

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Akahi: Tu refugio hawaiano en el Caribe colombiano,

un oasis de bienestar

Trabajo de Grado

Laura Marcela Forero Avendaño

María Fernanda Múnera Gómez

María Angélica Agualimpia Beltrán

Marialejandra Pardo Niño

Nicoll Dayanna Corredor Serrano

Laura Jimena Sua Siempira

Bogotá

Mayo 29, 2024

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



**Akahi: Tu refugio hawaiano en el Caribe colombiano,
un oasis de bienestar**

Trabajo de Grado

Laura Marcela Forero Avendaño

María Fernanda Múnera Gómez

María Angélica Agualimpia

Nicoll Dayanna Corredor Serrano

Marialejandra Pardo Niño

Laura Jimena Sua Siempira

Viviana Carolina Romero Peralta

Administración de Empresas

Administración de Negocios Internacionales

Bogotá

Mayo 29, 2024

Declaración de Originalidad y Autonomía

Declaro bajo la gravedad de juramento, que he escrito el documento de título “Akahi Resort”, en la opción de grado programa avanzado de empresas II 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 otra institución con fines de calificación o publicación.

Laura Marcela Forero Avendaño

María Fernanda Múnera Gómez

María Angélica Agualimpia

Nicoll Dayanna Corredor Serrano

Marialejandra Pardo Niño

Laura Jimena Sua Siempira

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro que la responsabilidad intelectual del siguiente 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.

Laura Marcela Forero Avendaño

María Fernanda Múnera Gómez

María Angélica Agualimpia

Nicoll Dayanna Corredor Serrano

Marialejandra Pardo Niño

Laura Jimena Sua Siempira

Tabla de Contenido

<i>Glosario</i>	<i>10</i>
<i>Resumen</i>	<i>12</i>
Palabras Clave	13
<i>Abstract</i>	<i>14</i>
Keywords	14
1. Objetivos	15
1.1. General	15
1.2 Específicos	15
2. Presentación del Producto	15
2.1 Contextualización	15
2.1.1 Crecimiento sostenido: una trayectoria positiva.....	16
2.1.2 Turistas extranjeros, un contrapeso a la desaceleración del sector.....	18
2.1.3 Contribución al PIB: impacto económico significativo.	18
2.1.4 ¿Cuál es la tendencia principal para el viajero colombiano?.....	19
2.2 Análisis del Sector	21
2.3 Oportunidades	23
2.3.1 Turismo de personas extranjeras en aumento.	23
2.3.2 Iniciativas del gobierno nacional para fomentar el turismo.	25
2.3.3 Mejora tecnológica en el sector.	27
2.4 Concepto de Producto	28

2.4.1	Diseño inspirado en Hawái: habitaciones kioscos y piscina de infinito.	29
2.4.2	Inmersión cultural: más allá del diseño.	29
2.4.3	Servicios completos: hospedaje, gastronomía, bar y entretenimiento.	30
2.4.4	Experiencia gastronómica: sabores de Hawái y Colombia.	31
2.4.5	Entretenimiento cultural y espiritual.	33
2.4.6	Un espacio especial para tus mascotas.	34
2.4.7	Reserva directa y sin intermediarios.	34
3.	<i>Análisis Digital de la Competencia</i>	35
4.	<i>Definición del Buyer Persona</i>	38
5.	<i>Línea de Contenidos para la Estrategia Digital</i>	40
5.1	Objetivo de la Estrategia de Contenidos	40
5.2	Mix de la Estrategia de Contenidos	42
5.2.1	Estrategia de contenido de comunidad.	42
5.2.2	Estrategia de contenido de marketing.	43
5.2.3	Estrategia de contenido de interacción.	43
6.	<i>Posicionamiento en Search Engine Optimization (SEO) de Sitios Web para Motores de Búsqueda</i>	44
7.	<i>Anuncio de Pago Search Engine Marketing (SEM)</i>	46
8.	<i>Página WEB</i>	47
8.1	Sección Home	47
8.1.2	Descripción elementos, sección home de la página web de Akahi Resort.	50

8.2 Sección Servicios.....	54
8.3 Sección Comunidad.....	55
8.4 Sección Galería	57
8.6 Sección Reservas.....	59
<i>9.Publicidad y Anuncios en Internet.....</i>	<i>61</i>
9.1 Pop Up Marketing.....	61
<i>10.Redes Sociales</i>	<i>62</i>
10.1 Facebook	63
10.2 Tik Tok.....	65
10.3 Instagram.....	66
<i>11. Estrategias de Marketing de Proximidad.....</i>	<i>68</i>
11.1 Conexión Social Wifi.....	69
11.2 WhatsApp Marketing	70
<i>12. Acciones de Omnicanalidad dentro de la Estrategia.....</i>	<i>71</i>
<i>13.Conclusiones</i>	<i>72</i>
<i>14. Referencias</i>	<i>73</i>

Tabla de Figuras

Figura 1. Entrada de Divisas por Turismo	19
Figura 2. La Participación Porcentual del Valor Agregado Turístico en el Valor Agregado Total de la Economía 2015-2022	22
Figura 3. Panorama del Sector de Turismo en Colombia.	24
Figura 4. Metas de la Iniciativa	26
Figura 5. Vista 360 de Akahi Resort.....	28
Figura 6. Prototipado del Diseño del Hotel	29
Figura 7. Prototipo de la Dotación del Personal	30
Figura 8. Prototipo del Bar Tiki.....	31
Figura 9. Presentación de los Cócteles	31
Figura 10. Gastronomía Hawaiana	32
Figura 11. Gastronomía Colombiana.....	32
Figura 12. Danza del Holu con Traje Típico Hawaiano	33
Figura 13. Zonas Adecuadas para las Mascotas	34
Figura 14. Página Web Akahi.....	35
Figura 15. Infografía del Buyer Persona de Akahi Resort.....	38
Figura 16. Contenidos de Embudo	41
Figura 17. Estrategia SEM.....	46
Figura 18. Página Web Akahi Resort, Sección Home.	48
Figura 19. Vitrina Gastronomía de Akahi.	48
Figura 20. Vitrina Servicios de Akahi	49
Figura 21. Sobre Akahi	49

Figura 22. Pie de Página.	50
Figura 23. Logo Akahi Resort.	52
Figura 24. Paquete de Servicios.....	55
Figura 25. Inicio Sección Comunidad	56
Figura 26. Contenido Generado para la Comunidad	56
Figura 27. Gallery Highlights	57
Figura 28. Inicio Sección Reseñas	58
Figura 29. Testimonios de los Huéspedes	59
Figura 30. Reserva Automatizada.....	60
Figura 31. Formulario de Contacto	61
Figura 32. Prototipo de Pop Up en la Página Web de Akahi.....	62
Figura 33. Prototipado Publicación Facebook. 5 razones Para Practicar Mindfulness	63
Figura 34. Prototipado Publicación en Facebook de Tips para Equilibrar la Vida Laboral y Personal.....	64
Figura 35. Prototipado video de Tik Tok sobre datos curiosos de la cultura Hawaiana.	65
Figura 36. Prototipado post y reel mostrando las instalaciones y servicios de Akahi	66
Figura 37. Prototipado Historia en Instagram.....	67
Figura 38. Prototipado Publicación de Instagram, demostrando que Akahi Resort es Pet Friendly.	68
Figura 39. Prototipo de Conexión Social Wifi	69
Figura 40. Prototipo WhatsApp Marketing	70
Figura 41. Prototipo de Código QR	72

Tabla de Tablas

Tabla 1. Análisis de Competencia Digital de Akahi resort.....	37
Tabla 2. Contenidos Tópicos	42
Tabla 3. Keywords Posicionamiento SEO	44

Glosario

Omnicanalidad: “Es una estrategia de comunicación utilizada para estar en contacto con los clientes a través de diferentes canales . El uso de estos debe hacerse bajo una misma estrategia para llegar al consumidor en el momento indicado.”(Reul, 2021)

Pop Up: “Ventana emergente que aparece repentinamente sobre el contenido de una página web para mostrar un mensaje, oferta o promoción al usuario.” (Bustamante, 2023).

Pet friendly: “La expresión Pet-friendly, se refiere a la capacidad de cualquier negocio, espacio público o servicio de no sólo aceptar a las mascotas, sino también, de estar adaptado para las necesidades de éstas.” (Adriana, 2020)

Resort: Entendido en español como complejo turístico “Es un conjunto de instalaciones y servicios para la realización de actividades turísticas. Es un lugar que permite una gran cantidad de actividades de ocio (entretenimiento y descanso), e incluye servicios de hotelería y gastronomía”.(European Business School CEUPE , 2022)

Resumen

El presente trabajo se desarrolló a lo largo del primer semestre de 2024 y tiene como objetivo la elaboración de un plan de estrategias de marketing digital diseñado para promover el crecimiento y la visibilidad del proyecto “Akahi: Tu refugio hawaiano en el Caribe colombiano, un oasis de bienestar”, un hotel temático hawaiano que se ubicará en Santa Marta, Colombia, que ofrecerá a sus clientes la oportunidad de inmersión en la cultura hawaiana, gozando de actividades de bienestar y relajación en donde podrán revitalizar mente, cuerpo y espíritu; conectando con ellos mismos y con la naturaleza.

Durante el desarrollo del presente trabajo se llevó a cabo un análisis del buyer persona con el fin de determinar el medio digital más efectivo para llegar a la audiencia, promocionar el hotel y mantener el interés del público por conocer el mismo; de igual forma se realizó análisis del sector y de la competencia permitiendo identificar oportunidades para Akahi. Lo anterior con el fin de identificar la red social o plataforma más adecuada para la divulgación del hotel, a partir de lo cual se desarrollará un plan de marketing digital centrado en este aspecto.

El resultado esperado de este proyecto es la entrega de un plan de marketing digital enfocado en la estrategia de contenidos a publicar, las redes sociales pertinentes y la construcción de la página web para potenciar la presencia en línea de Akahi.

Palabras Clave

Akahi Resort, hotel temático Hawaiano, marketing digital, resort hawaiano en Colombia, turismo hotelero, relajación y bienestar, Turismo en Colombia, Turismo en la costa Caribe Colombiana, experiencia cultural, cultura hawaiana.

