellas estrategias digitales que se necesita para lograr posicionar un emprendimiento y/o empresa. Con base en el desarrollo del trabajo antecesor de este, se empezará con el análisis de la competencia en el mercado digital, sus principales fortalezas y posibles oportunidades en este mercado. Además de esto, proseguiremos a personalizar el Buyer Persona de Big Star Colombia, sus comportamientos, información general y gustos. Se planteará la estrategia digital de contenidos para Big Star Colombia, teniendo en cuenta estrategias de: Comunidad, Marketing, Institucional y de Interacción. Se presentará las estrategias SEO y SEM escogidas para complementar la estrategia de posicionamiento digital de Big Star Colombia. Finalmente, mostraremos el mockup de la Pagina Web de la plataforma digital, en donde se ejemplificará la aplicación de las estrategias digitales mencionadas anteriormente.

Palabras claves: Estrategia digital, Página web, Marketing, Comunidad, Contenido, Posicionamiento.

## **Abstract y key words**

This degree work reflects the learning acquired in the years of learning in Business Administration, International Business Administration and Logistics and Production Administration at the Universidad del Rosario, specifically, in all those digital strategies that are needed to achieve a position to an entrepreneurship and / or company. Based on the development of its predecessor work, it will begin with the analysis of the competition in the digital market, its main strengths and possible opportunities in the market. In addition to this, we will continue to personalize the Buyer Persona of Big Star Colombia, their behaviors, general information and tastes. The digital content strategy for Big Star Colombia will be proposed, taking into account strategies of: Community, Marketing, Institutional and Interaction. The SEO and SEM strategies chosen to complement Big Star Colombia's digital positioning strategy will be presented. Finally, we will show the mockup of the website of the digital platform, where the application of the digital strategies mentioned above will be exemplified.

Key words: Digital Strategy, Website, Marketing, Community, Content, Positioning.

## 1. Introducción

El sector turismo en Colombia ha tenido una gran importancia en el desarrollo económico del país, sin embargo, este ha sido uno de los sectores que más se han visto afectados por la pandemia del COVID-19 en el país. Es debido a esto, que nació Big Star Colombia, una iniciativa de emprendedores colombianos para apoyar el sector turismo de su país y, sobre todo, a aquellas familias que dependen económicamente de este sector y del movimiento turístico en Colombia. Para seguir con la estructura de este emprendimiento, se prosiguió a realizar un análisis de aquellas herramientas digitales a utilizar; entendiendo, que actualmente la ventana más ventajosa para lograr un posicionamiento es el mercado digital.

En la situación en concreto de Big Star Colombia el mercado digital se puede decir que es el más influyente para su desarrollo de la idea de negocio, ya que, al ser una plataforma digital, debe utilizar adecuadamente todas aquellas herramientas que se necesitan para lograr ser un modelo de negocio atractivo tanto para los turistas como para los hoteles, hostales y/o glampings colombianos.

## **1.1 Planteamiento del problema**

El sector turismo en Colombia tuvo un constante crecimiento en lo referente a su aporte al PIB nacional, sin embargo, en el año 2020, teniendo en cuenta el impacto que dejó la pandemia del COVID-19 en la economía global, nacional, y, sobre todo, en este sector turismo se percibe un retroceso del aporte del sector turismo a nivel nacional. Antes de la pandemia del COVID-19 según cifras oficiales del Ministerio de Industria y Comercio, este sector aportaba entre el 3,5 y el 3,8% al PIB nacional. Se estima que el aporte de este sector al PIB de la economía global se redujo un 49% respecto a años anteriores, estimación cercana al fenómeno económico ocurrido en Colombia.

## **1.2 Justificación**

El sector turismo ha podido sobrellevar actualmente más la pandemia del COVID-19, sin embargo, aún existen múltiples familias colombianas que no se han podido recuperar completamente del impacto de esta pandemia en su economía, pues depende en gran medida o totalmente de los ingresos del sector turismo en el país. Es debido a esto a que nace el proyecto de Big Star Colombia, este busca ser una plataforma digital intermediadora entre viajeros

nacionales e internacionales y los hoteles, hostales y/o glampings pertenecientes netamente a familias colombianas. Esto con la finalidad de poder impulsar al sector turismo en Colombia y que este pueda retomar el crecimiento continuo que venía presentando en los últimos años, antes de la pandemia, para el PIB de Colombia.

## **2. Objetivos**

### **2.1 Objetivo general**

Analizar y fundamentar las herramientas apropiados a utilizar para la aplicación de la estrategia digital de Big Star Colombia.

### **2.2 Objetivos específicos**

1. Mencionar y analizar la competencia de Big Star Colombia en el mercado, teniendo en cuenta sus estrategias digitales.
2. Personalizar el Buyer Persona del modelo de negocio de Big Star Colombia.
3. Elaborar la estrategia digital de contenidos de Big Star Colombia, planteando estrategias de: Comunidad, Marketing, Institucional y de Interacción.
4. Enunciar las estrategias SEO y SEM establecidas para su utilización en la estrategia digital de Big Star Colombia.
5. Explicar el mockup de la página web de Big Star Colombia, reuniendo las herramientas digitales a utilizar para la estrategia digital.

### **3. Presentación de la empresa**

#### **3.1 Concepto del producto**

Big Star es una plataforma digital, que por medio de membresías busca dar a conocer todos los hoteles de calidad, creados por familias colombianas que pretenden tener una mayor participación en el mercado, y a su vez, lograr conectarlos con personas que buscan experiencias inolvidables, al mejor precio.

