

Universidad del Rosario



Estrategia digital – Rincón del Cielo

Trabajo de grado PADE 2

Juliana Cárdenas Triana, Karen Daniela Lancheros Chávez, Nicolás Espinosa Rincón, Valerie Yanty Vega Moreno

Bogotá D.C, Colombia

2023-1

Universidad del Rosario



Estrategia digital – Rincón del Cielo

Trabajo de grado PADE 2.

**Juliana Cárdenas Triana, Karen Daniela Lancheros Chávez, Nicolás Espinosa Rincón,
Valerie Yanty Vega Moreno**

Viviana Carolina Romero Peralta

**Administración de Empresas, Administración de Negocios Internacionales, Marketing y
Negocios Digitales, Administración en Logística y Producción**

Bogotá D.C, Colombia

2023-1

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento de título *“Estrategia Digital – Rincón del Cielo”*, en la opción de grado de **PADE 2** y que por lo tanto su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna institución con fines de calificación o publicación.

Juliana Cárdenas Triana

Nicolás Espinosa Rincón

Karen Daniela Lancheros Chávez

Valerie Yanty Vega Moreno

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Juliana Cárdenas Triana

Nicolás Espinosa Rincón

Karen Daniela Lancheros Chávez

Valerie Yanty Vega Moreno

Tabla de contenido

<i>Glosario</i>	<i>10</i>
<i>Presentación y Resumen</i>	<i>11</i>
Palabras Clave: Rincón del Cielo, Marketing, Marketing digital, naturaleza, cerca de Bogotá.	11
Abstract y Keywords	12
Keywords: Rincón del Cielo, Marketing, digital marketing, nature, close to Bogotá.	12
1. Objetivos	13
1.1 Objetivo General	13
1.2 Objetivo Especifico	13
2. Presentación de Producto	14
2.1 Concepto de Producto	14
3. Planeación Estratégica del Producto	17
4. Análisis Digital de la Competencia	18

5. Definición del Buyer Persona.....	23
6. Líneas de Contenidos Para la Estrategia Digital.....	25
6.1 Objetivo de la Estrategia de Contenidos	25
6.2 Contenido Embudo	26
6.3 Mix de la Estrategia de Contenido	27
6.3.1 Estrategia de Contenido de Comunidad.....	27
6.3.2 Estrategia de Contenido Insitucional	28
6.3.3 Estrategia de Contendio de Marketing.....	29
6.3.4 Estrategia de Contenido de Interacción	30
7. Posicionamiento SEO	31
7.1 Listado de Keywords.....	31
7.2 Selección Keyword Primaria y Realización de un Listado del Contenido que se Crea en Torno a esa Palabra Clave	31
7.3 Página.....	32
7.3.1 URL:.....	32

7.3.2 Meta Descripción:	32
7.3.3 Título de la Página:	32
7.3.4 Título del Contenido:	33
7.3.5 Hipervínculo de Keywords:	33
8. Anuncio de Pago SEM.....	34
9. Página Web	36
9.1 Pestaña Principal.....	36
9.2 Menú de Navegación	37
9.3 Sección Sobre Nosotros y NewsLetter	38
9.4 Sección Cabañas	39
9.5 Sección Galería	40
9.6 Sección Servicios.....	42
9.7 Sección Contacto	43
9.8 Sección Chat	44

9.9 Pasarela de Compras	45
10. <i>Estrategia de Redes Sociales</i>.....	46
10.1 Objetivo.....	46
10.2 ¿Atracción, interacción o conversación?.....	46
10.3 Acciones a realizar	46
11. <i>Email Marketing</i>	50
11.1 Objetivo de fidelización	50
12. <i>Conclusiones</i>	53
13. <i>Referencias bibliográficas</i>	55

Tabla de Figuras

Figura 1	15
Figura 2	15
Figura 3	16
Figura 4	17
Figura 5	18
Figura 6	22
Figura 7	23
Figura 8	26
Figura 9	27
Figura 10	34
Figura 11	35
Figura 12	35

Figura 13	36
Figura 14	37
Figura 15	38
Figura 16	39
Figura 17	40
Figura 18	42
Figura 19	43
Figura 20	44
Figura 21	45
Figura 22	47

Figura 23	48
Figura 24	48
Figura 25	49
Figura 26	49
Figura 27	51
Figura 28	51
Figura 29	52

Glosario

Engagement: Es el nivel de compromiso, entusiasmo y lealtad que tiene una audiencia con una marca. Implica que una persona siga a la marca en redes sociales o dé “me gusta” a sus publicaciones, pero que también comparta, comente, y realice las acciones que se sugieren. (Santos, s/f).

Glamping: Un alojamiento en un espacio natural, acondicionado para tal fin y con condiciones amigables en cuanto a confort y a la estética. (Negrete, 2022)

Influencer: Persona activa en redes sociales que, por su estilo de vida, valores o creencias, tiene un peso directo en un cierto número de seguidores y usuarios. (Wynter, s/f)

Marketing Digital: Un conjunto de informaciones y acciones que pueden ser hechas en diversos medios digitales con el objetivo de promover empresas y productos. (*Qué es el Marketing Digital, cómo se hace y para qué sirve* ✓, s/f)

Marketing: Conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar, e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general. (*El Marketing y sus definiciones* / *Conexión ESAN*, s/f)

Presentación y Resumen

Rincon del Cielo es un Glamping tipo cabañas con ambientes diferentes, que cuentan con un espacio acogedor y conectado con la naturaleza de una forma armoniosa para que se pueda disfrutar de los sonidos que esta nos brinda, en especial el del río, con la posibilidad de tener un acercamiento y convivencia con especies nativas en su habilidad (zarigueuellas, oso perezoso, iguanas, etc).

El trabajo tiene como objetivo darle continuidad al proyecto y con este incentivar el municipio de La Peña, Cundinamarca y todas sus maravillas, ya que es un sitio poco turístico y está a tan solo tres horas de Bogotá, para ser más exactos, Rincón del Cielo se encuentra en la vereda el retiro que es a 20 minutos del casco urbano, por medio de una estrategia digital, haciendo uso de diferentes herramientas como lo son redes sociales, página web, meta y Google ADS e influencers.

Palabras Clave: Rincón del Cielo, Marketing, Marketing digital, naturaleza, cerca de Bogotá.

Abstract

Rincon del Cielo is a Glamping type cabins with different environments, which have a cozy space and connected with nature in a harmonious way so you can enjoy the sounds that this gives us, especially the river, with the possibility of having an approach and coexistence with native species in their ability (opossums, sloth bear, iguanas, etc).

The work aims to give continuity to the project and with this encourage the municipality of La Peña, Cundinamarca and all its wonders, as it is a little tourist site and is only three hours from Bogota, to be more exact, Rincón del Cielo is located in the village of El Retiro which is 20 minutes from the town center, through a digital strategy, using different tools such as social networks, website, meta and Google ADS and influencers.

KeyWords: Rincón del Cielo, Marketing, digital marketing, nature, close to Bogotá.

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Implementar una buena estrategia de marketing digital basada en la atracción del lugar y todos los servicios que este brinda, con el fin de poder llegarle a gente de otras regiones del país, incluso de nacionalidades diferentes y poder tener un mayor alcance al público objetivo.

1.2 Objetivo Especifico

- Atraer a clientes de regiones y nacionalidades diferentes, brindando servicios de su interés, usando como principal objetivo la naturaleza y la cercanía que los glampings tipo cabañas tienen al río, por medio de la página web y redes sociales usando diferentes formatos como historias, post, reels y crear alianzas con diferentes influenciadores así generar mayor demanda en nuestros canales.
- Hacer la implementación de Meta y Google ADS para poder desarrollar estrategias de publicidad que permitan un mayor alcance a este público, además teniendo una permanencia con cliente para que los quieran volver a disfrutar de una noche en el Rincón del Cielo.

2. Presentación de Producto

2.1 Concepto de Producto

Rincón del cielo es la creación de tres glampings tipo cabañas con ambientes diferentes, rodeado por la naturaleza, especialmente del río negro y que goza de un clima cálido.

Cada glamping contará con su baño privado, ducha a cielo abierto con agua caliente, cama doble, jacuzzi, maya catamarán, minibar, cafetera, terraza, desayuno, parqueadero, transporte para servicios varios y dependiendo de la topografía del lugar, puede contar con fogata. Adicionalmente, contará con un kiosco que se adecuará para ser el restaurante, bar, comedor, souvenirs, primeros auxilios, baños con ducha y tienda necesidades básicas, también tendrá una cancha de vóley playa y bádmin-ton.

Por otro lado, contará con servicios turísticos para ir a las cascadas cercanas en un Jeep Willys y vivir una experiencia más completa.