Abstract

This work was developed throughout the first half of 2024 and aims to develop a digital marketing strategy plan designed to promote the growth and visibility of the project “Akahi: Your Hawaiian refuge in the Colombian Caribbean; an oasis of wellness”, a Hawaiian themed hotel to be located in Santa Marta, Colombia, which will offer its customers the opportunity to immerse themselves in the Hawaiian culture, enjoying wellness and relaxation activities where they can revitalize mind, body and spirit; connecting with themselves and with nature.

During the development of this work, a buyer persona analysis was carried out in order to determine the most effective digital media to reach the audience, promote the hotel and maintain the public's interest in knowing the hotel; likewise, an analysis of the sector and the competition was carried out, allowing to identify opportunities for Akahi. The above in order to identify the most appropriate social network or platform for the disclosure of the hotel, from which a digital marketing plan focused on this aspect will be developed.

The expected result of this project is the delivery of a digital marketing plan focused on the content strategy to be published, the relevant social networks and the construction of the website to enhance Akahi's online presence.

Keywords

Akahi Resort, Hawaiian themed hotel, digital marketing, Hawaiian resort in Colombia, hotel tourism, relaxation and wellness, Tourism in Colombia, Tourism in the Colombian Caribbean coast, cultural experience, Hawaiian culture.

1. Objetivos

1.1. General

Diseñar e implementar una estrategia de marketing digital para el hotel *Akahi Resort*, centrada en resaltar sus instalaciones, servicios y experiencias ofrecidas, con el fin de atraer a su público objetivo y consolidar su posición en el mercado.

1.2 Específicos

- Desarrollar la página web de Akahi Resort para proporcionar información detallada sobre el hotel, como su ubicación, servicios, experiencias, imágenes de las instalaciones y precios.
- Elaborar las campañas publicitarias para la página web y redes sociales de Akahi Resort, con el objetivo de aumentar la visibilidad de la marca, atraer al público objetivo e ir formando una comunidad en línea. Impulsando así un crecimiento orgánico y positivo del hotel.

2. Presentación del Producto

2.1 Contextualización

Colombia, un país conocido por su rica biodiversidad, su herencia cultural y una gran variedad de destinos turísticos, ha emergido como uno de los destinos turísticos más atractivos de América Latina. En los últimos años, la industria turística colombiana ha experimentado un crecimiento sostenido respaldado por datos y estadísticas sólidas. Este análisis destaca el mercado turístico de Colombia, su crecimiento constante, el impacto de plataformas como Airbnb, el aumento del turismo extranjero, la contribución al Producto Interno Bruto (PIB) y las principales tendencias en turismo.

2.1.1 Crecimiento sostenido: una trayectoria positiva.

En el 2021, la irrupción de la pandemia de COVID-19 transformó radicalmente la industria turística a nivel global. Incluyendo factores como [1] Seguridad y confianza en los protocolos de bioseguridad y la transparencia de la información para viajar [2] Viajes nómadas: para trabajar y viajar a la vez [3] Micro vacaciones: los viajes cortos fueron cruciales, pues las personas preferían evitar aglomeraciones (Díaz, 2022).

Para el 2022, el sector turismo, enfrentó una recuperación importante influenciada por la alta inflación, la imposición del IVA en los tiquetes aéreos y la devaluación del peso colombiano. A raíz de esto el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo predijo un crecimiento del 6-10% para 2023 (Portafolio, 2023). Para 2022 las tres **tendencias** principales en turismo fueron:

- **Virtualidad:** permitir a los viajeros disfrutar de sus vacaciones o de espacios diferentes mientras cumplen con sus obligaciones laborales **¿Cómo se vio esto?** personas en las ciudades capitales como Bogotá que viajaban a zonas costeras para cambiar de ambiente y trabajar remotamente.

- **Metaverso:** La adopción de la innovación tecnológica y la inteligencia artificial en el turismo se vislumbra como un atractivo importante por explorar (en LATAM aún no ha adquirido mucha relevancia para la experiencia del usuario. Pero sí la innovación tecnológica en procesos, por ejemplo, las reservaciones)
- **Sostenibilidad:** La adopción de políticas de turismo sostenible, como la implementada a través del Decreto 646 de 2021, posiciona a Colombia como un destino responsable con el medio ambiente **¿Qué implica esto?** Hay incentivos y ayudas brindadas para apoyar iniciativas que vayan en la línea del turismo sostenible (hoteles ecológicos, por ejemplo).

En el 2023 el turismo en Colombia ha registrado un crecimiento anual promedio del 4% en los últimos cinco años, según datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo del país. Este aumento constante es un reflejo del atractivo creciente que Colombia representa para los viajeros, tanto nacionales como internacionales.

¿Cómo vamos respecto a otros países de la región? Colombia ha logrado mantener su actividad económica turística un 19% por encima de los niveles pre-pandémicos, países como Brasil, México y Chile apenas han recuperado sus niveles previos a la pandemia, y Perú se encuentra un 4% por debajo (factores como la debilidad del peso colombiano han influido en esto) (Guerrero, 2023).

- **Primer trimestre 2023:** Quiebra de las aerolíneas Viva Air y Ultra Air, causaron una reducción de oferta en el mercado de tiquetes y algunas rutas nacionales se demoraron en ser reemplazadas. Por lo tanto, esto afectó de manera negativa los bolsillos de los viajeros que ahora pagan más por el transporte a sus destinos.

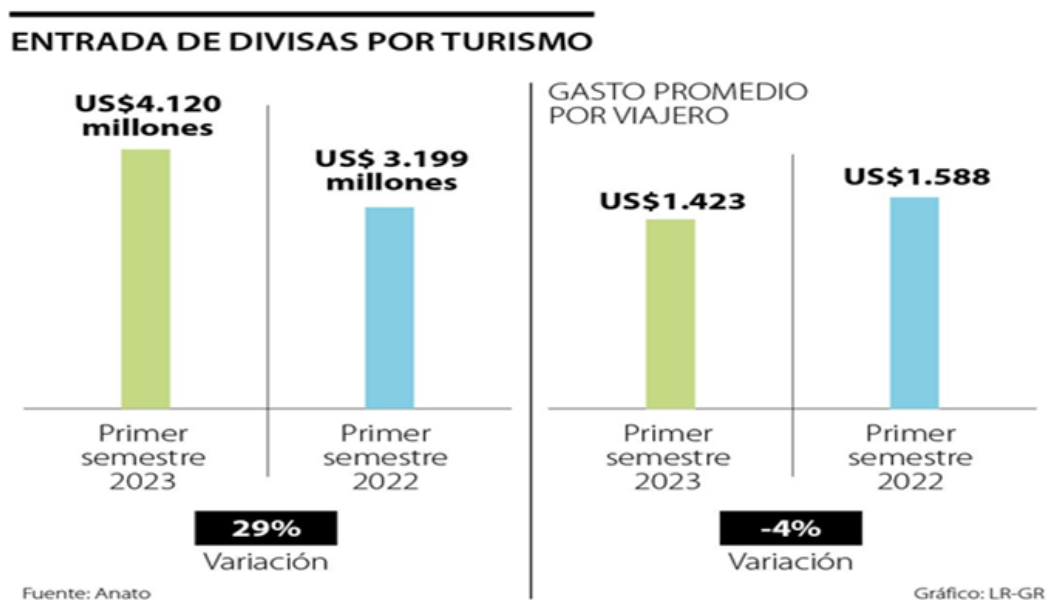
- Septiembre 2023: Colombia, el país de la belleza, iniciativa lanzada por MinComercio que “pretende tener entre 7,5 y 9,4 millones de visitantes no residentes en 2026, teniendo un objetivo ideal de 12 millones de turistas” (Osorio, 2023)

2.1.2 Turistas extranjeros, un contrapeso a la desaceleración del sector.

La entrada de viajeros internacionales ha sido un motor clave para el dinamismo del turismo colombiano. A pesar de la contracción en los viajes nacionales debido al cese de actividades de aerolíneas locales, los viajeros internacionales han continuado llegando al país de manera significativa. El flujo de pasajeros internacionales ha superado las expectativas, registrando un crecimiento del 10% con respecto a los niveles pre-pandémicos en 2022 (Guerrero, 2023).

2.1.3 Contribución al PIB: impacto económico significativo.

La industria turística colombiana contribuye de manera sustancial al Producto Interno Bruto (PIB) del país, representando aproximadamente el 3% del PIB total. Este porcentaje sigue en aumento a medida que la industria turística continúa creciendo y atrayendo inversión. Es relevante destacar que la entrada de divisas por turismo en el primer semestre de 2023 representó el 57% del total de las exportaciones de servicios en el país. El gasto promedio por viajero se situó en 1.423 dólares, un 4% menos que en el mismo período del año anterior (Figura 1). A pesar de esta ligera disminución en el gasto promedio, el turismo sigue siendo un componente crucial para el desarrollo económico de Colombia. La procedencia de los turistas es principalmente de Estados Unidos, México, Perú, Ecuador, Chile y España (Lugo, 2023).

Figura 1.*Entrada de Divisas por Turismo*

Nota: Entradas de Divisas por Turismo. Fuente: (Lugo, 2023).

2.1.4 ¿Cuál es la tendencia principal para el viajero colombiano?.

- Experiencias de viaje más cómodas y enriquecedoras

Francisco Trujillo, gerente general para Booking.com en Colombia, destaca que los colombianos buscan destinos que les brinden todas las comodidades necesarias para sentirse como en casa, ya sea que estén viajando por un fin de semana, una semana o incluso un mes. Además de las comodidades mencionadas, las piscinas, spas, saunas y servicios de lavandería también son aspectos importantes que impulsan a los viajeros colombianos a reservar hoteles, hostales o propiedades (El Espectador, 2023).

Por otra parte, según un estudio llevado a cabo por la empresa, las comodidades más destacadas para los viajeros colombianos incluyen restaurantes, desayuno buffet, aire acondicionado, una vista agradable desde la habitación, check-in las 24 horas, Wifi gratuito, información turística o conserjería, servicio de transporte o taxi al aeropuerto o centro de la ciudad, servicio a la habitación y conectividad de dispositivos. Estos servicios son esenciales para garantizar una experiencia de viaje completa y satisfactoria.