El nombre de esta organización “Big Star Colombia” nace de la motivación que los creadores tenemos para demostrar que la calidad de los hoteles nacionales no tiene limitación alguna; que a lo largo de todo el territorio nacional se puede encontrar hoteles de familias colombianas de excelente calidad que lo único que están buscando es lograr captar cada vez más la atención de los viajeros para que les den una oportunidad, así como se les da a hoteles de grandes cadenas hoteleras.

Big Star Colombia, como nombre, pretende demostrar la grandeza del sector turismo nacional, y a su vez, cumpliendo con lo estipulado como visión de la organización, lograr que internacionalmente la marca sea reconocida por mostrar lo más hermoso de nuestro país siempre de la mano con familias colombianas que les han apostado su vida, tiempo y recursos a los hoteles colombianos.

### 3.2 Cuadro de planeación estratégica del servicio

Big Star Colombia

**Propuesta de Valor:** Membresía que permite escoger hoteles de calidad que no pertenecen a cadenas hoteleras.

**Clientes:** Big Star se dirige a aquellas personas que buscan experiencias inolvidables, asegurando su comodidad a un buen precio.

**Canal:** El canal principal será la plataforma digital, posteriormente las plataformas intermediarias y directamente los hoteles, miembros de Big Star Colombia.

**Ingresos:** Venta de membresías y comisión por medio de cada cliente fidelizado a un hotel.

**Recursos:** Los recursos claves en este proyecto serán los programadores, diseñadores web, software, equipo de cómputo y los aportes de socios.

**Actividades:** Big Star será la plataforma intermediaria entre los viajeros y los hoteles colombianos.

**Alianzas:** Hoteles colombianos de 3 estrellas en adelante que no pertenezcan a cadenas hoteleras.

**Costes:** La estructura de costes que tiene la empresa para poder llevar a cabo el proyecto son los relacionados con el funcionamiento web y el coste de logística de distribución de membresías.

#### 4. Análisis digital de la competencia

Big Star tiene dos competidores directos en el mercado, Airbnb y Booking, los cuales tienen un posicionamiento muy marcado en el mercado online de hospedajes, y por ende su principal canal de venta es la página web.

Por un lado, esta booking con más de 1.550.000 noches reservadas en sus alojamientos cada día, con un gran posicionamiento a nivel internacional, reconocida como una de las mayores empresas eCommerce de viajes alrededor del mundo. Y por el otro Airbnb que va más enfocado en poder alquilar ese espacio que la persona no ocupa en su vivienda, por eso el nombre “Air bed and Breakfast” cama de aire y desayuno, un nicho más descomplicado que solo busca un espacio para dormir, lema que ha llegado a millones de usuarios, que ha ido creciendo y además de alojamientos ofrece experiencias y restaurantes para reservar.

Finalmente, para hacer un diagnóstico digital es necesario analizar los números en las páginas webs, en donde Airbnb lidera con mayor tráfico directo en la página web, pero su competencia sobresale en el tráfico de referidos, buscadores, emailing y redes sociales, pero cabe resaltar que las diferencias no son significativas, lo que evidencia estrategias similares. Airbnb cobra menos comisión y esto lo hace más atractivo para los interesados en ofrecer sus viviendas, y así mismo en esta plataforma el tiempo de aprobación es mucho más corto que en Booking.

Por último las estrategias fomentadas por medio del posicionamiento orgánico es de mayor relevancia en Airbnb, lo que sustenta el mayor tráfico en la página web.

## 5. Definición del buyer persona

Figura 1  
Buyer Persona



Fuente: Realizada por el autor

El buyer persona elegido fue María Clara de 35 años de edad, ella es una persona profesional que cuenta con estudios de posgrado, con un cargo directivo y que además tiene un salario entre \$ 4.000.000 - \$ 4.500.000 COP mensuales, ella es casada y le encanta pasar tiempo con su familia, así como darse buenos gustos y siempre pone por encima de todo la comodidad, María Clara es poco conservadora, y le gusta estar en constante cambio, de rutina, de ambientes, le gusta hacer compras y es muy crítica a la hora de invertir.

La actividad de María clara online es de aproximadamente 2-3 horas diarias y sus redes favoritas Whatsapp, Facebook e Instagram, y el contenido que suele seguir es de lugares únicos y paradisíacos, así como influenciadores que la motiven a salir de su zona de confort.

Así mismo es una persona responsable, crítica y muy ordenada con su tiempo ya que pasa mucho tiempo en la oficina y el restante necesita gestionarlo muy bien para pasar tiempo de calidad con su familia.

Por último, cuando María clara empezó a hacer parte de Big Star se empezó a sentir realizada, sabía que su esfuerzo en el trabajo tenía su recompensa en cada viaje, ya que esto le traía unión familiar y además se sentía bien con el estatus que le generaba esta membresía.

## **6. Línea de contenidos para la estrategia digital**

### **6.1 Objetivo de la estrategia de contenidos**

El objetivo principalmente es cautivar al cliente, mostrándole las numerosas posibilidades que cambiaran su manera de viajar, como tarifas, acceso a un importante portafolio de hoteles, flexibilidad y exclusividad en cada uno de ellos. Esto con el fin de atraer al cliente a que conozca de los servicios que ofrece Big Star, que se familiarice con el concepto de las membresías, y que pueda conocer las experiencias de nuestros miembros, esto es para motivarlo a que pertenezca a la base de datos de la empresa, a cambio de recibir beneficios de cada hotel que vaya haciendo parte de la membresía.