Figura 1. Portón Rincón del Cielo. *Entrada con letrero de Rincón del Cielo. Fuente: Elaboración propia*



Figura 2. Cabaña Paraíso. *Cabaña Paraíso y alrededores. Fuente: Elaboración propia*



Figura 3. Cascada Pital. *Cascada Pital y vehículo Jeep Willys, m38, modelo 1952. Fuente: Elaboración propia.*

3. Planeación Estratégica del Producto

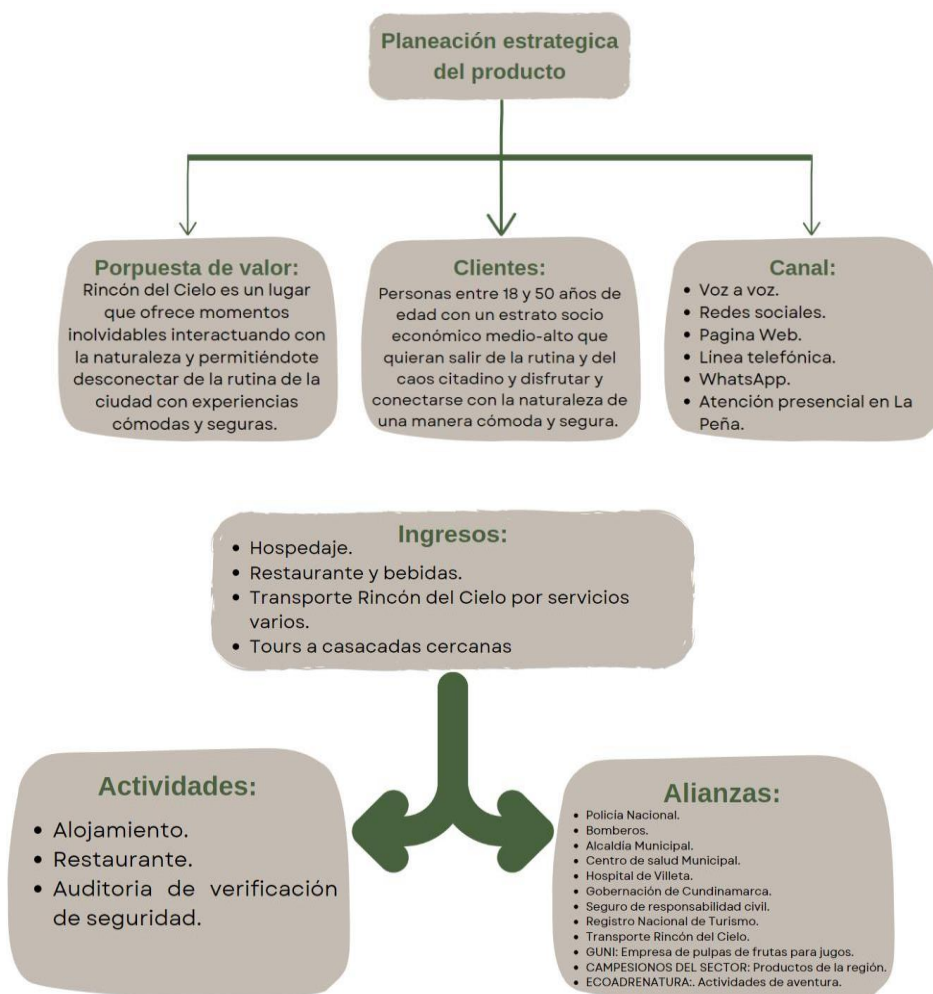


Figura 4. Planeación Estratégica del Producto. Esta figura fue modificada del trabajo de Pade1. Fuente: (Juliana Cárdenas Triana et al., 2022)

4. Análisis Digital de la Competencia

Métrica	BIRD HOUSE	MONTELENA	Decameron
Sitio web			
# Visitas	No hallado	No hallado	1.4M
Promedio duración	No hallado	No hallado	3:42
# Pag. Vistas	No hallado	No hallado	3.32
Rebote	No hallado	No hallado	49,80%
Tráfico por países	No hallado	No hallado	COL47,87% PER10,31% ECU 9,88% USA 9,48% MX 6,93% Otros 15,53%
Fuente de Tráfico			
Directo	No hallado	No hallado	29,25%
Referidos	No hallado	No hallado	5,28%
Buscadores	No hallado	No hallado	30,02%
Redes Sociales	No hallado	No hallado	4,13%
Emailing	No hallado	No hallado	0,35%
Display	No hallado	No hallado	5,70%
Diagnostico SEO			
Desempeño	No hallado	No hallado	5/30 (Website Grader)
Móvil	No hallado	No hallado	20/30 (Website Grader)
Seo	No hallado	No hallado	30/30 (Website Grader)
Seguridad	No hallado	No hallado	5/10 (Website Grader)
Presencia en Internet			
Sitio Web	https://birdhouse.com.co/	No tiene, punto por mejorar	https://www.decameron.com/es/co-inicio
Publicidad	Anuncios en Instagram	Anuncios en Instagram	Anuncios en Facebook, Instagram, Google Ads

Redes Sociales			
VARIABLES CUANTITATIVAS RRSS Seguidores – seguidores actuales y nuevos seguidores mensuales Frecuencia de publicaciones – publicaciones semanales Tipo de contenido – foto, video, texto, infografía y audio, en el caso de videos (informativos y promocionales) Engagement semanal – replies, menciones, rts, favoritos, me gusta, comentarios, share, +1, y repins	Instagram: 55,4k TikTok: 1,497. Publicaciones aprox. dos por semana. Contenido entre reels y fotografías del paisaje y cabañas. Los me gusta no superan los 80 likes. No hay comentarios, los que hay no son respondidos. Pauta con perfiles de más de 10k seguidores. En temporada alta hay mayor interacción, publican más.	Instagram: 16k Facebook: 363. En los dos perfiles el contenido es el mismo, la diferencia es su mayor constancia en Instagram. Comparte reels de los servicios que ofrece como spa y masajes, actividades como torrentismo. Uso de Hashtags. Responden a todos los comentarios que tienen y los likes superan los 150 por post. Publican aprox. una vez cada 20 días o más. En temporada alta hay mayor interacción, publican más.	Instagram: 423k. Publicaciones: Publica aproximadamente una o dos veces por día. Desde reels informativos a fotografías de las instalaciones de los hoteles Además de promociones. Cuenta en la mayoría de sus post con likes desde 70 a más de 500 me gusta. Todos los comentarios son respondidos. Hacenes uso de hastaghs
VARIABLES CUALITATIVAS RRSS Social Customer Service – ¿responden o no a los seguidores?, tiempo de respuesta, cantidad de respuestas, sentimiento positivo y negativo Tipo de promociones – cupones, descuentos, concursos o sorteos	WhatsApp, Instagram y TikTok	WhatsApp, Instagram y Facebook	WhatsApp, Instagram, Youtube, Página Web y correo
Emailing (frecuencia, tipo de contenidos)			Email para contacto y asesorías
Marketing Móvil (App, responsive, marketing de aproximación, promociones...)	No tiene app	No tiene app	No tiene app

Figura 5. Análisis de la Competencia. Fue analizado con las herramientas similar web y website grader. Fuente: Elaboración propia.

Durante el análisis a los competidores se identificaron principalmente dos que ofrecen cabañas y/o glampings en Cundinamarca. Por un lado, se encuentra Montelena, y por el otro, Birdhouse. Estos dos hoteles, al igual que Rincón del Cielo, ofrecen una experiencia de ecoturismo a pocas horas de Bogotá. Cuentan con presencia en redes, siendo Instagram su medio principal para darse a conocer. Birdhouse, ubicado en Villeta, Cundinamarca, cuenta con 55,4k seguidores en Instagram. Y si bien tienen su perfil en Tik Tok, tan solo cuentan con 1,497 seguidores en donde todas sus publicaciones dirigen al cliente al perfil de Instagram. Se logra evidenciar que su estrategia en medios digitales se basa en la promoción del lugar con influencers entre 10k en adelante de seguidores.

Otro punto por resaltar es su baja interacción con la comunidad pues en sus posts no hay comentarios y en la mayoría de sus publicaciones los me gusta no superan los 80 likes, cifra muy baja teniendo en cuenta la cantidad de seguidores que tiene. El contenido varía entre fotografías o videos del paisaje y de las cabañas. En su mayoría los posts van orientados a ofrecer una experiencia para disfrutar en pareja. Además, cuentan con una página web en donde comparten un poco de la historia del lugar, los planes y paquetes que ofrecen y un blog con recomendaciones de turismo y gastronomía. Se puede reservar directamente en el sitio web o por WhatsApp. Sin embargo, al hacer la búsqueda en SimilarWeb, la página no arroja ningún dato sobre número de visitas o tiempo de duración en página, lo que significa que el sitio web no les atrae suficiente tráfico para ser relevante.