Por último, Trujillo recalca que los viajeros tienen en cuenta una variedad de factores al elegir su destino y alojamiento. Además del precio, que sigue siendo un factor importante para el 60% de los viajeros colombianos, el 25% destaca la importancia de las comodidades ofrecidas por los alojamientos. Esto demuestra que los viajeros modernos buscan mucho más que un simple lugar para quedarse; buscan experiencias que les brinden confort y practicidad mientras exploran el destino.

Otras tendencias generales son (CamaraComercioManizales, 2022):

1. **Viajes Conscientes:** optar por itinerarios más largos y sin prisas. Enfoque en reducir la contaminación y usar medios de transporte ecológicos.
2. **Viajes Educativos y "Ed-ventures":** padres buscaban experiencias educativas para sus hijos. Nómadas digitales combinaron trabajo, viajes y tecnología en sus travesías.
3. **Viajes en la Naturaleza:** búsqueda de reducción de estrés y escape de entornos urbanos mediante experiencias en entornos naturales.
4. **Slow Travel (Viaje Pausado):** prioridad en disfrutar la experiencia sobre el destino, evitando lugares turísticos masivos, optando por destinos más auténticos.

5. **Turismo de voluntariado:** agencias especializadas en brindar estadía y alimentación a cambio de trabajo, permite viajar a bajo costo.

- Airbnb y su huella en el Mercado

En cuanto a los hoteles, los precios varían significativamente según la categoría y temporada, con tarifas que oscilan desde \$254,000 pesos por noche en hoteles de cuatro estrellas hasta \$450,000 pesos en hoteles de cinco estrellas. Por otro lado, Airbnb ha ganado popularidad en el país, experimentando un crecimiento del 60% en 2022, ya que Colombia figura entre los 10 principales países en la reactivación del turismo internacional. Los precios de Airbnb son más accesibles, comenzando desde \$100,000 pesos por noche, y la plataforma ofrece flexibilidad para adaptarse a las necesidades de los huéspedes, incluyendo aquellos que viajan en familia (Semana, 2023).

¿Por qué esto es importante?

- Este crecimiento ha permitido a los turistas explorar áreas rurales y destinos no tradicionales.
- Es un competidor que amenaza a los hoteles y hospedajes tradicionales.

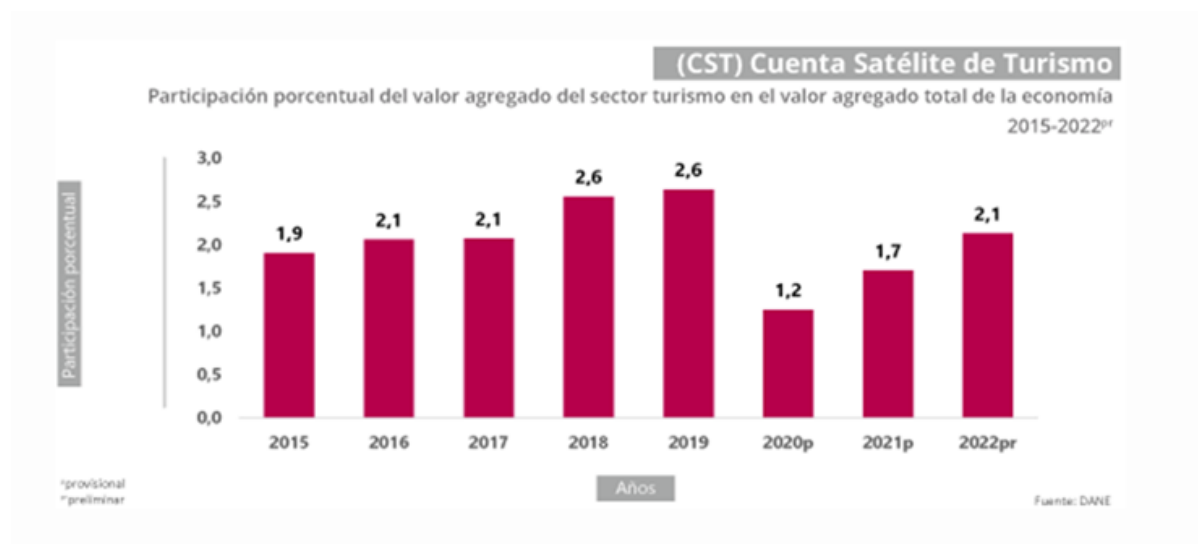
2.2 Análisis del Sector

El turismo en Colombia ha sido un sector de crecimiento significativo en los últimos años, como se refleja en los datos proporcionados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). La participación porcentual del valor agregado bruto del turismo en la

economía nacional ha ido en aumento, alcanzando un 6,3% en el año 2022, según cifras preliminares. Además, el gasto del turismo receptor en Colombia experimentó un notable crecimiento del 56,6%, indicando un incremento en la llegada de turistas extranjeros y su contribución a la economía del país. Estos datos demuestran el potencial y la importancia del turismo como motor económico en Colombia.

Figura 2.

La Participación Porcentual del Valor Agregado Turístico en el Valor Agregado Total de la Economía 2015-2022



Nota: Tomado de (*Cuenta Satélite de Turismo (CST) Base 2015*, s. f.)

Por otro lado, según el ranking de ocupación hotelera en Santa Marta, Colombia, se puede concluir que a partir de julio de 2023 la ciudad experimentó sus meses de mayor afluencia, alcanzando un 79% de ocupación. El Corredor Turístico del Sur lideró con un 83.67%, seguido por El Rodadero con un 83.6%, a pesar de críticas por desorden urbanístico y una disminución del 10% respecto a años anteriores. El Corredor Naturaleza, un nuevo competidor, registró un 64%

gracias a nuevas infraestructuras hoteleras. Taganga, con un 63.54%, sigue atrayendo turistas nacionales e internacionales debido a su oferta atractiva y la creciente formalización de su sector hotelero. Finalmente, el Centro Histórico, que alguna vez ocupó el primer lugar, descendió al quinto puesto con un 60.98%, posiblemente debido a las obras en la avenida Campo Serrano. (Fawcett, 2023)

2.3 Oportunidades

2.3.1 Turismo de personas extranjeras en aumento.

La debilidad del peso colombiano frente al dólar ha generado un aumento significativo en la llegada de turistas internacionales a Colombia. Se espera un crecimiento anual del 17% para finales de 2023, con una contracción de este de 4% para 2024 en el flujo de visitantes extranjeros. Adicionalmente, hay una tendencia creciente de turismo en lugares recónditos y poco comunes (Arenales, 2023). En la figura 3 se observa cómo el turismo ha crecido significativamente en la representatividad en el PIB y adicionalmente llega a niveles superiores con respecto al año 2019, superando a varios países de la región.

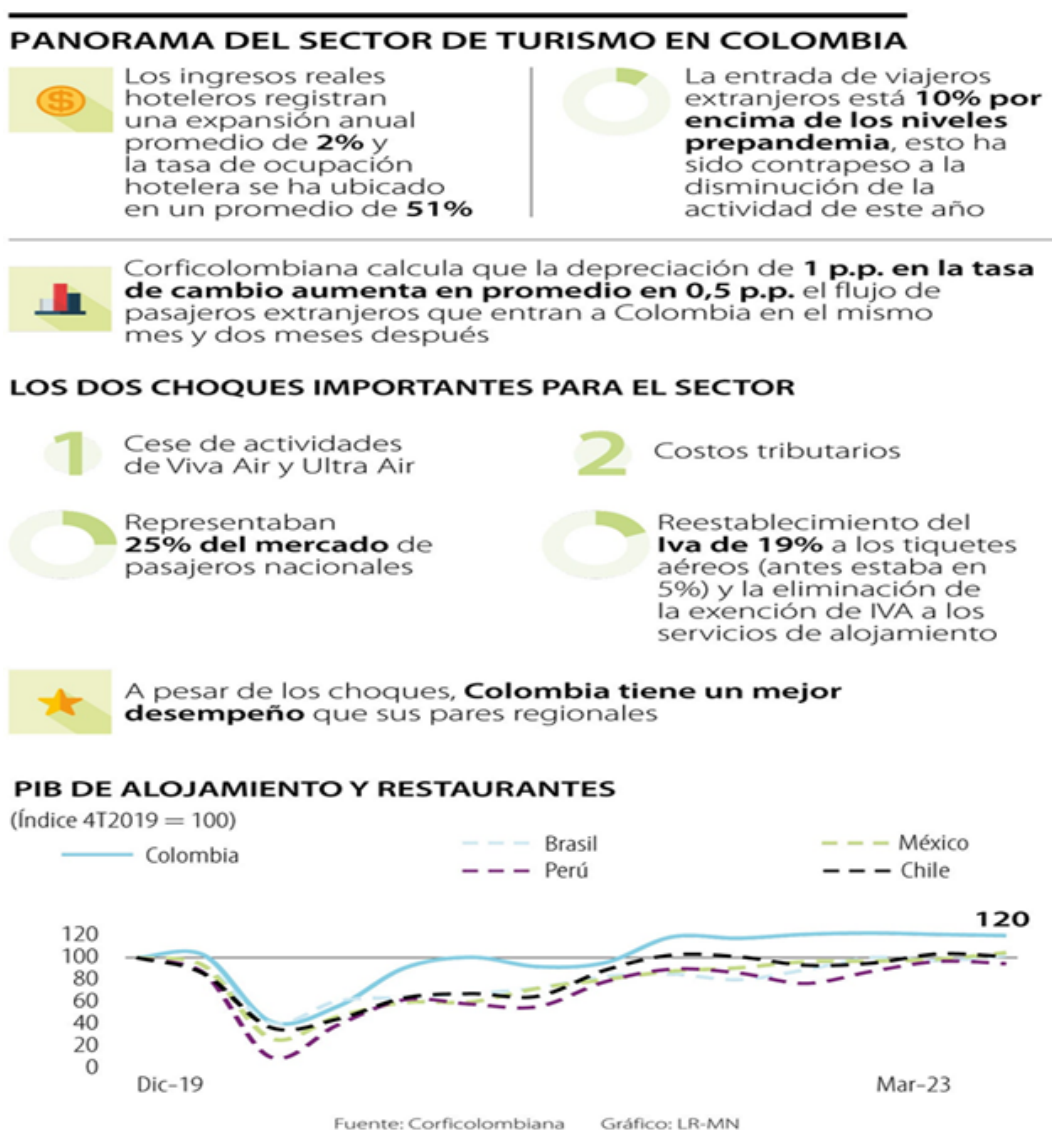
¿Qué implicaciones tiene esto?