Por último, se le ofrecerá al cliente una promoción especial y limitada por llenar los datos, la cual se enviará por los medios de contactos registrados, con el fin de tener un mayor acercamiento, para posteriormente generar una conversión de venta.

### **6.2 Mix de la estrategia de contenidos**

Figura 2  
Matriz de contenidos

<b>Matriz de contenidos</b>	
<b>COMMUNITY</b>	<b>MARKETING</b>
1. Como ahorrar dinero en tus viajes 2. Los mejores destinos turísticos en Colombia	1. Página Web 2. Dar a conocer los hoteles 3. Comunidad Big Star comprometida con la biodiversidad 4. Garantizar experiencias de calidad
<b>INSTITUCIONAL</b>	<b>INTERACCIÓN</b>
1. Big Star apoya las familias colombianas	1. Alianza con influenciadores 2. Concurso de la mejor foto 3. Recorrido virtual

Fuente: Realizada por el autor

**6.2.1 Estrategia de contenido Comunidad.** Esta estrategia pretende compartir temas de interés relacionados con los viajes, pues no corresponden estrictamente a temas con la marca, sino se enfocan principalmente en generar curiosidad y conexión con la comunidad, como se pudo mencionar anteriormente el buyer persona está fuertemente interesado en conocer lugares nuevos, vivir experiencias inolvidables y serán estos consejos los que le resulten de utilidad en sus próximas vacaciones.

Por otro lado, esta estrategia también busca dar a conocer los atributos que tiene cada lugar en Colombia, el potencial y los diferentes atractivos que lo pueden hacer un posible destino turístico, todo esto con el fin de actualizar a nuestro buyer persona y convertirlo en parte de nuestra comunidad.

**6.2.2 Estrategia de contenido de Marketing.** Implementar esta estrategia le permite a la empresa comunicar con sus clientes los beneficios de la plataforma digital, así como descuentos y nuevas experiencias. Por otro lado, se hará énfasis en la calidad de hoteles que pertenecen al portafolio Big Star, ya que estos serán destinos reconocidos en el sector turístico de Colombia, que no dejan de lado valores como preservar la biodiversidad del país.

**6.2.3 Estrategia de contenido Institucional.** Este contenido tiene como objetivo mostrar los valores que tiene la empresa y hacer un reconocimiento de marca por medio de campañas que muestren como Big Star apoya a las familias colombianas que dedican su vida al sector turismo del país. Esto es haciendo un seguimiento riguroso de aquellos hoteles de calidad que han sido creados por colombianos que están buscando un reconocimiento de marca y mayor poder de negociación en el mercado.

**6.2.4 Estrategia de contenido de Interacción.** En este apartado el objetivo es interactuar con la comunidad, lo cual se va a lograr llevando a cabo alianzas con influenciadores, en donde estos den a conocer los beneficios de tener la membresía Big Star, para así dar un mayor reconocimiento de marca.

Así mismo, se realizarán concursos periódicamente, en los cuales los miembros tendrán que competir por tener la mejor foto en los hoteles Big Star, para así crear interacción y crecimiento en la comunidad.

Por último, se harán diferentes dinámicas de recorrido virtual, ya sea por regiones o por hoteles, para así dar a conocer todos los hoteles miembros de la compañía de una manera innovadora que promueva la interacción con los miembros de Big Star.

## **7. Posicionamiento seo**

El posicionamiento SEO o Search Engine Optimization es una herramienta que permite mejorar el posicionamiento de la marca de manera orgánica, esto quiere decir sin realizar ningún pago. Es por esta razón que ejecutar este tipo de estrategias permitirá que Big Star Colombia obtenga mayor visualización y posibles compradores, por lo cual se llevaron a cabo varios pasos para definir la implementación de esta herramienta en la página web y que se vea reflejado en los buscadores.

### **7.1 Listado de Keywords que las personas utilizan para encontrar el servicio**

Para obtener este listado de keywords se usaron herramientas de búsqueda tales como: Keyword Tool Dominator, SmallSEOTools y Keyword Tool. Por lo tanto, se consideró el siguiente listado:

Hoteles, Estadías, Hostales, Membresías, Viajes, Hoteles Pet Friendly, Ofertas, Afiliados.

Por otra parte, se identificó que era importante tener en cuenta los hoteles ubicados en diferentes zonas con gran influencia en la búsqueda, como lo son:

Hoteles Cartagena, Hoteles Medellín, Hoteles Barranquilla, Hoteles 85 Bogotá, Hoteles Santa Marta, Hoteles Quindío, Hoteles Yopal.

## **7.2 Selección de una keyword primaria y realización de un listado del contenido que se creará en torno a la palabra clave**

- Keyword: Hoteles
- Formatos: Videos y fotos
- Temas: Viajes y experiencias.

## **7.3 Optimización del contenido en torno a la keyword primaria seleccionada y pagina**

- **URL:** [www.bigstarcolombia.com.co](http://www.bigstarcolombia.com.co)
- **Meta descripción:** Recibe todos los beneficios de una **membresía** en el **hotel** de tus sueños. **Hoteles** en Cartagena, Medellín, Barranquilla, Bogotá y Santa Marta de alta calidad para hacer de tu **estadía** una experiencia única en **hoteles** colombianos.

- **Título de la página:** Hoteles de ensueño en Big Star Colombia
- **Título del contenido:** Hoteles y membresías de calidad y a un buen precio

#### **7.4 Promoción del contenido**

El contenido será promocionado utilizando redes sociales como: Instagram, Facebook, WhatsApp (por grupos de viajeros), Tik Tok (videos de los hoteles y las regiones) y por medio de relaciones públicas con Influenciadores. Fueron escogidas estas redes sociales debido a la cantidad de usuarios activos en este tipo de plataformas y a la cantidad de impacto posible en cada promoción.