Por el otro lado se encuentra Montelena, ubicado en Vergara, Cundinamarca, cuenta con un perfil en Facebook con 363 seguidores y en Instagram con 16k seguidores. En los dos perfiles el contenido es el mismo, la diferencia es su mayor constancia en Instagram. En esta última red comparte reels de los servicios que ofrece como spa y masajes, además de las actividades que

pueden realizar en su estadía como torrentismo. Al igual que BirdHouse este competidor se enfoca en vender experiencias para vivir en pareja. Un dato para resaltar en las publicaciones de Montelena es el uso de Hashtags para mejorar la visibilidad de sus contenidos. Los Hashtags que usan en su mayoría van con relación al turismo se encuentran hashtags como #PlanesCercaABogota, #GlampingColombia, #Ecoturismo, #Parejas, #TravelColombia, entre otros. La interacción con la comunidad es más evidente pues responden a todos los comentarios que tienen, en donde les piden, en su mayoría, más información y los likes superan los 150 de me gusta en cada post. Sin embargo, las publicaciones no son recurrentes casi un post por mes o por cada 20 días. Para reservar solo se realiza vía WhatsApp.

Llegado este punto, uno de los principales hallazgos es la falta de constancia en redes sociales y por ende falta de engagement con el cliente. Lo que se traduce en lograr establecer una relación con la audiencia a largo plazo. Por otro lado, estos dos competidores no son fuertes en su estrategia digital en página web, lo que representa una oportunidad para poder desarrollar un sitio web para que el mercado llegue y genere más confianza, respaldo y seguridad del servicio que Rincón del Cielo ofrece. Además de que hoy en día internet se ha convertido en el principal buscador para usuarios y mediante una estrategia SEO, buscadores como Google arrojará a la página web de Rincón del Cielo como respuesta a la búsqueda lo que se traduce en mayor ventas, visitas, tráfico y presencia online. (Inc, s/f)

No obstante, con el objetivo de analizar la página web de otros hoteles y evaluar su desempeño se realizó el análisis a una de las cadenas de hoteles más grandes del país: los Hoteles Decameron. Los cuales cuentan con gran trayectoria a nivel nacional e internacional pues solo en Colombia cuentan con 16 hoteles en 7 distintos destinos. Con la herramienta Website Grader se obtuvo un resultado de “aceptable” y una calificación de 30/30 de SEO. Lo que significa que ha

logrado posicionarse en los buscadores y ha generado visitas en su página web de manera orgánica. Por otra parte, con el análisis generado por Similar web es posible evidenciar la fuerte presencia de los hoteles en Colombia, pues ocupa el puesto #4 en la categoría viajes y turismo en el país. Cuenta con 1,4 millones de visitas y el tiempo promedio de permanencia en el sitio web es de 3:42 minutos. Sumado a esto, también se observa que en temporada alta el tráfico y participación en la página aumenta, todo esto tiene sentido en la medida que son épocas en donde la tendencia al turismo aumenta. En cuanto a los países que más generaron tráfico se encuentran Colombia con el 47,87%, Perú con el 10,3%, Ecuador con 9,88% Estados Unidos y México con 9,48% y 6,93% respectivamente. Estos países en donde se genera mayores visitas (con base a nuestro análisis) se debe porque Hoteles Decameron ofrece sus servicios en estas ubicaciones. Y teniendo en cuenta con el resultado a nivel Colombia, se puede inferir que en estos países también cuenta con gran participación del mercado y por esto se debe el alto flujo en su página web. Donde pueden realizar cotizaciones y obtener más información de los servicios, paquetes y promociones.

En sus canales de distribución se halló que el porcentaje de tráfico en el sitio web se realiza de manera orgánica en un 30,02% y de manera paga en un 25,27%. Lo que quiere decir que, si bien sus estrategias SEM les están aportando cierto nivel de visitas, es mayor la cantidad de visitas que se genera de manera orgánica por buen posicionamiento en buscadores. Todo esto se traduce en una marca muy estable y que atrae a su público por el buen nombre y experiencia en el mercado de la cadena de hoteles lo que hace que los clientes busquen directamente la página web y no lleguen a esta por terceros o por anuncios.

Para finalizar, la mayor parte de su tráfico en redes sociales la obtiene principalmente de Facebook (42,14%), seguido de Youtube (35,07%), WhatsApp (15,59%) y finalmente Instagram

(6,79%). Es curioso que siendo Instagram uno de los principales canales para aumentar la demanda y mantener el contacto y cercanía con los clientes; en el caso de Decameron no cuenta con una alta participación en esta red social, sino que por el contrario lo obtiene de Facebook y YouTube, redes sociales más tradicionales. Esto se puede evidenciar en el contenido que publican en estas dos redes sociales, es especial, en Youtube. En donde comparten videos de alta calidad de las experiencias que ofrecen y resaltando la belleza y cultura de sus destinos. (*Decameron.Com Market Share, Revenue and Traffic Analytics, s/f*)

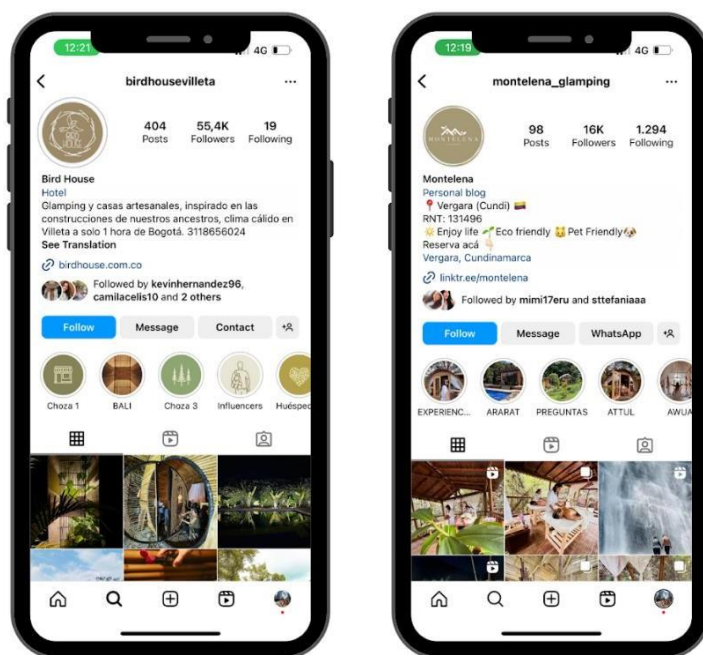


Figura 6. Instagram Competencia. A la derecha cuenta de Instagram de @montelena_glamping y a la izquierda @birdhousevilleta. Competidores de Rincón del cielo.

Fuente: Elaboración propia.

5. Definición del Buyer Persona



Figura 7. Buyer Persona.

Fuente: Elaboración propia

Valentina Alvarez tiene 30 años, está comprometida y tiene un labrador, trabaja como gerente de operaciones en la compañía de L'OREAL y cuenta con un salario anual de 102'000.000. Le gusta hacer Yoga, viajar, estar al aire libre, hacer planes con su prometido y donde pueda involucrar a su mascota.

Las redes sociales que más le gustan son Instagram y TikTok y le gusta leer y aprender de temas de su interés en formatos como los son videos, infográficos, slides shares, con influencers que compartan sus mismos gustos e intereses de una manera simple e innovadora.

Busca planes cerca de Bogotá donde pueda realizar actividades donde se involucre la naturaleza y tener una mayor conexión con ella y al mismo tiempo pueda disfrutar con sus seres queridos sin dejar de lado que pueda salir del caos y el estrés que la ciudad y su trabajo le dan.

(Viviana Carolina Romero Peralta, 2018)

6. Líneas de Contenidos Para la Estrategia Digital

6.1 Objetivo de la Estrategia de Contenidos

El objetivo principal se basa en la ideación de una estrategia de marketing digital en donde la idea fundamental es dar a conocer el glamping y el concepto de las cabañas ubicadas en un ambiente natural y único, por medio de herramientas y medios digitales; esto para generar conciencia de marca y atraer al público objetivo por medio de un mensaje emocional y de involucramiento para exponer las cabañas cómo una experiencia inigualable y cultural. (Viviana Carolina Romero Peralta, 2023)

6.2 Contenido Embudo

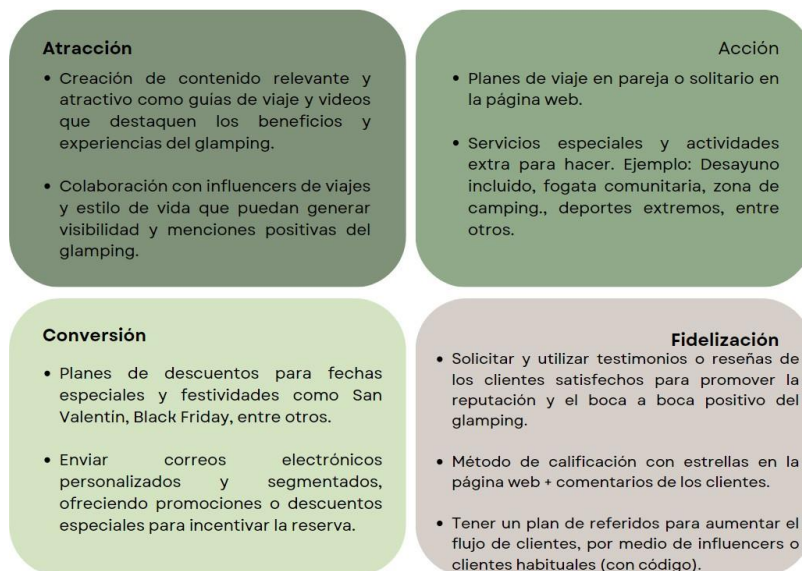


Figura 8. Contenido Embudo.