- La tendencia creciente hacia el turismo en lugares remotos y poco comunes ofrece oportunidades para la inversión en hoteles.
- Los inversores deben considerar la volatilidad de la tasa de cambio y estar preparados para contracciones en la demanda turística.

- La competencia en la industria hotelera puede aumentar, por lo que la calidad del servicio es crucial.
- El turismo puede tener un impacto positivo en la economía local al generar empleo y aumentar los ingresos en la región.

Figura 3.

Panorama del Sector de Turismo en Colombia.



Nota: Tomado de (Arenales, 2023).

2.3.2 Iniciativas del gobierno nacional para fomentar el turismo.

Según el artículo publicado por la redacción de turismo de El Espectador (2023); el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, junto con Fontur y ProColombia, ha presentado una nueva narrativa de la Marca País llamada 'Colombia, el país de la belleza'. Esta iniciativa busca destacar los atractivos naturales y culturales que hacen de Colombia un destino único para negocios y turismo. La estrategia incluye la difusión de nueve videos y un plan de comunicación internacional dirigido a 13 mercados prioritarios, como Estados Unidos, España y México (países de las personas que más visitan Colombia).

El objetivo es lograr una mayor proyección internacional, atraer inversión extranjera, aumentar el número de turistas internacionales y promover el turismo local. Para llevar a cabo esta campaña, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo destinará 28.000 millones de pesos durante los próximos dos años. Esta inversión incluye investigación de mercado, producción audiovisual en territorios no tradicionales y estrategias de promoción. Se espera que esta iniciativa impulse el desarrollo sostenible de Colombia y atraiga divisas generadas por el turismo, con las que se proyecta recibir 7.5 millones de visitantes no residentes en 2026 y hasta 12 millones en un escenario optimista, con un estimado de 9.906 millones de dólares en divisas generadas por el turismo (Figura 4).

Figura 4.*Metas de la Iniciativa*

Nota: Tomado de (Velásquez, 2023).

¿Qué impactos genera esta medida?

La iniciativa “Colombia, el país de la belleza” ofrece oportunidades para la inversión en hoteles, gracias a:

- El posible aumento del turismo impulsado por la campaña.
- Mayor visibilidad internacional y afluencia de turistas extranjeros.
- Potencial crecimiento económico relacionado con el turismo.
- Posibilidades de inversión respaldadas por el gobierno.
- Diversificación geográfica en regiones turísticas menos conocidas.

2.3.3 Mejora tecnológica en el sector.

El sector turístico en Colombia está experimentando una transformación gracias a la tecnología. Esto incluye sistemas de gestión hotelera que mejoran la eficiencia y la atención al cliente, el uso de dispositivos móviles para reservas y comunicación, la adopción de realidad virtual y aumentada para experiencias enriquecedoras, la implementación de sistemas de distribución global para facilitar las reservas, y la tecnología RFID para mejorar la seguridad y la comodidad de los visitantes. Estas innovaciones están modernizando la industria turística en Colombia, haciéndola más competitiva y atractiva para los viajeros (Interempresas, 2023).

¿Qué implicaciones genera esto?

Los nuevos hoteles que quieran entrar al mercado y los ya existentes tendrán la oportunidad de adaptarse a estas tecnologías para tener una ventaja competitiva (y no adoptarlas por necesidad en el futuro). Esto ayudará a:

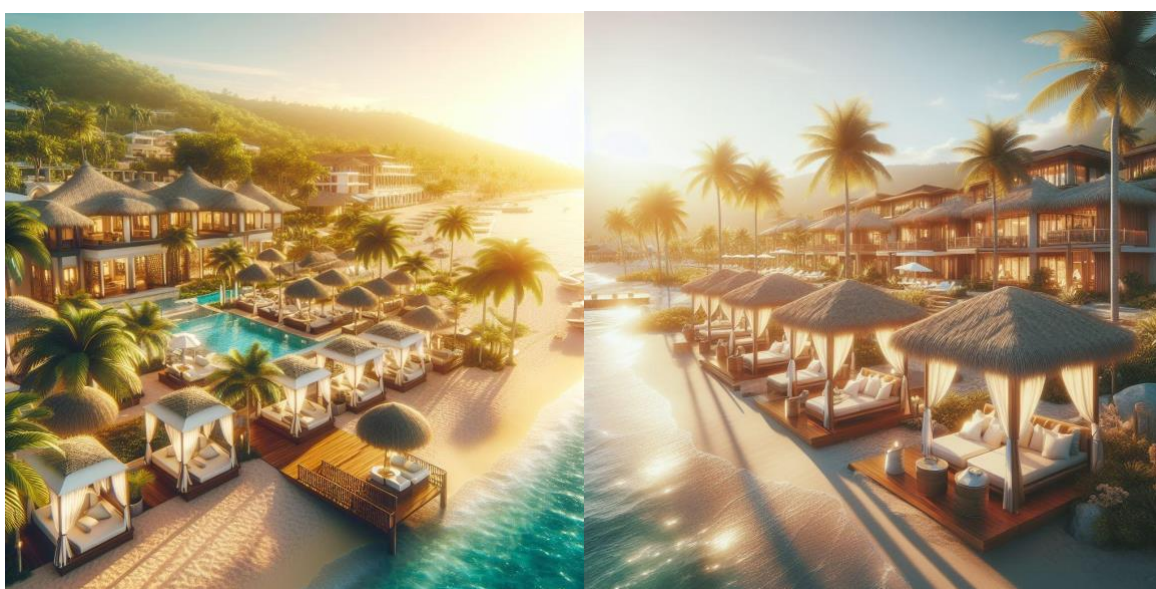
1. Incorporar tecnologías modernas para ser competitivos y atractivos para los clientes.
2. Mejorar la experiencia del cliente a través de reservas en línea y comodidades digitales.
3. Utilizar las redes sociales y reseñas en línea para promocionarse y mantener una buena reputación.
4. Optimizar la eficiencia operativa para reducir costos y mejorar la rentabilidad.
5. Considerar prácticas sostenibles con la ayuda de la tecnología.
6. Capacitar al personal en el uso de estas tecnologías y así generar un servicio eficiente y de calidad.

2.4 Concepto de Producto

Akahi Resort, el lugar donde la cultura hawaiana y la belleza colombiana se fusionan en Santa Marta, Colombia. (Figura 5)

Figura 5.

Vista 360 de Akahi Resort



Nota: Imágenes generadas con GenAI, usando el concepto de servicio

Akahi Resort es un santuario paradisíaco que transporta a los huéspedes a la mágica cultura hawaiana, inmersos en la belleza natural de las playas del Caribe colombiano en Santa Marta. Este destino de lujo fusiona la serenidad tropical hawaiana con la calidez de la hospitalidad colombiana, creando una experiencia vacacional única y revitalizadora donde mente, cuerpo y espíritu encuentran el verdadero bienestar.

2.4.1 Diseño inspirado en Hawái: habitaciones kioscos y piscina de infinito.

Este resort se caracteriza por su diseño inspirado en Hawái, donde las habitaciones cuentan con una estructura tipo kiosco, los cuales ofrecen un ambiente acogedor y relajante. Los huéspedes tienen a su disposición una piscina al aire libre, rodeada de exuberante naturaleza, proporcionando una experiencia excepcional. Además, el resort brinda acceso directo al mar Caribe, permitiendo a los visitantes explorarlo a su propio ritmo.

Figura 6.

Prototipado del Diseño del Hotel



Nota: Esta imagen se toma como referencia del prototipo del diseño exterior de las habitaciones y la piscina del resort. Tomada de: (Silva, 2021)

2.4.2 Inmersión cultural: más allá del diseño.

Akahi Resort no solo se distingue por su distintivo diseño, sino que se esfuerza por sumergir a los visitantes en una nueva cultura, comenzando en Hawái y expandiéndose a cada

rincón del resort, cada uno de sus espacios, desde la entrada hasta cada zona que lo conforme será diseñado con un estilo tropical inspirado en Hawái. El personal también representará la cultura hawaiana.

Figura 7.

Prototipo de la Dotación del Personal



Nota: La imagen visualizada es una imagen de referencia del vestuario de los colaboradores del resort quienes portarán un traje Hula típico de Hawái favoreciendo la inmersión cultural. Tomada de: (Admin & Admin, 2023)

2.4.3 Servicios completos: hospedaje, gastronomía, bar y entretenimiento.

El resort ofrece una gama completa de servicios, que incluyen alojamiento, opciones gastronómicas y un bar que combina cócteles tropicales y granizados típicos de la isla preparados en el Bar Tiki. Este espacio al aire libre también es un lugar para la música y el baile. El personal, altamente capacitado está comprometido en brindar una experiencia auténtica que refleja las costumbres y tradiciones hawaianas. Además, el resort ofrece servicios y espacios dedicados al yoga, pilates, aromaterapia y meditación.

Figura 8.*Prototipo del Bar Tiki*

Nota: Esta es una imagen de referencia del diseño prototipado del Bar Tiki que hará parte del Resort Akahi. Tomada de: (Román, 2020)

Figura 9.*Presentación de los Cócteles*

Nota: Los cócteles y bebidas ofertadas serán presentados en Tiki Mugs recipientes tallados con el dios Tiki de la cultura hawaiana. Tomada de (Ec, 2019).

2.4.4 Experiencia gastronómica: sabores de Hawái y Colombia.

El restaurante con vistas al mar permite a los huéspedes sumergirse completamente en la cultura hawaiana, degustando platos típicos como el Poke, el Saimin, Musubi, Poi, entre otros.

Igualmente se ofrecen opciones de comida colombiana para aquellos que prefieran una experiencia más familiar.

Figura 10.