#### **7.5 Leads al contenido**

Se conseguirán Leads por medio de la generación de vínculos de advanced social media (influenciadores), enlaces desde sitios de alto índice (página conocida que mencione a Big Star Colombia) y enlazar la empresa en directorios como páginas amarillas.

## **8. Anuncio de pago SEM**

Una estrategia SEM o Search Engine Marketing se basa en la creación de anuncios pagos en diferentes buscadores con la finalidad de aumentar la visibilidad de la marca y por ende de la accesibilidad a la página web. Big Star Colombia tendrá una campaña SEM por medio de Google Adwords, mostrando lo que ofrecen y haciendo que el público quiera interactuar en la página web para encontrar la mejor estadía en Colombia.

Esta campaña se realizará tomando como ubicación toda Colombia, con el objetivo de obtener más ventas o suscripciones al sitio web y mostrando la opción de llamar a la empresa para obtener un asesoramiento más completo.

*Figura 3*  
*Anuncio Google Ads*

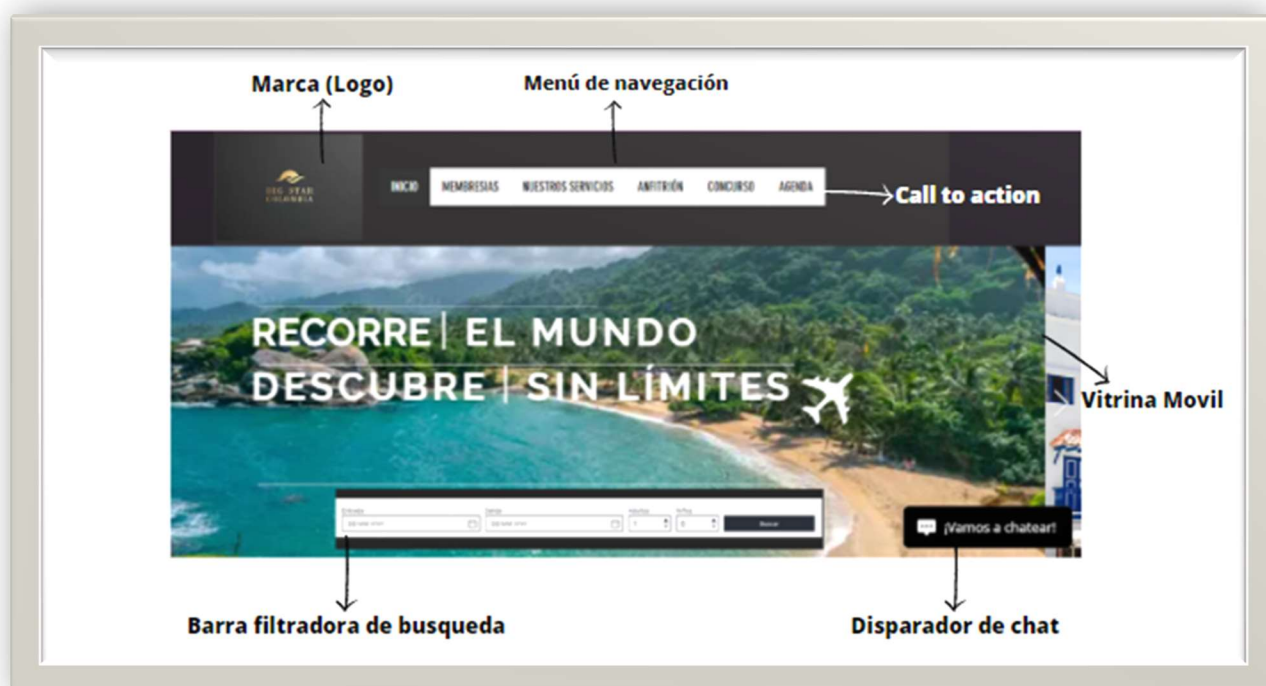


---

Fuente: Realizada por el autor

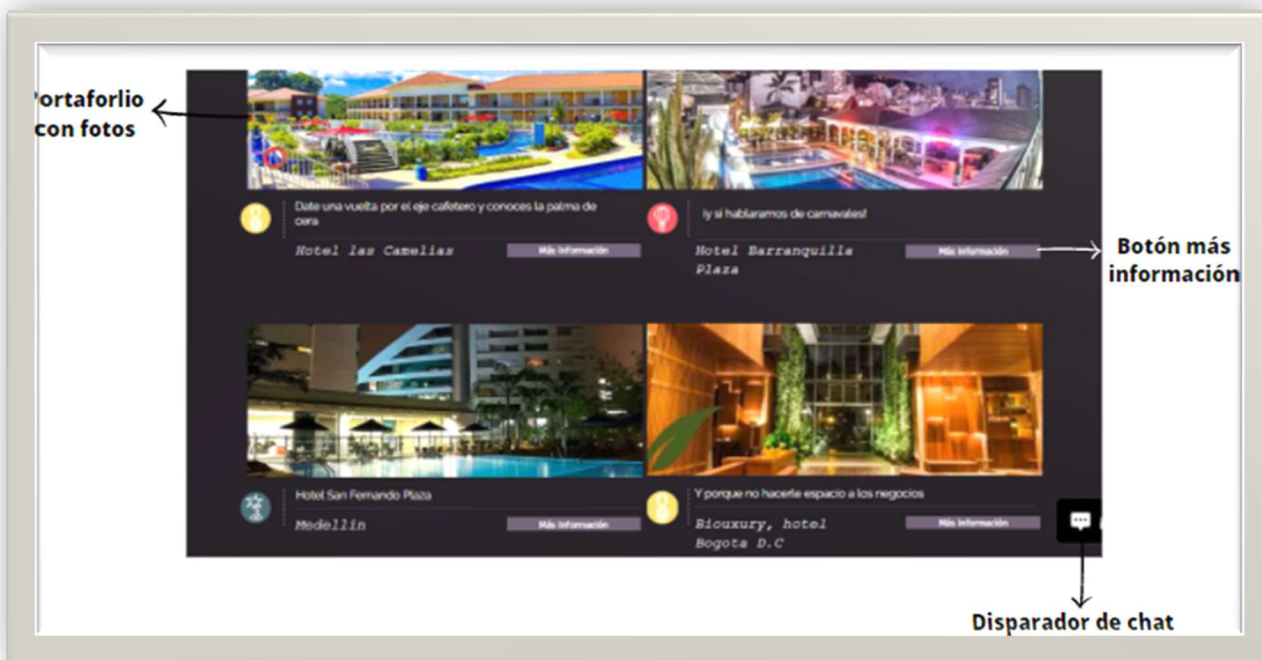
## 9. Página web

Figura 4  