Fuente: Elaboración propia

6.3 Mix de la Estrategia de Contenido

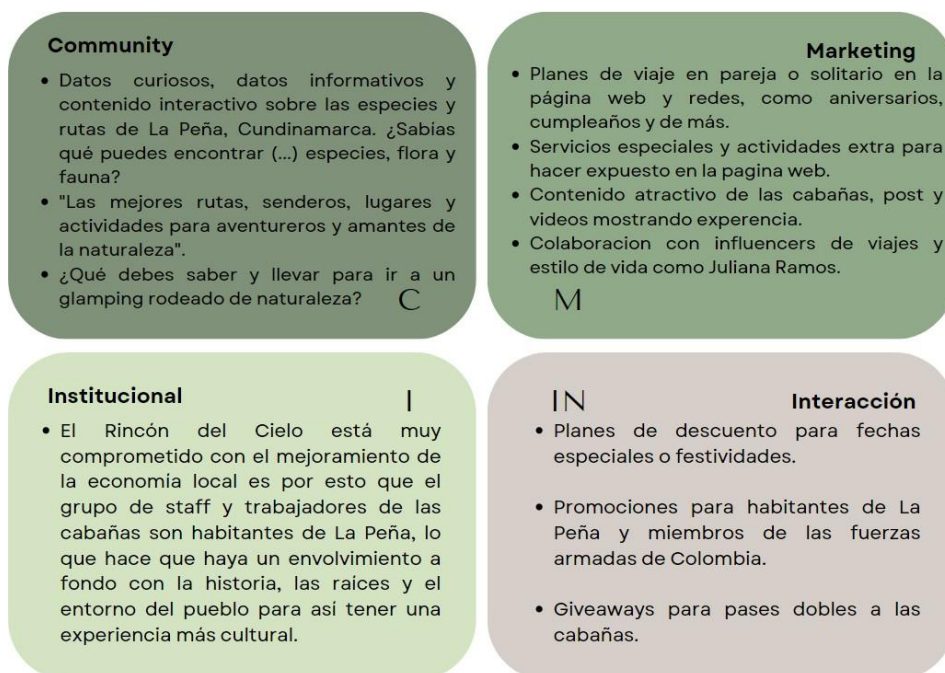


Figura 9. Mix Estrategia de Contenidos.

Fuente: Elaboración propia

6.3.1 Estrategia de Contenido de Comunidad

La estrategia de contenido de comunidad se basa en los intereses y aficiones del buyer persona, es por lo que el enfoque principal es acerca de la naturaleza y las distintas actividades que se pueden hacer en los espacios abiertos. Para cumplir esta expectativa del consumidor y acercarlo más a sus datos de intereses, se expondrán fotos en la página web de las especies, la

flora y la fauna que se pueden encontrar en El Rincón del Cielo y sus alrededores junto con la historia detrás de cada una de ellas para explorar la curiosidad del público y animar a conocerlo. Por medio de Instagram y TikTok, se harán videos cortos de las rutas, espacios atractivos para fotos y actividades para hacer en La Peña, Cundinamarca. Además, en las redes sociales y página web se harán post y vídeos con datos curiosos, datos informativos y contenido interactivo en dónde se presenten los lugares específicos dónde puedes encontrar ciertas especies, flora y fauna en La Peña, Cundinamarca. (Viviana Carolina Romero Peralta, 2023)

6.3.2 Estrategia de Contenido Insitucional

Para reafirmar el posicionamiento, los valores que la compañía comparte y el arraigamiento que tiene con la cultura y naturaleza de La Peña, Cundinamarca, la página web se utilizará como instrumento de visibilidad online que sirva como medio de información sobre la empresa, su historia, su misión, visión y objetivos, así como para ampliar la responsabilidad ética y el apoyo hacia la economía local que se tiene. Habrá un espacio en donde se demuestre que nuestra propuesta de valor distinta a los demás es acerca de la experiencia cultural por medio del staff y personal, los cuales, al ser habitantes de La Peña, tienen el conocimiento fundamental y claro de las raíces y la historia del entorno. (Viviana Carolina Romero Peralta, 2023)

También se quiere mostrar el compromiso con el medio ambiente y la calidad de las cabañas, es por lo que se hará un profundo enfoque en mostrar que las cabañas cuentan con ambientes diferentes, están en armonía con la naturaleza y están hechas con materiales del

entorno como piedra de río, madera, guadua y bambú, con acabados rústicos como el lavamanos de piedra, ducha en guadua y demás, pero sin perder el lujo. (Viviana Carolina Romero Peralta, 2023)

6.3.3 Estrategia de Contendio de Marketing

Con la estrategia de marketing, queremos ampliar la información de los distintos servicios que se brindan, es por esto que en la página web e Instagram, se harán publicaciones y especificaciones sobre los distintos planes que se ofrecen, tanto en pareja cómo solitario, también se indicará los servicios especiales y actividades extras para hacer en el Rincón Del Cielo cómo el desayuno incluido, jacuzzi, minibar, terraza, fogata y un maya catamarán que harán su estadía mucho más amena. Así mismo se hará énfasis en los descuentos de festividades especiales cómo los cumpleaños, decoraciones y servicios extra que se brindan al ser parte de nuestra comunidad de clientes en su día especial.

Se quiere destacar la comodidad y diseño minimalista en armonía con la naturaleza y el entorno, por lo que se harán publicaciones atractivas mostrando la experiencia que puede tener el consumidor al adquirir cualquiera de los planes y comodidades del Rincón Del Cielo. Esto también por medio de influencers que se acoplen a nuestros valores y que hagan contenido acerca de experiencias, viajes y estilo de vida para así atraer al público objetivo por medio de la mundología de nuestras cabañas. (Viviana Carolina Romero Peralta, 2023)

6.3.4 Estrategia de Contenido de Interacción

Con el fin de generar fidelización e incentivos a los clientes en adquirir nuestro servicio, se harán ofertas y planes de descuento para fechas especiales y festividades como San Valentín, Día de la Madre, Black Friday; se estarán enunciado vía redes sociales y en la página web con publicaciones que emanen la vibra de la festividad. Así mismo cada cierto tiempo, se harán giveaways para ganar pases dobles a las cabañas, esto con el fin de llegar a un público más amplio, generar interés en la marca y promover la interacción en redes sociales. Así mismo se tiene un convenio especial con los residentes de La Peña, Cundinamarca y los miembros/asociados a las Fuerzas Armadas de Colombia. (Viviana Carolina Romero Peralta, 2023)

7. Posicionamiento SEO

El objetivo de la estrategia SEO (Search Engine Optimization) es mejorar el posicionamiento en el resultado de los navegadores principales de manera orgánica cuando el usuario realice búsquedas con palabras claves que sean de utilidad y que le ayuden al cliente a encontrar el sitio web de Rincón del Cielo.

7.1 Listado de Keywords

Glamping tipo cabañas cerca de Bogotá, Cundinamarca, alquiler, hospedaje, naturaleza, clima cálido, ecoturismo, glamping.

7.2 Selección Keyword Primaria y Realización de un Listado del Contenido que se Creara en Torno a esa Palabra Clave

7.2.2 Keyword: Glamping tipo cabañas cerca de Bogotá rodeadas de naturaleza.

7.2.3 Formato: Fotos, videos, página web, redes sociales, influencers viajeros y otros con contenido afín.

7.2.4 Temas: Experiencias, tipo de cabañas, actividades, servicios que se ofrecen.

7.2.5 Optimización del Contenido en Torno a la Key Word Primaria seleccionada:
Glamping tipo cabañas.

7.3 Pagina

7.3.1 URL: www.glamapingrincondelcielo.com.co

7.3.2 Meta Descripción: RINCÓN DEL CIELO - Hospedaje en Glamping tipo cabañas en Cundinamarca rodeadas por naturaleza a pocos metros del Río que te permitirán conectar y disfrutar del clima cálido y del ecoturismo cerca a Bogotá

7.3.3 Título de la Página: Rincón del Cielo.

7.3.4 Título del Contenido: Rincón del Cielo – Cabañas.

7.3.5 Hipervínculo de Keywords: Reserva ahora.

8. Anuncio de Pago SEM

Ahora bien, con la estrategia SEM (Search Engine Marketing) se busca promocionar y aumentar la visibilidad del sitio web de Rincón del Cielo por medio del pago de anuncios en Google Adwords. De modo que se espera atraer a nuevos clientes, generar mayor interacción y aumentar el tráfico en la página web de Rincón del cielo.

Patrocinado



Rincon del Cielo
<https://www.glampingrincondelcielo.com>

Rincón del Cielo - Cabañas

Hospedaje en Glamping tipo cabañas en Cundinamarca rodeadas por naturaleza a pocos metros del Río que te permitirán conectar y disfrutar del clima cálido y del ecoturismo cerca a Bogotá.