Gastronomía Hawaiana



Nota: Referencia de los platos a ofertar que serán típicos e inspirados por la gastronomía hawaiana.

Tomada de: (Just Eat, 2020.)

Figura 11.

Gastronomía Colombiana



Nota: Esta imagen es de referencia a los platos a ofertar de la gastronomía típica colombiana.

Tomada de: (Sastoque, 2023).

2.4.5 Entretenimiento cultural y espiritual.

Los visitantes pueden disfrutar de emocionantes espectáculos en familia, con la pareja o solos. Presentaciones de danza, como el Holu, con la posibilidad de participar en clases para aprender este arte, todo ello acompañado de trajes típicos hawaianos y un impresionante espectáculo de fuego. Además, se ofrecen rituales espirituales guiados por expertos en la materia, así como noches de mitología hawaiana y representaciones teatrales que transportan a los asistentes a un mundo de historias fascinantes.

Figura 12.

Danza del Holu con Traje Típico Hawaiano



Nota: La danza del Holu es una tradición distintiva de Hawái que se realiza con trajes típicos y, en ocasiones, se complementa con un espectáculo de fuego. Tomada de: (HAPPY HAWAII, 2021)

2.4.6 Un espacio especial para tus mascotas.

Akahi Resort también da la bienvenida a las mascotas, comprendiendo la importancia de que las mascotas sean parte de la experiencia vacacional. Por ello, se dispone de un espacio exclusivo donde recibirán el mismo cariño y atención que los clientes.

El resort cuenta con instalaciones especialmente diseñadas para las mascotas, incluyendo una piscina exclusiva para perros. En caso de que los huéspedes deseen explorar la región sin sus mascotas, se ofrece un servicio de guardería que garantiza todos los cuidados y atención que pudieran requerir.

Figura 13.

Zonas Adecuadas para las Mascotas



Nota: El resort dispondrá de áreas exclusivas destinadas al bienestar de las mascotas, que incluirá una piscina exclusiva para las mismas. Tomada de: (Limited, 2008)

2.4.7 Reserva directa y sin intermediarios.

Para mayor comodidad de los visitantes, se ha desarrollado un sitio web completo donde se puede encontrar toda la información relevante sobre Akahi Resort. Además, se ofrece la

posibilidad de hacer reservas directas, sin intermediarios, brindando mayor seguridad para planificar su propia estadía y la de sus mascotas de acuerdo con las preferencias y necesidades de cada cliente.

Figura 14.

Página Web Akahi



Nota: Prototipado de Página Web. Fuente: Elaboración propia.

3. Análisis Digital de la Competencia

Al realizar un análisis digital de la competencia potencial para Akahi Resort, se determinó que Senda Watapuy e Irotama Resort son los competidores más cercanos en cuanto al servicio que ofrecen. Destacando a Senda Watapuy como el principal competidor, al registrar un mayor número de visitas en comparación con Irotama Resort.

En lo referente al comportamiento del usuario; este visualiza un promedio de 8 páginas previo a acceder al sitio web de Senda Watapuy, y ya dentro de esta página el 30,12% abandona el sitio por un largo tiempo, mientras que los demás usuarios duran aproximadamente tres minutos navegando en la web del competidor número uno; por otro lado, para acceder a la página web de Irotama Resort los internautas visitan un promedio de tres páginas, y una vez dentro, el 34,43%

dejan de visitar el sitio por un largo tiempo mientras que los demás usuarios permanecen en la página aproximadamente un minuto y medio. Estos datos permiten deducir que la empresa Akahi Resort se enfrenta a un mercado nicho o un mercado en crecimiento que hasta ahora está siendo explorado; asimismo, la empresa podría optar por crear pautas con una duración de minuto y medio a dos minutos que logren entretener al usuario, aumentando el tiempo de navegación y reduciendo el porcentaje de rebote para lograr un rendimiento sobresaliente en este entorno digital.

En cuanto al tráfico en las páginas web, se observa que Senda Watapuy es más popular a nivel nacional, con una mayor proporción de tráfico directo y una fuerte presencia en redes sociales (especialmente Instagram), lo que se traduce en una mayor conciencia de marca que impacta positivamente la atracción y conexión con los consumidores. A diferencia de Irotama Resort, el cual tiene una mayor presencia internacional, especialmente en España, y una mejor optimización para motores de búsqueda, lo que le permite atraer más tráfico orgánico de buscadores, sin embargo, presenta una alta dependencia en la publicidad paga, lo que resalta la importancia de diversificar las fuentes de tráfico y evitar depender exclusivamente de un solo canal. En adición a esto, ambos competidores muestran una nula actividad tanto en el correo electrónico como en los anuncios de display, donde se está ignorando el potencial del emailing para involucrar a la audiencia de manera más directa y personalizada, así como la capacidad de los anuncios de display para captar la atención de los consumidores de manera creativa y visualmente atractiva.

En conclusión, en el contexto del entorno digital, para lograr el éxito en el mercado se requiere mantener un enfoque equilibrado que incorpore estrategias exitosas observadas en los competidores, como la sólida presencia en redes sociales de Senda Watapuy y evitar prácticas poco beneficiosas, como la dependencia excesiva en la publicidad paga, manteniendo una constante

innovación y explorando oportunidades que no estén saturadas en el mercado para destacar y ofrecer un valor diferencial.

Tabla 1.

Análisis de Competencia Digital de Akahi resort

Métrica	Competencia 1	Competencia 2
Sitio web	Senda Watapuy	Irotama Resort
# Visitas	183,334	106,181
Promedio duración	0:02:52	0:01:31
#Pag. Vistas	8,19	2,61
Rebote	30,12%	34,43%
Tráfico por países	Colombia 97;24%	Colombia 72,43%
	Us 1,40%	España 26,16%
	Fr 0,52%	NZ 0,41%
Fuente de Tráfico		
Directo	48,40%	25,32%
Referidos	4,35%	2,71%
Buscadores	34,04%	67,03%
Redes Sociales	13%	0,05%
Emailing	0%	0%
Paid	0,21%	4,88%
Display	0%	0%

Nota. Esta tabla fue elaborada por el autor al basarse en la información arrojada por SimilarWeb

4. Definición del Buyer Persona

Figura 15.

Infografía del Buyer Persona de Akahi Resort



Nota: Elaboración propia.

Para definir el buyer persona de Akahi resort se eligió a Catalina Castro, una administradora de empresas de 30 años, que actualmente trabaja como coordinadora de proyectos

en una multinacional colombiana y tiene unos ingresos anuales de \$70.000.000 de pesos colombianos. En lo personal, Catalina es una apasionada por los viajes y la lectura, es feliz cuando comparte con sus seres queridos y cuando realiza actividades que promueven su bienestar, además considera que el éxito se basa en el crecimiento profesional y en la satisfacción personal. En el ámbito laboral, Catalina se enfrenta a la presión del perfeccionismo y la competencia en su entorno laboral lo que afecta su bienestar; suele ser una persona que permanece en constante estrés con muchas preocupaciones y la mayoría del tiempo permanece muy ocupada; dentro de sus aspiraciones laborales se incluye el crecimiento personal y profesional.

Por otro lado, Catalina pasa de 1 a 2 horas navegando en la web después de su horario laboral; aparte de navegar en Google, también utiliza las redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok. Dentro de sus intereses se encuentran temas relacionados con viajes, tendencias laborales, bienestar, negocios, culturas, entre otros; por lo general prefiere visitar páginas que manejen un lenguaje semiformal, cercano y que contengan formatos de fácil entendimiento como infografías y videos. En lo referente a su relación con Akahi, Catalina antes de comprar suele analizar el costo, ubicación y las actividades que ofrece el resort para cumplir sus expectativas, por lo cual el abandono podría ocurrir en el caso de que Akahi no cumpla con la necesidad de descanso y entretenimiento requerida; sin embargo, en el caso de cumplir con las expectativas, el resort generaría un impacto emocional positivo al ofrecer actividades de bienestar y conexión con la naturaleza, logrando que Catalina tenga la experiencia de desconexión que busca.

Se puede concluir que el Buyer persona de Akahi resort son adultos que se encuentran en un rango de edad entre 30 a 40 años, ubicados en ciudades principales de Colombia, pertenecientes a un nivel socioeconómico medio-alto, con un cargo laboral demandante y de alto nivel de exigencia; los cuales trabajan de manera excesiva y suelen estar estresados y agobiados todo el

tiempo; constantemente están en búsqueda de espacios que les permitan tener un descanso de su rutina cotidiana y que cumplan su promesa de valor, primando más esto que su precio. Se escogió este perfil ya que dentro del rango de edad por lo general se cuenta con un empleo e ingresos estables, y se está dispuesto a vivir experiencias diferentes.

5. Línea de Contenidos para la Estrategia Digital

5.1 Objetivo de la Estrategia de Contenidos

El objetivo principal de la estrategia de contenidos diseñada para Akahi resort dentro de la estrategia digital global es dar a conocer el resort como un nuevo destino único e innovador donde los consumidores podrán dejar a un lado la monotonía, disfrutar de un descanso revitalizante y entretenido al mismo tiempo, mientras conectan con ellos mismos y con la naturaleza. Para esto se realizará una estrategia de marketing digital enfocada en la creación de contenido atractivo y relevante en las plataformas digitales del resort, con el fin de atraer a nuestros clientes potenciales y consolidar la presencia de marca en línea, buscando así el posicionamiento de Akahi en el mercado.

Figura 16.

Contenidos de Embudo



Nota: Elaboración propia.

5.2 Mix de la Estrategia de Contenidos

Tabla 2.

Contenidos Tópicos

Community	Marketing	Interacción
Búsqueda del equilibrio tanto en la vida profesional como personal para potenciales clientes entre 30 y 40 años.	¿Cómo con Akahi puedes salir de la rutina y conectar contigo mismo y con la naturaleza?	Sumergirse en el paisaje y actividades del resort.
Curiosidad por explorar nuevos lugares temáticos.	Akahi un espacio pet. Friendly	

Nota. Elaboración Propia

5.2.1 Estrategia de contenido de comunidad.

El contenido comunitario se enfocará en temas relacionados a la búsqueda del equilibrio en la vida profesional y personal, cuyo público objetivo está entre 30 y 40 años, para ello se utilizarán herramientas gráficas como posts o infografías en donde se presentarán las 5 razones para practicar el mindfulness y tips para gestionar el tiempo entre la vida laboral y personal. Además, se abordarán temas enfocados a la curiosidad por explorar nuevos lugares temáticos, para

lo cual se presentarán algunos datos curiosos sobre la cultura hawaiana. A partir de lo anterior, Akahi Resort tiene como objetivo establecer una conexión cercana con la comunidad, abordando sus temas de interés para así generar confianza.