Página Web-Pestaña principal



Fuente: Realizada por el autor

Figura 5  
Página Web Cuerpo-portafolio



Fuente: Realizada por el autor

Figura 6  
Página Web cuerpo 2



Fuente: Realizada por el autor

Figura 7  
Página Web Footer



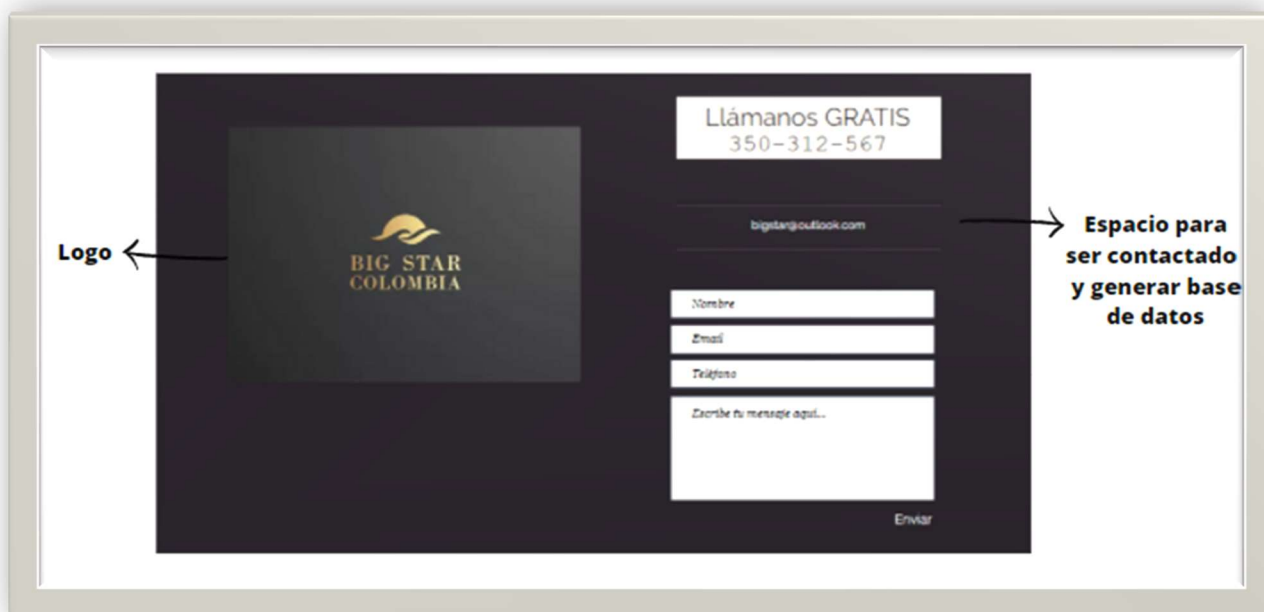
Fuente: Realizada por el autor

Figura 8.  
Página Web-Nosotros



Fuente: Realizada por el autor

Figura 9.  
Página Web-Contáctanos



The image shows a web contact form for "BIG STAR COLOMBIA". The form is dark-themed with white text and input fields. On the left, there is a logo consisting of a stylized bird or flame above the text "BIG STAR COLOMBIA". To the right of the logo, the text "Llámanos GRATIS" and the phone number "350-312-567" are displayed. Below this, the email address "bigstar@outlook.com" is shown. The form contains three input fields: "Nombre", "Email", and "Teléfono". Below these fields is a larger text area with the placeholder "Escribe tu mensaje aquí...". At the bottom right of the form is a button labeled "Enviar".

Logo ←

Llámanos GRATIS  
350-312-567

bigstar@outlook.com

Nombre

Email

Teléfono

Escribe tu mensaje aquí...