[Contáctanos](#) · [Cabañas](#) · [Reserva Online](#) · [Galería](#) · [Sobre Nosotros](#)

Figura 10. Anuncio de pago SEM. Ejemplo de cómo sería el anuncio de Google Adwords.

Fuente: Elaboración propia



Figura 11. Anuncio de pago SEM para móvil. Ejemplo de cómo se visualizará el anuncio desde dispositivos táctiles.

Fuente: Elaboración propia

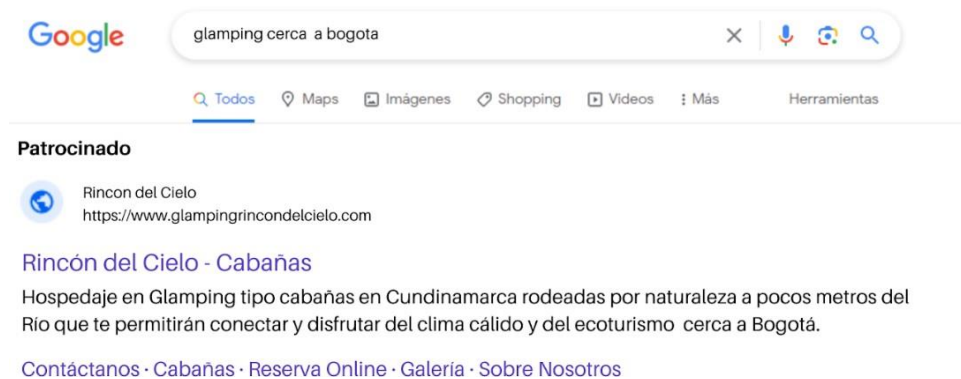


Figura 12. Anuncio de pago SEM para ordenadores. Ejemplo de cómo se visualizará el anuncio al hacerse una búsqueda con alguna de las palabras claves.

Fuente: Elaboración propia

9. Página Web

9.1 Pestaña Principal

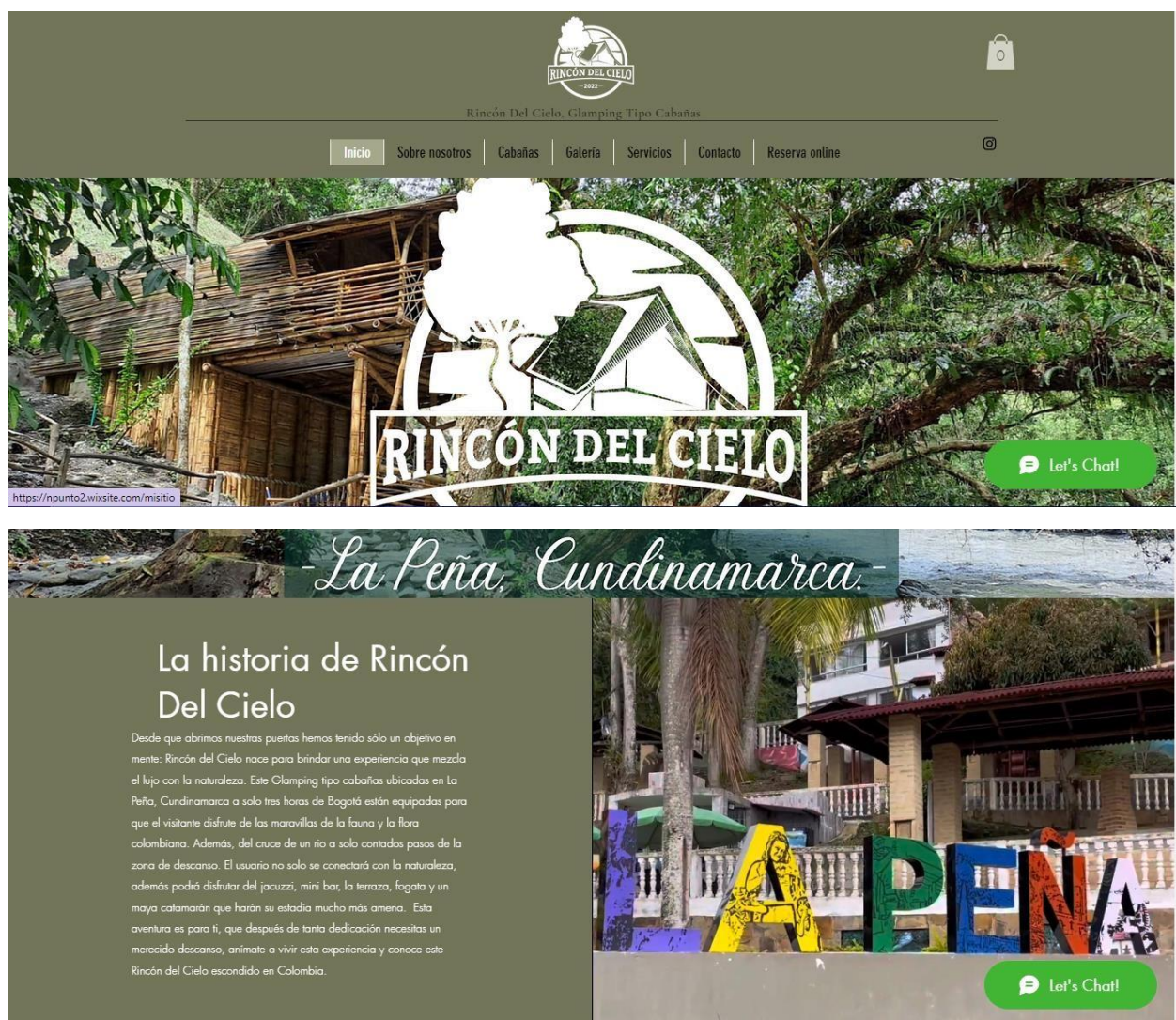


Figura 13. Pestaña principal. En la primera pestaña podemos ver el logo del Rincón del Cielo al abrir la página,

al bajar encontramos una breve descripción de donde nace la idea de hacer el Rincón del Cielo y un video para que puedan ver parte de las instalaciones.

Fuente: (Editor Wix / Rinc N Del Cielo, s/f-a).

9.2 Menú de Navegación



Figura 14. Menú de Navegación. *En el menú de inicio podemos encontrar 7 categorías en las cuales el cliente puede navegar para poder conocer más acerca de nosotros, contactarnos o realizar una reserva.*

Fuente: (Editor Wix / Rinc N Del Cielo, s/f-a)

9.3 Sección Sobre Nosotros y NewsLetter

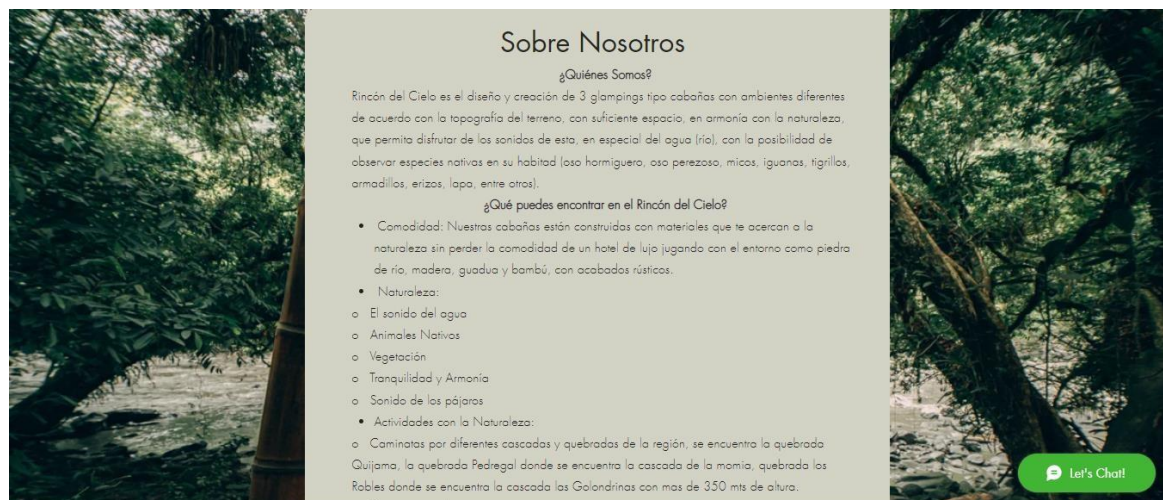


Figura 15. Sobre nosotros y Newsletter. *Acá podrán encontrar una breve descripción del lugar, Actividades y experiencias que podrán encontrar al momento de reservar una cabaña con nosotros.*

Fuente: (Editor Wix / Rinc N Del Cielo, s/f-b)