5.2.2 Estrategia de contenido de marketing.

Con esta estrategia se pretende mostrar a Akahi como el lugar perfecto para salir de la rutina, conectar contigo mismo y con la naturaleza; para ello se generará un reel en el que se evidencien las instalaciones y servicios que ofrece este resort, además se resaltarán la cultura pet friendly mostrando los espacios específicos designados para las mascotas.

5.2.3 Estrategia de contenido de interacción.

Este contenido tiene como objetivo fortalecer la relación con los clientes, brindándoles una experiencia inmersiva y fomentando su participación en las actividades del Resort. Para lograrlo, Akahi desea incentivar a los clientes a registrarse en la página web, ofreciendo como motivación una clase de yoga donde podrán compartir con profesionales en el área y otras personas con las que se sentirán identificados; además de dimensionar cómo se desarrolla una clase de yoga en Akahi.

6. Posicionamiento en Search Engine Optimization (SEO) de Sitios Web para Motores de Búsqueda

Tabla 3.

Keywords Posicionamiento SEO

Keywords	Confort eco amigable, hotel para relajarse, desconectarse, hotel con Spa, eco-Friendly, hotel sostenible, bienestar, salud, reducir el estrés, espiritual, yoga, pet friendly, resort, hotel todo incluido, hotel temático, hotel en Colombia, hotel en Santa Marta, conexión con la naturaleza, inmersión cultural, hawaiano, alojamiento en Santa Marta, vista al mar, hoteles en la costa colombiana.
Keywords primarias y contenidos que se crearán en torno a esa palabra.	Palabra primaria: Resort temático hawaiano de bienestar pet friendly
URL	www.AkahiResort.com/Resort/tematicohawaiano/debienestar/petfriendly
Meta Descripción	Hotel temático hawaiano , Akahi Resort . Es el resort ideal para aquellos que buscan nutrir el bienestar integral y una experiencia

temática hawaiana, en este **resort** disfrutarán de actividades de **bienestar** además de ser un **resort pet friendly**.

Título de la página	Akahi Resort: Hotel temático Hawaiano en Santa Marta
Título del contenido	Akahi Resort: Tu refugio hawaiano en el Caribe colombiano; un oasis de bienestar

Nota. Elaboración propia

Se generaron las palabras clave evidenciadas en la tabla 3 porque se espera que Akahi sea buscado no solo cuando las personas necesitan un hospedaje con vistas al mar, sino también cuando requieran de actividades que liberen su estrés, que puedan realizar en compañía de sus mascotas, y que nutran su bienestar físico, emocional y espiritual. Además, se espera captar el segmento de mercado interesado en vacaciones bajo la modalidad de todo incluido, lo que permite disfrutar de una experiencia sin preocupaciones, maximizando la relajación y la desconexión de la rutina.

Adicionalmente, las palabras clave primarias destacadas en la URL de la página web están diseñadas para mejorar la visibilidad y el posicionamiento en los motores de búsqueda, con el propósito de captar de manera más efectiva al público objetivo transmitiendo el mensaje del título del contenido: ver a Akahi como el refugio hawaiano en el Caribe colombiano, un oasis de bienestar.

Por otro lado, la meta descripción busca destacar el atributo único del hotel que es ofrecer una experiencia temática hawaiana en Santa Marta, teniendo como principal diferenciador la inmersión en esta cultura; complementada con algunos aspectos ya mencionados, que demuestran

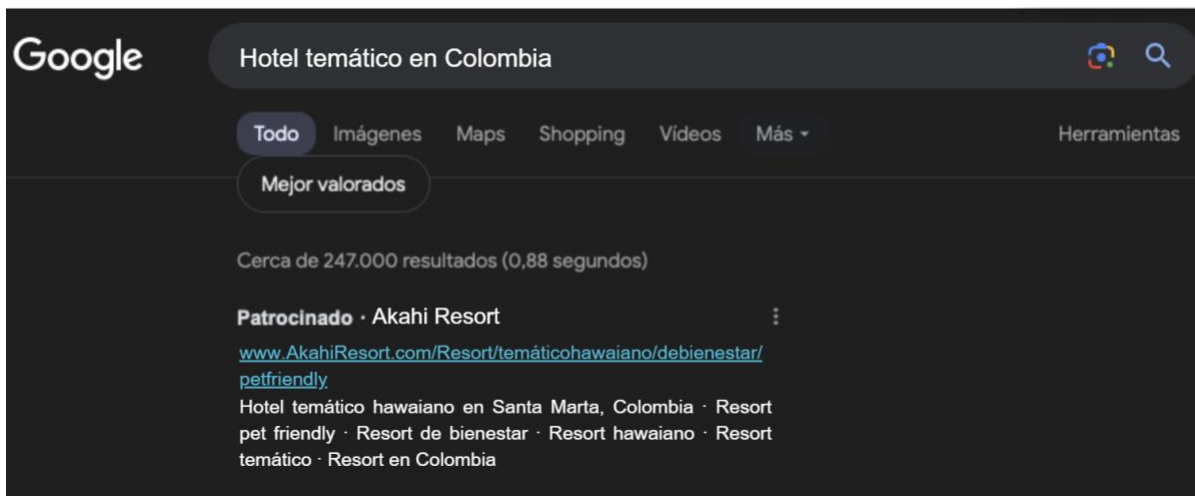
los beneficios del servicio ofrecido, como las actividades de bienestar integral y la posibilidad de disfrutar en compañía de mascotas.

7. Anuncio de Pago Search Engine Marketing (SEM)

La estrategia de marketing digital SEM se implementará para asegurar que el hotel Akahi Resort aparezca entre los principales resultados de búsqueda en Google. Esto contribuirá a aumentar significativamente la visibilidad del hotel tanto en las redes sociales donde tiene presencia como en la página web. Además, esta herramienta no solo permite alcanzar al público objetivo predefinido, sino también otros segmentos de mercado que podrían convertirse en clientes potenciales del proyecto.

Figura 17.

Estrategia SEM



Nota: Anuncio de pago de Akahi Resort. Fuente: Elaboración propia.

8. Página WEB

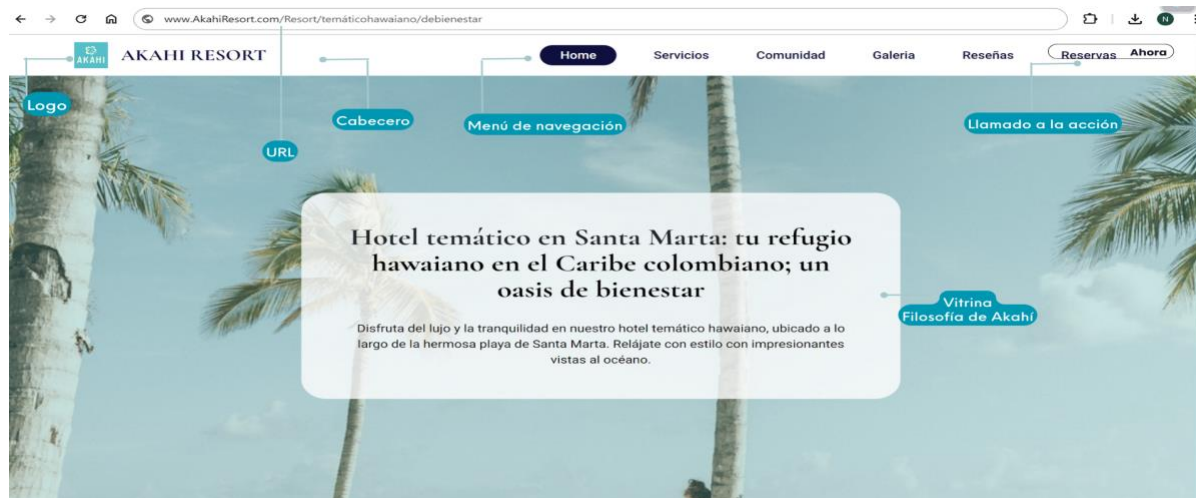
Para apoyar la estrategia de marketing digital de Akahi Resort, se diseñó un mockup de su página web. Esta página nos permitirá tener presencia en línea en una era digital, facilitando que los consumidores, a través de su navegación en la web, accedan a información sobre los servicios ofrecidos y datos relevantes con acceso 24/7. De este modo, se busca incrementar el reconocimiento de la marca y atraer al público objetivo. La página web también tiene como propósito brindar una mayor credibilidad a los consumidores y aumentar la visibilidad del Resort. Para mejor visualización del mockup acceder al siguiente link: <https://butternut.ai/live/6645875d8fc0aab4a37e0aca>

8.1 Sección Home

La página web de Akahi cuenta con un gestor de búsqueda que incluye el URL del Resort y su dominio. Además, tiene una cabecera estática en la que los usuarios encontrarán el logo y el menú de navegación, desde allí tendrán acceso a las diferentes secciones expuestas y un llamado a la acción. Asimismo, se encuentra el cuerpo de la página en el que se evidencia una vitrina principal con la filosofía de Akahi e información general sobre el resort, su comunidad y sus servicios; explicados de manera específica en cada sección. Finalmente, el usuario encontrará el pie de página.

Figura 18.