Enviar

→ Espacio para ser contactado y generar base de datos

Fuente: Realizada por el autor

Figura 10  
Página Web-Concurso



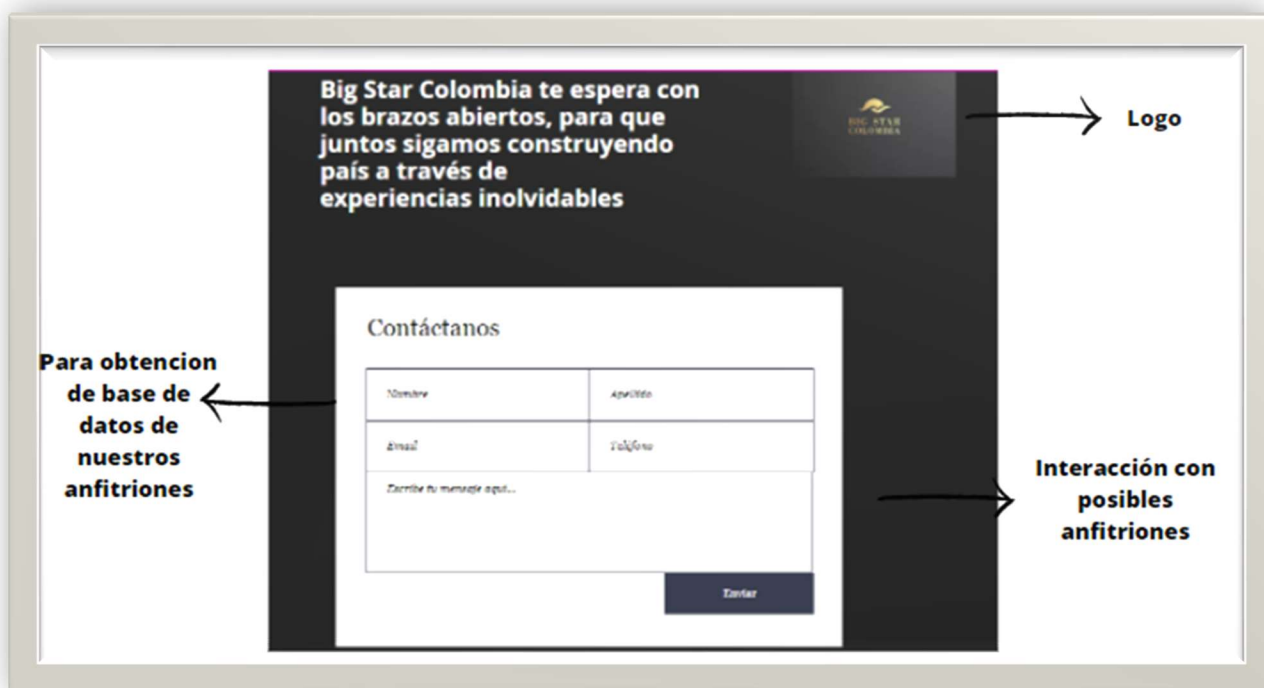
Fuente: Realizada por el autor

Figura 11.  
Página Web-Subcategorías



Fuente: Realizada por el autor

Figura 12.  
Página Web-Anfitriones



Fuente: Realizada por el autor

## 9.1 Logotipo

Es la distinción de una marca haciendo que esta sea única y recordable. El logotipo de Big Star Colombia es el reflejo de una ola estampada en el sol dorado de un atardecer y acompañado en la parte inferior por el nombre de la marca. Este logo se puede observar en la cabecera en la parte izquierda de la página web y esta visible en cada una de las ventanas, de esta forma se

genera mayor recordación de la marca. De igual forma, se puede evidenciar en diferentes zonas de la página web acompañando en espacios de contenido.

## **9.2 Menú de navegación**

Con un menú sencillo, visible y fácil de manejar el consumidor podrá navegar por las diferentes ventanas sin encontrar puntos de fuga. La barra de menú está localizada en la parte superior de la página web y se puede ver en cualquiera de las ventanas. Se cuenta con cinco categorías y con otras cinco subcategorías.

## **9.3 Captura de seguidores**

Se puede encontrar en la categoría inicio en la subcategoría denominada “Nosotros”, acá el usuario podrá encontrar nuestro número habilitado para responder cualquier inquietud, encontrarán un cuadro para que nos realicen preguntas y estas serán respondidas vía email y por

último pueden encontrar nuestras redes sociales en las cuales encontraran contenido único y donde también podrán ponerse en contacto con Big Star Colombia.

#### **9.4 Vitrina**

Está situada al principio de la ventana principal de la página web y tienen la característica de ser una vitrina móvil en la cual se observan fotos de algunos de nuestros hoteles ubicados en diferentes regiones. La franja está acompañada de una barra de filtro en la cual los clientes pueden buscar los sitios recomendados dependiendo de la fecha de estadía y la cantidad de personas que se quedarían.

#### **9.5 Exposición de marca**

La marca esta visible en la parte superior de la página web en la que se muestra el logo de la empresa, esta se puede evidenciar en cualquier ventana y en algunos contenidos expuestos.

## **9.6 Subsección de nosotros**

En esta subsección se encontrará información relevante de la empresa como es la descripción de la creación y del objetivo que esta tiene, a su vez se tiene visible información de contacto y el lema insignia de Big Star Colombia que es “Fomentamos igualdad y premiamos lealtad”.

## **9.7 Sección Membresías**

En esta sección se encuentran tres tipos de membresías. La Membresía Andina en la cual se encuentran hospedajes situados en esta región al igual que la Membresía Caribe, en cada hospedaje los usuarios podrán encontrar información básica como descripción, ubicación, precios, políticas y un botón pidiendo mayor información. Y para terminar se encuentra la Membresía Todo Terreno en esta el usuario podrá tener completo acceso a cualquier tipo de hospedaje ubicado en cualquier región, de esta forma podrán recorrer Colombia y disfrutar la multiculturalidad que se puede encontrar en este país.