9.4 Sección Cabañas

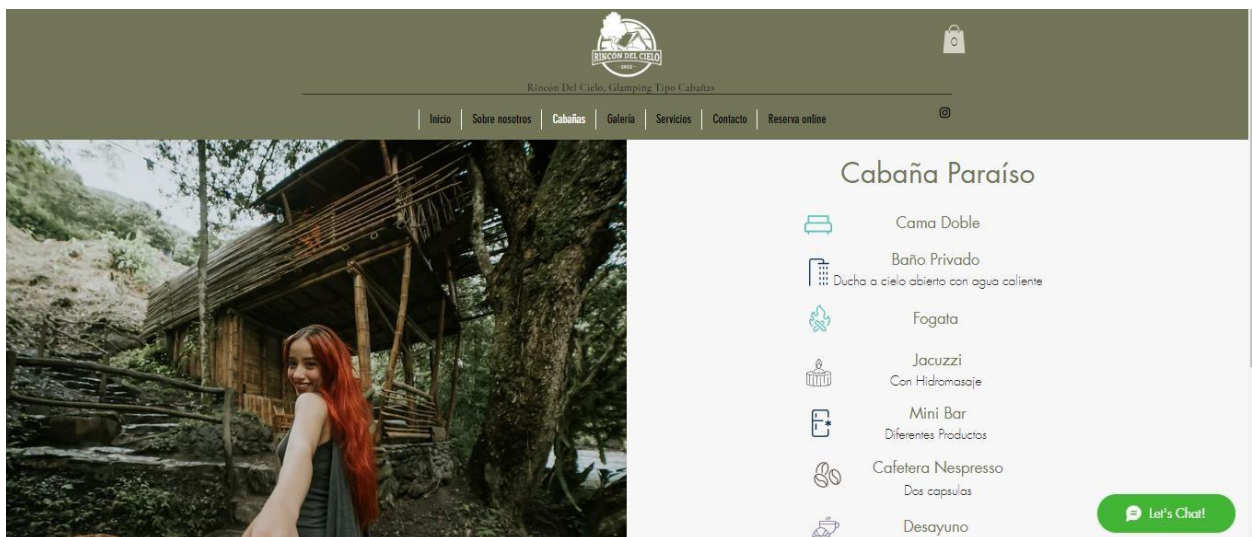


Figura 16. Cabañas. Acá podrán encontrar la descripción de la cabaña y con que cuenta cada cabaña.

Fuente: (Editor Wix / Rinc N Del Cielo, s/f-b)

9.5 Sección Galería

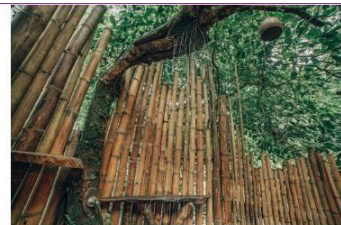
Rincón Del Cielo, Glamping Tipo Cabañas

Inicio | Sobre nosotros | Cabañas | **Galería** | Servicios | Contacto | Reserva online

Galería



Let's Chat!



Let's Chat!

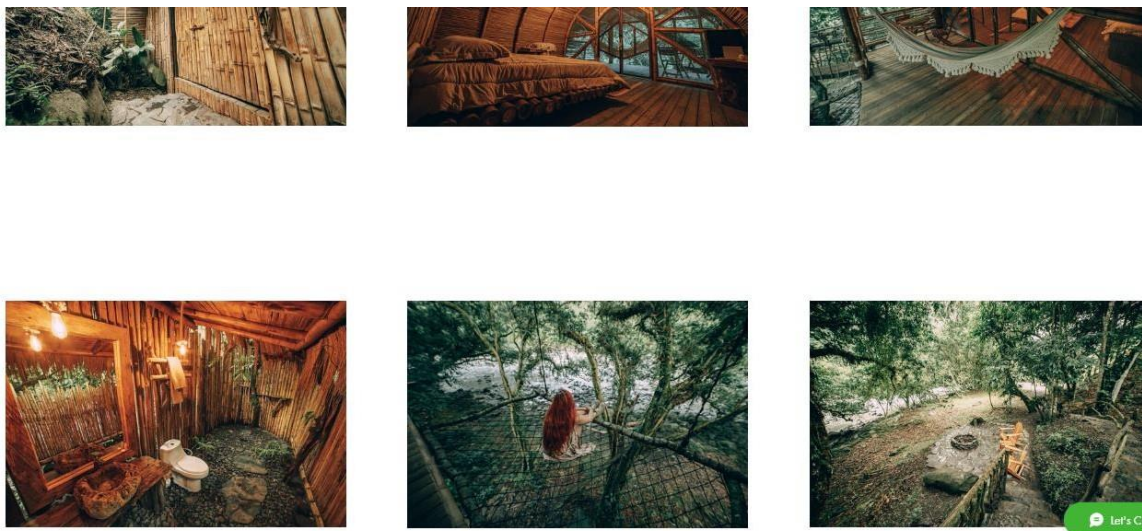


Figura 17. Galería. *Acá podrán encontrar diferentes fotos del lugar y sus alrededores como las instalaciones, los tipos de cabañas y paisaje al rededor.*

Fuente: (Editor Wix / Rinc N Del Cielo, s/f-a)

9.6 Sección Servicios

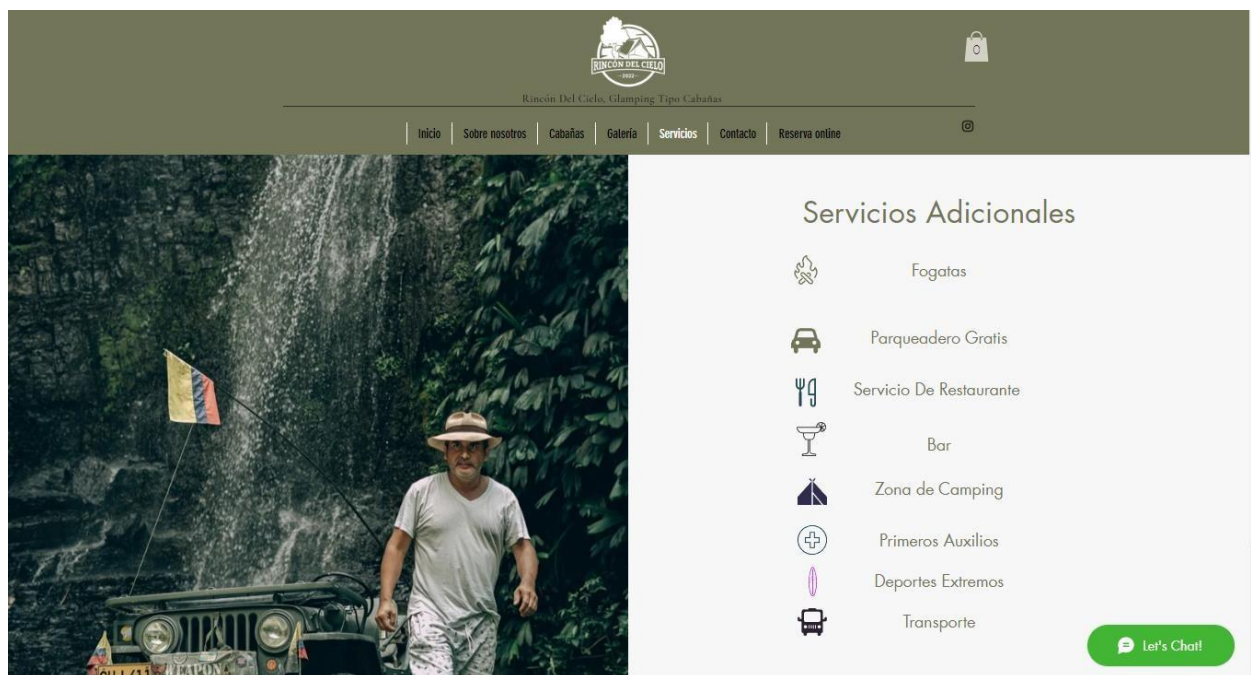


Figura 18. Servicios Adicionales. *Acá podrán encontrar los diferentes servicios con los que cuenta el lugar diferente con los que cuenta cada cabaña.*

Fuente: (Editor Wix / Rinc N Del Cielo, s/f-a)