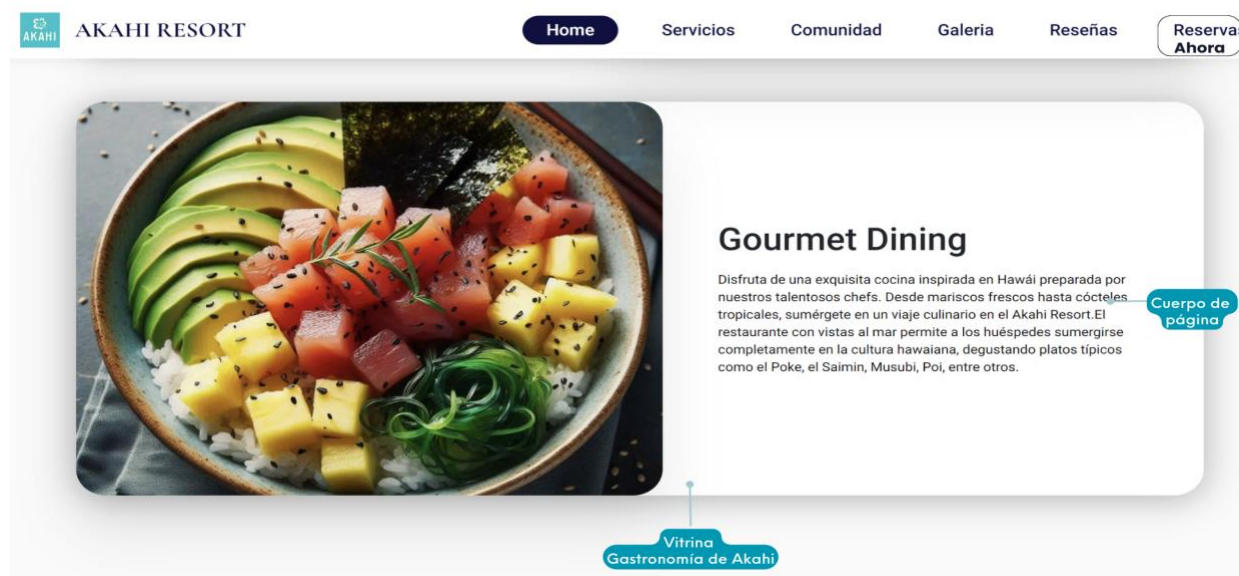
Página Web Akahi Resort, Sección Home.



Nota: Elaboración propia.

Figura 19.

Vitrina Gastronomía de Akahi.



Nota: Elaboración propia.

Figura 20.

Vitrina Servicios de Akahi

AKAHI RESORT

Home Servicios Comunidad Galería Reseñas Reservas **Ahora**

Nuestros Servicios

Retiro de Spa y Bienestar

Disfruta de una experiencia de spa rejuvenecedora con nuestros lujosos tratamientos y terapias diseñados para relajar tu cuerpo y mente. Date un capricho en el paraíso.

Actividades Akahi

Los huéspedes disfrutan de una experiencia única que les permite desconectar y revitalizarse. Emprende emocionantes aventuras en la playa como surf, snorkel y yoga junto al mar.

Momentos Especiales

Organiza tu boda de ensueño o evento especial en el impresionante lugar frente a la playa del Akahi Resort. Nuestro equipo dedicado se asegurará de que cada detalle sea perfecto para tu celebración.

Vitrina Servicios de Akahi

Cuerpo de página

Nota: Elaboración Propia.

Figura 21.

Sobre Akahi

AKAHI RESORT

Home Servicios Comunidad Galería Reseñas Reserva **Ahora**

Descubre Akahi Resort: tu escapada temática hawaiana.

- ¿Para quién trabajamos?**

Para viajeros que valoran la relajación, la cultura y la conexión personal, a su vez, aquellos que busquen una experiencias única y revitalizante.
- ¿En qué nos diferenciaremos ?**

En la fusión de un excelente servicio temático con un enfoque único hacia el bienestar; respetando la cultura hawaiana y la sostenibilidad ambiental. Los huéspedes pueden esperar un oasis tranquilo donde el lujo se encuentra con la naturaleza, proporcionando el escenario perfecto para relajarse junto a la playa.
- 3. Nuestra misión**

Ofrecer un alojamiento tropical en el caribe colombiano, donde la serenidad hawaiana y la calidez colombiana se fusionan para brindar a los huéspedes una escapada única que revitalice mente, cuerpo y espíritu, permitiéndoles desconectarse y renovarse.

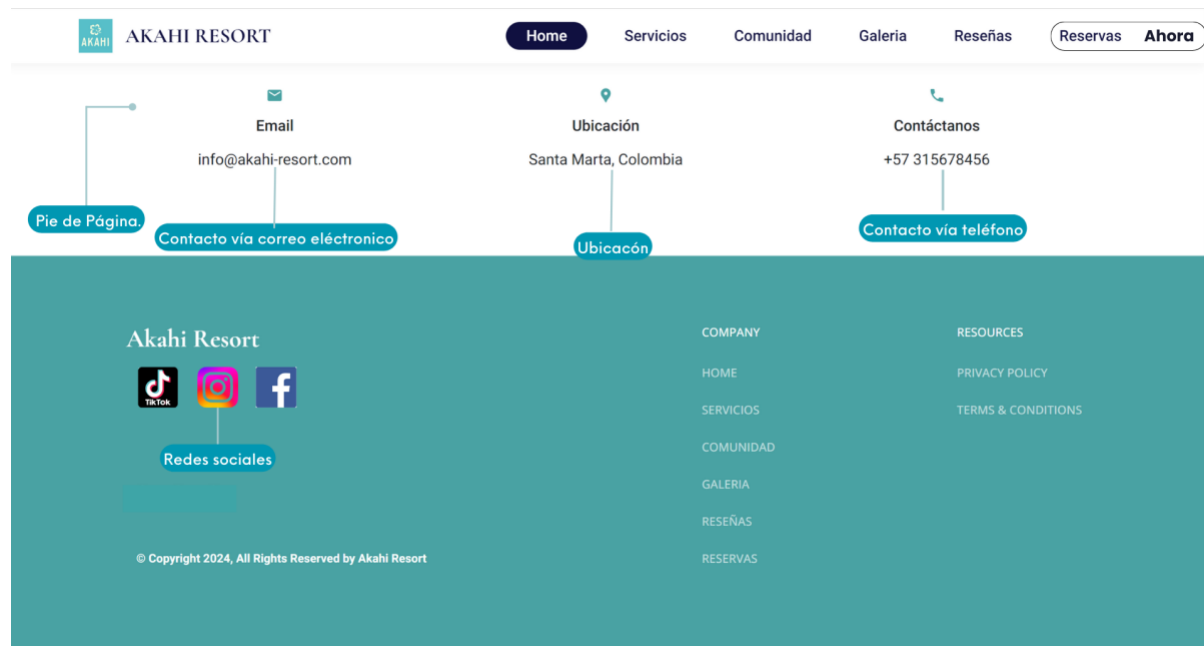
Sobre nosotros

Cuerpo de página

Nota: Elaboración propia.

Figura 22.

Pie de Página.



Nota: En el pie de página, los usuarios encontrarán opciones de contacto a través de correo electrónico, que es un medio formal, y contacto telefónico, que ofrece una comunicación más personalizada. También se incluye la ubicación del resort y las redes sociales de Akahi. Fuente: Elaboración propia.

8.1.2 Descripción elementos, sección home de la página web de Akahi Resort.

- Logo Akahi Resort

El logo de Akahi, con una flor de hibisco en color crema, el nombre "Akahi" en el mismo tono, una tipografía alargada y redondeada, y un fondo en tono verde azul #02A4A4, se ha

diseñado de manera estratégica para reflejar los valores y la esencia del hotel temático hawaiano en Colombia. Aquí están las justificaciones utilizando conceptos avanzados de branding:

1. **Identidad Cultural y Natural:** la flor de hibisco, símbolo de Hawái, representa la cultura hawaiana y su belleza natural. Al incorporar el logo, se establece una conexión inmediata con la temática hawaiana del hotel.
2. **Coherencia Temática:** el uso de la flor de hibisco y los tonos de crema y verde azul se alinean perfectamente con la temática hawaiana y la naturaleza exuberante que se busca ofrecer a los huéspedes. Esto crea una experiencia coherente y auténtica desde el primer contacto con la marca.
3. **Sensación de Calma y Relajación:** el color crema transmite calma y serenidad, lo que concuerda con el objetivo del hotel de ofrecer relajación y desconexión del mundo. Los trazos redondeados de la tipografía alargada también evocan una sensación de suavidad y tranquilidad.
4. **Versatilidad y Legibilidad:** la tipografía alargada y redondeada se ha elegido cuidadosamente para que sea legible y atractiva. Esta elección garantiza que el nombre "Akahi" sea fácilmente reconocible, incluso a distancia, y se mantiene en armonía con la estética general del logo.

Figura 23.

Logo Akahi Resort.



Nota: Logo y paleta de colores de Akahi. Fuente: Elaboración propia

Para darle color al logo se escogieron tonos de verde azul que evocan la naturaleza y el entorno tropical, mientras que la crema genera tranquilidad y se asocia con la arena de la playa y la calidez del sol. Esta combinación de colores transporta a los espectadores a un entorno natural y paradisíaco, lo que se alinea perfectamente con la temática hawaiana del hotel y su entorno en Santa Marta.

1. Verde Azul (#02A4A4): este tono de verde azul transmite una sensación de calma y serenidad. En neuromarketing, se ha demostrado que los colores relacionados con la naturaleza, como los verdes y azules, tienen un efecto relajante en el cerebro humano. Esto se alinea perfectamente con el objetivo del hotel de ofrecer un ambiente relajado y una desconexión del mundo exterior.

2. Tono crema #FDFDD5:

- Calidez y acogida: el color crema evoca una sensación de calidez y acogida, lo que es fundamental para un hotel. Este matiz transmite hospitalidad y comodidad, creando una atmósfera relajada y amigable que se alinea con el objetivo de Akahi de ofrecer una experiencia acogedora y reconfortante a sus huéspedes.
- Comodidad y relajación: tono crema se asocia con la arena de la playa y la calidez del sol. Es un color ideal para proyectar tranquilidad y equilibrio (Delgado, 2017)
- Armonía Visual: el uso coherente del color crema en la flor de hibisco y el nombre "Akahi" crea armonía visual en el logo. Esta consistencia de color contribuye a una identidad de marca sólida y coherente, lo que facilita la identificación y la memorización del logo.
- Contraste Efectivo: el color crema contrasta efectivamente con el fondo verde azul #02A4A4, asegurando que el nombre y la flor de hibisco se destaquen y sean fácilmente legibles. Este contraste visual es esencial para la identificación rápida del logo y la percepción de la marca. Por otro lado, evitar muchos tonos en un logo hacen que sea más legible y minimalista.
- Acento de Lujo: el tono crema, al ser un color suave y sofisticado, puede aportar un toque de lujo y exclusividad al diseño. Esto es relevante para un hotel que busca ofrecer una experiencia única y de alta calidad a sus huéspedes.