## **9.8 Sección Nuestros Servicios**

Acá se encontrarán cuatro subsecciones las cuales intentan facilitar la búsqueda de estadias a los usuarios, encontrando así: hoteles, glampings, hostales y hospedaje petfriendly. Al hacer esta escogencia se encontrará toda la información necesaria para tener la mejor elección.

## **9.9 Call to Action**

Se encuentran varios botones que llaman a la comprar inmediata y al agendamiento de los hospedajes, incluso en la barra de menú se evidencia una categoría llamada “Agenda” y al final de la página hay botones redirigiendo a las personas al portafolio de servicios ofrecidos por Big Star Colombia.

### **9.10 Newsletter**

Se va a capturar el email de los usuarios de la página web por varias formas como es en la sección de nosotros en la que las personas tendrán la oportunidad de contactarse con nosotros para recibir asesoría o pedir más información sobre alguno de nuestros servicios, esto se llevara a cabo vía email para tener mayor proximidad. De igual forma se obtendrá información necesaria de las estadías que quieran ser anfitriones y pertenecer a la familia Big Star Colombia, en esta los hoteles interesados nos podrán contactar vía email.

### **9.11 Disparador de chat**

Este chat está ubicado en la parte inferior de la página web y estará habilitado las 24 horas con el fin de tener mayor afinidad a los usuarios y poder solucionar las preguntas que puedan tener. Este chat requiere de unos datos personales para generarle al cliente la información especial por correo y seguir en contacto así la persona ya no se encuentre en la página web.

### **9.12 Exposición de Redes sociales**

Como ya se había nombrado con anterioridad se tendrá usuario en Facebook, Instagram y Twitter, estas redes sociales se encuentran en el footer de la página para no tener puntos de fuga y dejar que el usuario explore por toda la plataforma y se enamore de los servicios prestados.

### **9.13 E-commerce – Pasarela de pago**

La página web contara con una pasarela de pago confiable y global, por esta razón manejaremos PayPal. Esta herramienta está situada en la parte inferior de la página web y en cada servicio presente. PayPal permite hacer compras con tarjeta de crédito sin hacer visible la información financiera de la persona.

## **10. Publicidad y anuncios en internet**

### **10.1 Pop Up**

Un Pop Up marketing se mostrará en la página principal de Big Star Colombia, incentivando a los usuarios con una ventana emergente en la cual encontrarán el 25% de descuento. Un cupón le llegará al correo electrónico y este podrá utilizarlo en un tiempo limitado, así tendremos una base de datos más completa y seguiremos el objetivo de atracción.

*Figura 13.*  
*Ejemplo de Pop Up*

---



---

Fuente: Realizada por el autor

## **10.2 Social Ads (Facebook)**

Es una estrategia de mercadeo que permite crear publicidad por medio de las redes sociales, en este caso Big Star Colombia creara publicidad en Facebook debido a la cantidad de usuarios que esta red social tiene. Facebook permite identificar la cantidad de me gusta en cada publicación realizada al igual que a la cantidad de personas que están hablando de la marca, de

esta forma se lograra incrementar las visualizaciones y se creara una marca con mayor reconocimiento.

### **10.3 Relaciones Publicas**

De igual forma se tendrá como estrategia la creación de contenido con ayuda de influenciadores debidamente estudiados dependiendo del contenido que estos hacen, la comunidad que tienen y por supuesto el costo que manejan por cada historia o publicación. Es por esto que nuestro primer influenciador e imagen de marca es Mateo Vanegas, estudiante de medicina y creador de Medical Training, maneja 151.000 seguidores y tiene un engagement del 15,40%. Con él se realizará la dinámica de recorrido por regiones, incentivando los viajes en Colombia.

Por otra parte, tendremos como influenciadora a Tuti Vargas que tiene un engagement del 2,55% y cuenta con un millón de seguidores, esta influenciadora suele viajar con frecuencia y el contenido que manejaremos con ella es la creación de una historia promocionando la marca.

Por último, tenemos a PauTips, influenciadora en temas de belleza y cuidado personal, pero a su vez se ha convertido en promotora de marcas, tiene un engagement del 0,76% y cuenta con 8,2 millones de seguidores. El costo por publicación está oscilando entre 163.68-272.80 dólares, debido a su alto costo se realizaría una historia promocionando la marca.

## 11. Marketing de proximidad

Es una forma de crear cercanía o aproximar los clientes al servicio prestado, esta estrategia permite aumentar la efectividad de la empresa y tener un alcance más amplio. Se utilizarán dos tipos de herramientas presentes en el mercadeo de proximidad, los cuales son:

- Códigos QR: Este código estará ubicado en las manillas que serán entregadas dentro de una caja junto a una carta de agradecimiento por el agendamiento o la compra de una membresía. En este código podrán hacer el Check-In sin necesidad de hacerlo a la entrada del hotel, esto con el objetivo de hacer el proceso más rápido y sin ninguna dificultad para el comprador por otra parte, encontrarán información necesaria del hotel de hospedaje como ubicación, número de habitación, demás servicios prestados y al final encontrarán un espacio para que nos cuenten de su experiencia y posibles sugerencias. Todo esto se realizará utilizando el código QR que los llevará a una página en la que encontrará toda la información ya presentada.