9.7 Sección Contacto

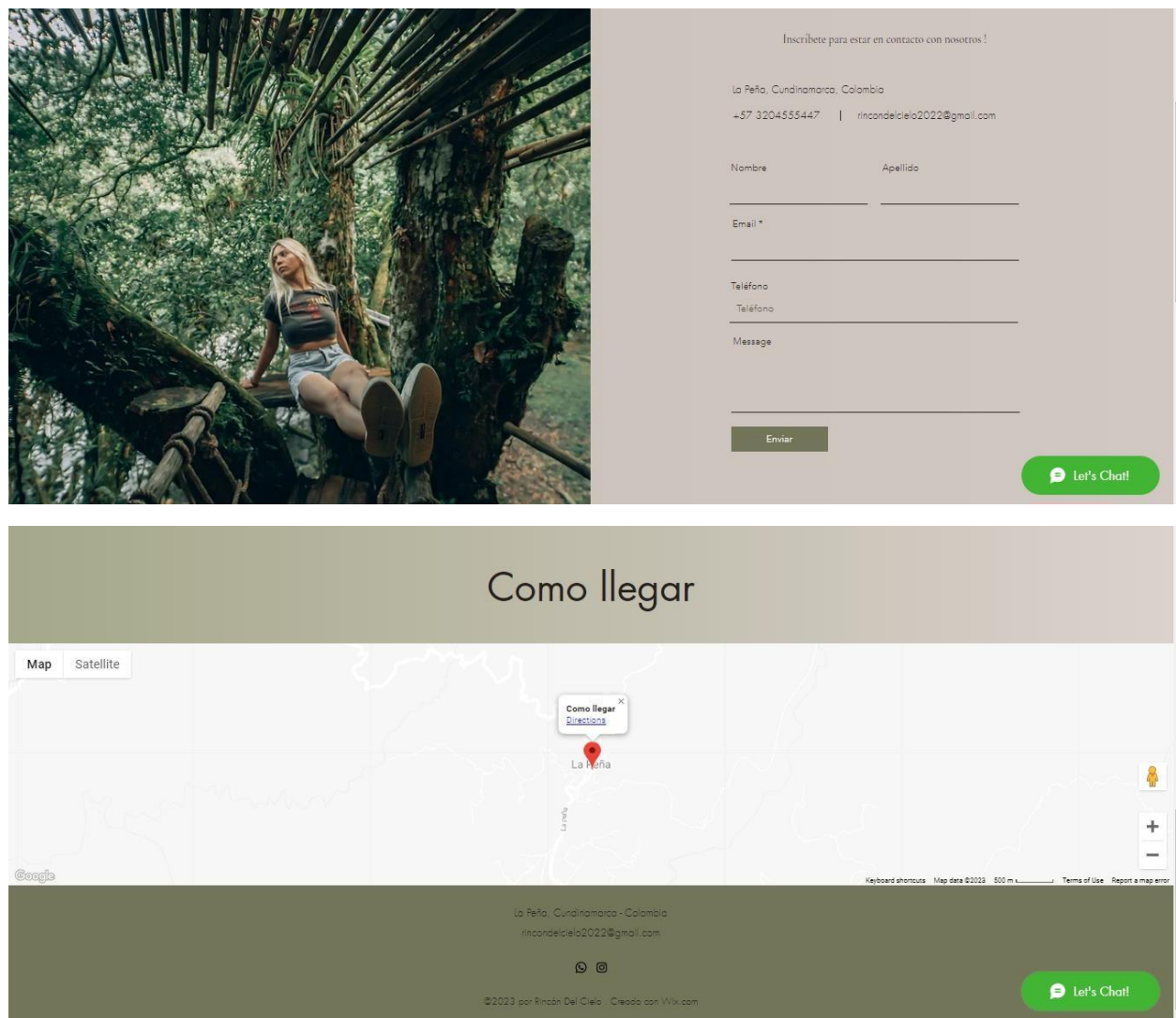


Figura 19. Contacto. En esta pestaña podrán encontrar la información de contacto y un formulario donde puedan dejar sus datos para poder contactarlos y enviar futuras promociones o mensajes, como también un mapa de cómo llegar al lugar.

Fuente: (Editor Wix | Rinc N Del Cielo, s/f-b)

9.8 Sección Chat

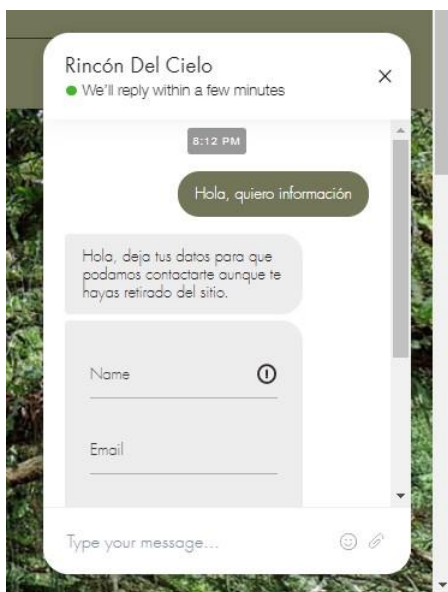


Figura 20. Chat Bot. *Acá podrán encontrar un botón que aparecerá en todas las secciones para que puedan chatear con un asesor y resolver dudas o realizar la reserva.*

Fuente: (Editor Wix / Rinc N Del Cielo, s/f-a)

9.9 Pasarela de Compras

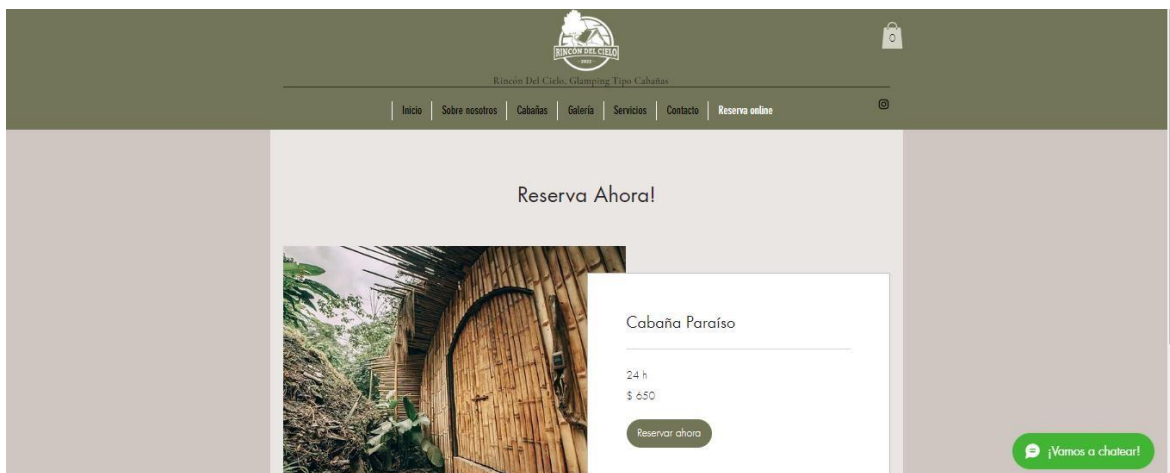


Figura 21. Pasarela de Compras. *Acá podrán encontrar la opción de reservar una cabaña e ir directamente a realizar el pago dependiendo de la disponibilidad de cada cabaña.*

Fuente: (Editor Wix / Rinc N Del Cielo, s/f-b)

10. Estrategia de Redes Sociales

10.1 Objetivo

El objetivo de la estrategia de redes sociales es crear una comunidad en línea alrededor de la marca en donde se exponen las características distintivas, la comodidad dentro de cada cabaña y la experiencia única y sensorial rodeada de naturaleza, esto con el fin de atraer al público objetivo, mejorar la reputación, fomentar la participación y dar a conocer la marca.

10.2 ¿Atracción, interacción o conversación?

- Objetivo de atracción.

10.3 Acciones para realizar

- Publicar contenido atractivo, como videos y fotos del glamping, las cabañas y la naturaleza que las rodean.
- Anunciar descuentos promocionales y paquetes de descuento para los planes de servicio y fechas especiales.

- Hay que destacar las experiencias de los clientes; publicar reseñas, testimonios en videos y fotos de huéspedes satisfechos.
- Anunciar contenido relevante e interesada para la comunidad y sus gustos, como actividades al aire libre, rutas, lugares y consejos para disfrutar al máximo la estadía en un glamping.
- Nombrar la contribución al medio ambiente y a la economía local que genera el tener y apoyar el glamping.



Figura 22. Feet perfil de Instagram.

Fuente: (Rincón del Cielo | Glamping tipo Cabañas (@rincondelcielolapena) • Fotos y vídeos de Instagram, s/f)



Figura 23. Post interior de Cabaña Paraíso.

Fuente: (Rincón del Cielo | Glamping tipo Cabañas (@rincondelcielolapena) • Fotos y vídeos de Instagram, s/f)



Figura 24. Post San Valentín.

Fuente: (Rincón del Cielo | Glamping tipo Cabañas (@rincondelcielolapena) • Fotos y vídeos de Instagram, s/f)

Fuente:(*Rincón del Cielo / Glamping tipo Cabañas (@rincondelcielolapena) • Fotos y vídeos de Instagram,*

s/f)

11. Email Marketing

11.1 Objetivo de fidelización

Hoy en día el E-mail Marketing es una herramienta para aumentar las ventas a través de un medio de comunicación que permite que el mensaje se pueda personalizar según el destinatario. Es posible enviarle contenido en fechas especiales como su cumpleaños, festividades como San Valentín, Navidad, etc. También para atraer a nuevos clientes o para comunicar descuentos. Ahora bien, teniendo en cuenta que uno de los objetivos de la campaña de Rincon del Cielo es fidelizar al cliente, a través del mailing se estará enviando campañas en donde obtengan descuentos por referidos.

Otro gran beneficio del E-mail Marketing es su bajo costo, pues según datos el correo electrónico es el canal que genera el Retorno de la Inversión (ROI) más alto para los especialistas en marketing. Señalan que en Estados Unidos por cada \$1 gastado, el marketing por correo electrónico genera \$38 en ROI. (Campaign Monitor by Marigold, 2023)

Es por lo que a través del correo electrónico corporativo rincondelcielo2022@gmail.com se estarán enviando mensajes con el fin de mantener contacto con el cliente, fidelizar e informarle de novedades y promociones. Además de ser el contacto de la página web para recibir sugerencias o preguntas.

Descuentos de fin de año ¡APROVECHA!



Figura 27. Email descuento por referidos. En esta campaña se le ofrece al cliente un descuento del 50% por cada 5 personas que refiera en año nuevo.

Fuente: Elaboración propia.

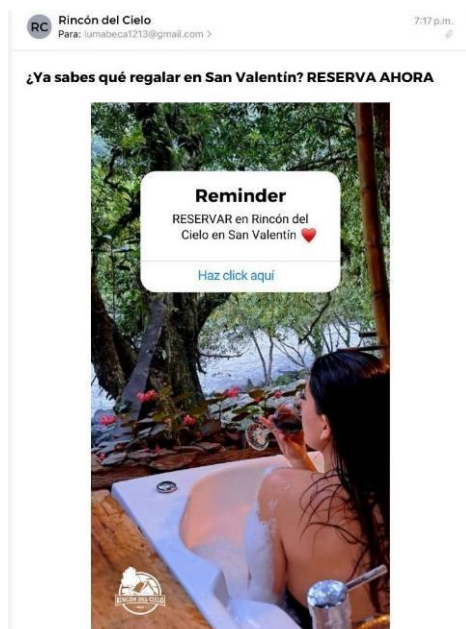


Figura 28. Email campaña San Valentín. En esta campaña se está motivando a que reserve por la fecha especial en Rincón del cielo.

Fuente: Elaboración propia

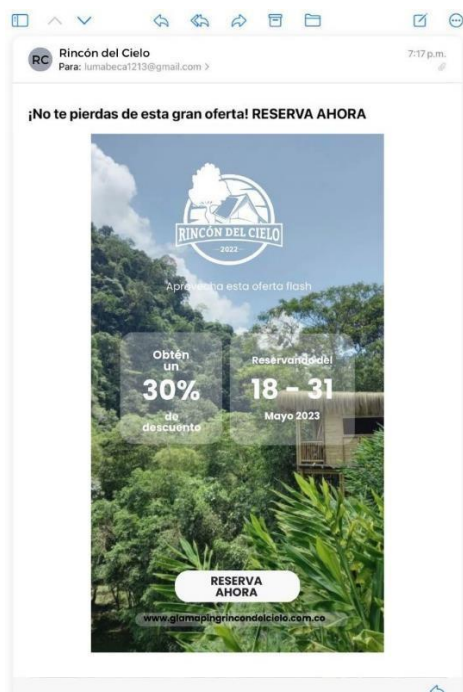


Figura 29. Email campaña promocional. *En esta campaña se busca informar y ofrecer descuentos por la reserva en fechas específicas.*

Fuente: Elaboración propia.

12. Conclusiones

- El Rincón del Cielo, es un proyecto que es sustentable con el medio ambiente donde se incorpora la naturaleza con el lujo de un hotel brindando comodidad a los huéspedes por lo que financieramente es un proyecto que a futuro puede generar bastantes ganancias.
- Al realizar el análisis de la competencia nos podemos dar cuenta que la mayoría de los glampings y hoteles eco-turísticos del sector en Colombia no tienen página Web por lo que desde el Rincon del Cielo podemos trabajar por tener una buena página Web para así poder atraer más clientes y generar confianza y seguridad del servicio que se va a prestar, también encontramos que nuestros competidores solo realizan publicidad por redes sociales pero su interacción no es la mejor comparado sus cifras, por esto al crear una estrategia en redes donde se tenga constancia con las publicaciones para así poder establecer una relación con el cliente a mediano y largo plazo.
- Los hoteles pequeños que se encuentran en Colombia no tienen un gran tráfico en sus páginas Web y redes sociales, los hoteles de cadena con trayectoria a nivel nacional e internacional si cuentan con estrategias para atraer clientes y cuentan con mayor tráfico en sus redes, con esto podemos ver que hay un gran potencial y un mercado que abarcar contra nuestros competidores directos.

- La alta contaminación y estrés de la ciudad es un factor importante, ya que, Rincon del Cielo brinda una alternativa para las personas donde se pueda desconectar de su día a día y tener un espacio de tranquilidad y relajación.
- Las nuevas generaciones buscan tener un espacio diferente donde se cuide el medio ambiente y se tenga conciencia por el cuidado del planeta, buscando lugares que estén comprometidos con una cultura ambientalista.
- Al tener una estrategia SEO donde mejoremos la atracción de clientes de manera orgánica nos permitirá crecer como empresa y así poder tener estrategias de adquisición de cliente más robustas.

13. Referencias bibliográficas

CRAI - Universidad del Rosario. (2020, octubre 15). *Antómate de leer—Siete casas vacías*

[Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=0M_3uGrEsuM

Campaign Monitor by Marigold. (2023). *New Rules of Email Marketing*. Campaign Monitor.

<https://www.campaignmonitor.com/resources/guides/email-marketing-new-rules/>

Decameron.com Market Share, Revenue and Traffic Analytics. (s/f). Similarweb. Recuperado el

23 de mayo de 2023, de <https://www.similarweb.com/website/decameron.com/>

Editor Wix | Rinc N Del Cielo. (s/f-a). Recuperado el 23 de mayo de 2023, de

[https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/ad3567ad-9c74-4f09-8eec-](https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/ad3567ad-9c74-4f09-8eec-c070f53cdf05?metaSiteId=9ee0bdea-554c-49a1-ae3e-133f1d3b3329&referralInfo=dashboard-setup)

[c070f53cdf05?metaSiteId=9ee0bdea-554c-49a1-ae3e-](https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/ad3567ad-9c74-4f09-8eec-c070f53cdf05?metaSiteId=9ee0bdea-554c-49a1-ae3e-133f1d3b3329&referralInfo=dashboard-setup)

[133f1d3b3329&referralInfo=dashboard-setup](https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/ad3567ad-9c74-4f09-8eec-c070f53cdf05?metaSiteId=9ee0bdea-554c-49a1-ae3e-133f1d3b3329&referralInfo=dashboard-setup)

Editor Wix | Rinc N Del Cielo. (s/f-b). Recuperado el 23 de mayo de 2023, de

[https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/ad3567ad-9c74-4f09-8eec-](https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/ad3567ad-9c74-4f09-8eec-c070f53cdf05?metaSiteId=9ee0bdea-554c-49a1-ae3e-133f1d3b3329&referralInfo=dashboard-setup)

[c070f53cdf05?metaSiteId=9ee0bdea-554c-49a1-ae3e-](https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/ad3567ad-9c74-4f09-8eec-c070f53cdf05?metaSiteId=9ee0bdea-554c-49a1-ae3e-133f1d3b3329&referralInfo=dashboard-setup)

[133f1d3b3329&referralInfo=dashboard-setup](https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/ad3567ad-9c74-4f09-8eec-c070f53cdf05?metaSiteId=9ee0bdea-554c-49a1-ae3e-133f1d3b3329&referralInfo=dashboard-setup)

El Marketing y sus definiciones | Conexión ESAN. (s/f). Recuperado el 9 de junio de 2023, de

<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-marketing-y-sus-definiciones>

Inc, H. (s/f). *Website Grader | Test gratuito de velocidad y SEO en páginas web*. Recuperado el

23 de mayo de 2023, de <https://website.grader.com/es/>

Juliana Cárdenas Triana, Ana Sofía Orozco Berrio, María Camila García, Iván Andrés Yopasa

Puentes, & Iván Andrés Yopasa Puentes. (2022). *Entrega final Opción de Grado I -*

PADE. Rincón del Cielo.

Negrete, G. (2022, marzo 2). Qué es el Glamping. *Viaje relámpago*.

<https://viajerelampago.com/que-es-el-glamping/>

Qué es el Marketing Digital, cómo se hace y para qué sirve ✓. (s/f). RD Station. Recuperado el 9

de junio de 2023, de <https://www.rdstation.com/es/marketing-digital/>

Rincón del Cielo | Glamping tipo Cabañas (@rincondelcielolapena) • Fotos y vídeos de

Instagram. (s/f). Recuperado el 24 de mayo de 2023, de

<https://www.instagram.com/rincondelcielolapena/>

Santos, D. (s/f). *Qué es el engagement, cómo se mide y ejemplos exitosos*. Recuperado el 9 de

junio de 2023, de <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-engagement>

Viviana Carolina Romero Peralta. (2018). *Guía de Buyer Persona*.

Viviana Carolina Romero Peralta. (2023). *Clase completa de estrategia digital PADE2*.

Wynter, G. (s/f). *¿Qué es un influencer? Definición, tipos y ejemplos*. Recuperado el 9 de junio

de 2023, de <https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-influencers>