*Figura 14.*  
*Caja compra y agradecimiento*

---



---

Fuente: Realizada por el autor

*Figura 15*  
*Código QR*

---



---

Fuente: Realizada por el autor

- WhatsApp Marketing: En esta plataforma se podrá generar interacción con los clientes y con los clientes potenciales, se podrán hacer campañas de ventas de membresías y posteriormente analizar datos relevantes como fechas en las que las personas agendan más o compran más, quienes suelen buscar más información y posibles nuevos targets.

## 12. Conclusiones

- Principalmente, podemos establecer que Big Star Colombia debe aprovechar completamente aquellas estrategias digitales vigentes, y, sobre todo, las que están entrando en tendencia. Esto se debe a que es un emprendimiento nativo digital, en donde, se busca inicialmente que su operación se centre en su plataforma digital donde se le busca dar la mejor experiencia posible tanto a los viajeros como a los hoteles que quieran hacer parte de este proyecto.
- Adicional a lo anteriormente mencionado, podemos determinar que es de vital importancia para Big Star Colombia tener todas las funciones y aplicaciones de las estrategias digitales establecidas en su página web. Estas estrategias como lo pueden ser: Llamado a la acción, chat con los clientes, pop-up, entre otros; van a generar que se pueda cerrar el proceso de compra con los clientes de Big Star Colombia y crear estadísticas relevantes para aquellos hoteles miembro de la familia Big Star Colombia.
- Cabe resaltar que Big Star es un emprendimiento digital que entra a competir con 2 grandes empresas con un amplio recorrido en el tema de reservas en línea como booking y Airbnb, dado esto es de suma importancia que se haga un amplio esfuerzo en la estrategia de crear comunidad ya que es necesario ganar la confianza de los posibles miembros y que estos puedan expresar el valor agregado que genera Big Star, de la misma manera es necesario llenar esos vacíos que no ha suplido la competencia, como lo son el bajo rendimiento en email marketing y el poco tráfico en redes sociales

- Las estrategias SEO son una fuente importante para cualquier empresa, pero son aún más para aquellos emprendimientos que están entrando a un mercado incierto. Para ello deben saber cómo aplicarlas y entender cada una de las herramientas para así obtener mayor reconocimiento de marca sin realizar ningún pago.
- Finalmente, Big Star Colombia es un emprendimiento de jóvenes colombianos que buscan apoyar a familias colombianas. Este tipo de emprendimiento, nativos digitales, tienen una oportunidad interesante en el mercado del sector turismo, principalmente, porque se busca que se capte la atención de aquellas organizaciones gubernamentales que buscan el apoyo a este tipo de iniciativas y también, aquellas que apoyan emprendimientos nativos digitales pues se ha logrado determinar en el mercado que estos tienen una escalabilidad mayor a un proyecto nativo tradicional.

*Figura 16.*  
*Marca Empresarial*

---



*Figura 17*  
*Servicio Big Star Colombia*

---



---

Fuente: Realizado por el autor

### 13. Referencias

*Airbnb: Alojamientos vacacionales, cabañas, casas en la playa, alojamientos únicos y experiencias.* (s. f.). Airbnb. Recuperado 24 de mayo de 2021, de <https://es.airbnb.com>

*Keyword Suggestion Tool, Best keyword generator—SmallSEOTools.* (s. f.). *Keyword Suggestion Tool, Best Keyword Generator - SmallSEOTools.* Recuperado 24 de mayo de 2021, de <https://smallseotools.com/keywords-suggestions-tool/>

*Keyword Tool (FREE) ▶#1 Google Keyword Planner Alternative.* (s. f.). Recuperado 24 de mayo de 2021, de <https://keywordtool.io/>

*Marketing Digital: Cuáles son los tipos de tráfico web y cómo usarlos a tu favor—Postedin.* (s. f.). Recuperado 24 de mayo de 2021, de <https://www.postedin.com/blog/marketing-digital-cuales-son-los-tipos-de-trafico-web-y-como-usarlos-a-tu-favor/>

*Micro-influencers vs Celebrities | Influencer Marketing Hub.* (s. f.). Recuperado 24 de mayo de 2021, de <https://influencermarketinghub.com/micro-influencers-vs-celebrities/>

*Pop up o ventana emergente, ¿qué es y cómo aprovecharlo? (2018, junio 26).* Hotmart. <https://blog.hotmart.com/es/que-es-un-pop-up/>

*¿Qué es Social Ads? Plataformas, Tipos de Anuncios y Ventajas | Clavei.* (s. f.). Recuperado 24 de mayo de 2021, de <https://www.clavei.es/blog/que-es-social-ads-redes-sociales-tipos-de-anuncios-y-ventajas/>

*¿Qué es un lead, qué tipos hay y para qué sirven? (s. f.). Recuperado 24 de mayo de 2021, de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-lead>*

*¿Qué es un Mock Up? | Estudioka | Diseño gráfico y web Barcelona. (s. f.). Recuperado 24 de mayo de 2021, de <https://estudioka.es/que-es-un-mock-up/>*

*Qué es una estrategia digital y cómo se arma en una empresa. (s. f.). Doctimiza Estrategia digital. Recuperado 24 de mayo de 2021, de <https://doctimiza.com/estrategia-digital/>*

*¿Qué son los indicadores KPI y qué tipos existen? (2018, noviembre 1). Vilma Núñez - Consultora Estratégica de Marketing. <https://vilmanunez.com/indicadores-kpi/>*

*Turismo: De récord en 2019 a caída sin precedentes en 2020 | Economía | Portafolio. (s. f.). Recuperado 24 de mayo de 2021, de <https://www.portafolio.co/economia/turismo-de-record-en-2019-a-caida-sin-precedentes-en-2020-547654>*