- **Contacto Vía Correo Electrónico**

Por medio del correo electrónico los usuarios podrán comunicarse de manera formal para realizar peticiones e incluso el envío de cartas comerciales.

- **Contacto Vía Telefónica**

Por medio del número de contacto, la persona interesada tendrá una atención personalizada y directa en tiempo real, lo que garantiza un lapso de respuesta más rápido a cualquier inquietud o solicitud que presente.

- **Redes Sociales**

El usuario encontrará el acceso directo a las redes sociales de Akahi: Facebook, Instagram y TikTok. A través de estas plataformas, podrán visualizar diversas publicaciones relacionadas con el resort, como sus instalaciones, servicios, actividades diarias, datos curiosos y más, que podrían ser de su interés.

- **Ubicación**

El consumidor contará con la ubicación exacta del Resort en Santa Marta, Colombia. Esto evitará confusiones sobre cómo llegar y generará mayor credibilidad.

8.2 Sección Servicios

Aquí el consumidor encontrará información sobre los servicios que ofrece Akahi (véase Figura 24. *Paquete de Servicios*), como clases de yoga, spa hawaiano, entre otros. Cada servicio estará acompañado de su respectiva descripción. Además, se incluirán ilustraciones que permitirán a la persona tener una visualización clara de los servicios ofertados por el Resort.

Figura 24.*Paquete de Servicios*

AKAHI RESORT

Home **Servicios** Comunidad Galería Reseñas Reservas

Nuestro paquete de servicios

- 1 Clases de yoga frente a la playa**

Disfruta de una experiencia holística con nuestras clases diarias de yoga en la playa, diseñadas para rejuvenecer tu cuerpo, mente y alma. Nuestros instructores expertos te guiarán a través de sesiones inmersivas que te dejarán renovado y lleno de energía.
- 2 Tratamientos exóticos de spa hawaiano**

Mímate con nuestros lujosos tratamientos de spa hawaianos, que incluyen técnicas tradicionales y productos orgánicos. Relájate mientras nuestros terapeutas expertos te ayudan a desconectar y alcanzar un equilibrio armonioso de relajación y rejuvenecimiento.

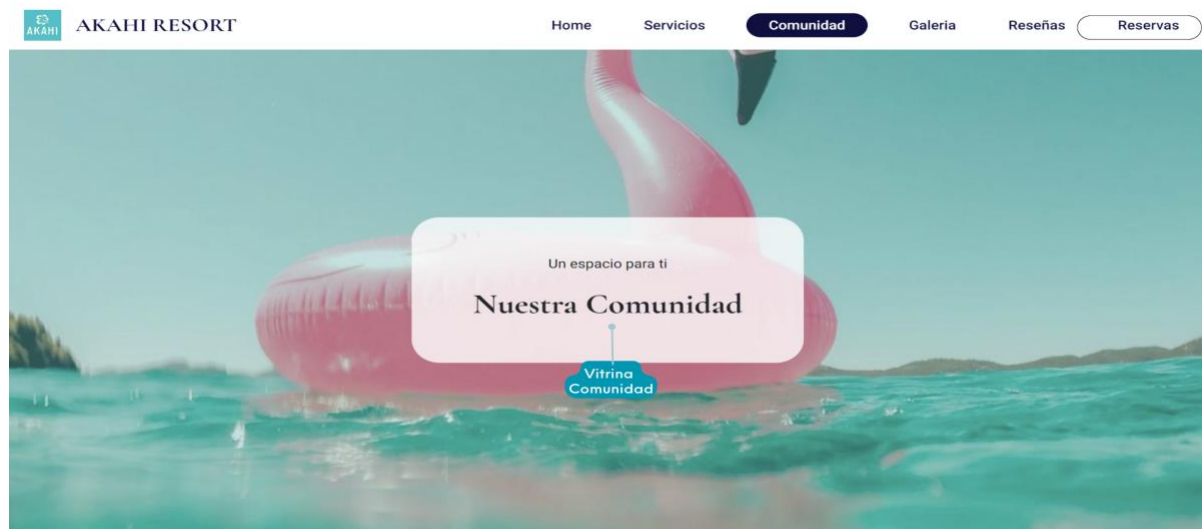
Información servicios



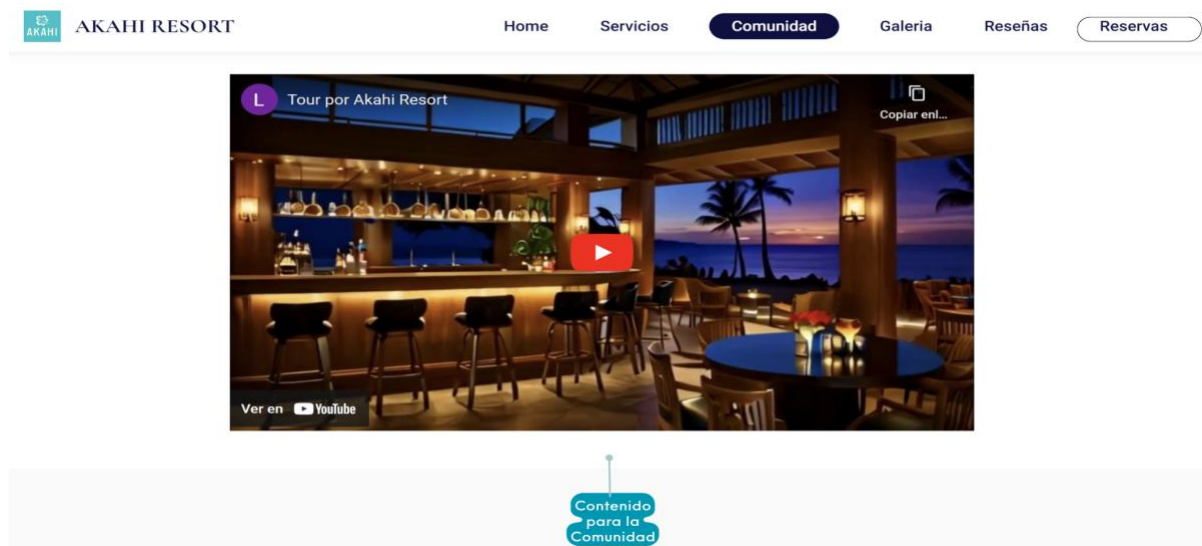
Nota: Elaboración Propia.

8.3 Sección Comunidad

En esta sección, el usuario encontrará contenido que le permitirá visualizar las instalaciones del Resort. Además, podrá acceder a contenido de interés, como un video de referencia sobre la experiencia en el Resort, datos curiosos, tips, y más. Esto con el fin de generar mayor interacción y atracción con la comunidad.

Figura 25.*Inicio Sección Comunidad*

Nota: Elaboración propia.

Figura 26.*Contenido Generado para la Comunidad*

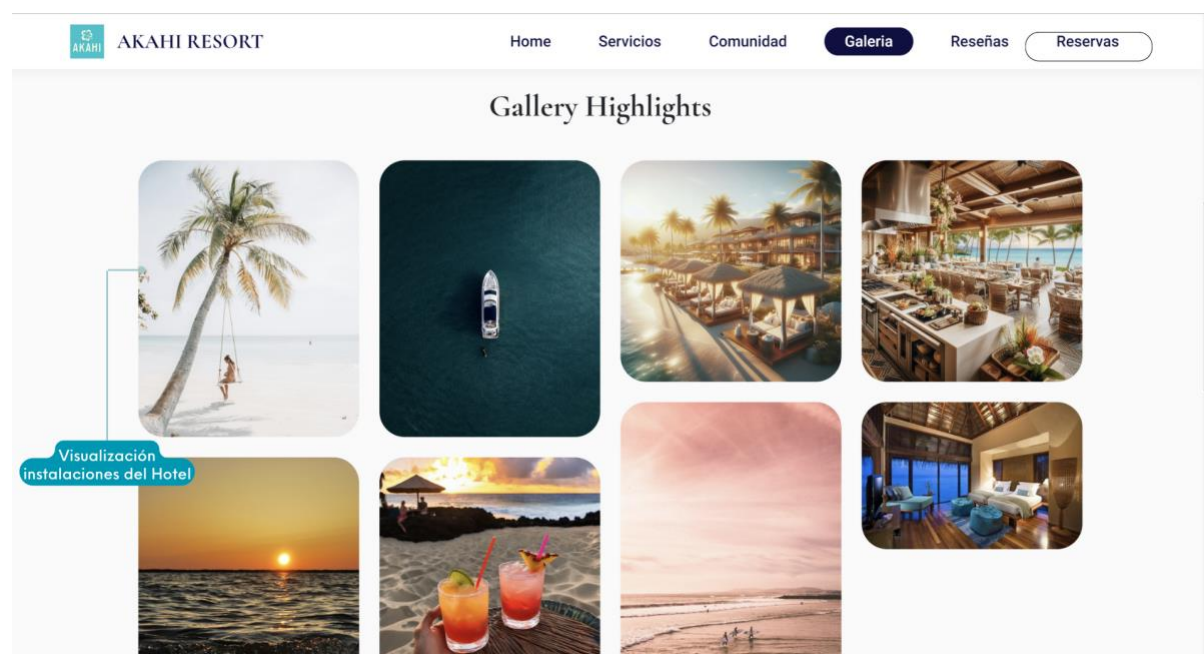
Nota: Elaboración propia.

8.4 Sección Galería

En esta sección, la persona encontrará ilustraciones representativas de los espacios con los que cuenta el hotel. Además, se mostrarán los productos y servicios que se ofrecen, así como las habitaciones, las zonas al aire libre y la zona de comidas, entre otras.

Figura 27.

Gallery Highlights



Nota: Elaboración Propia

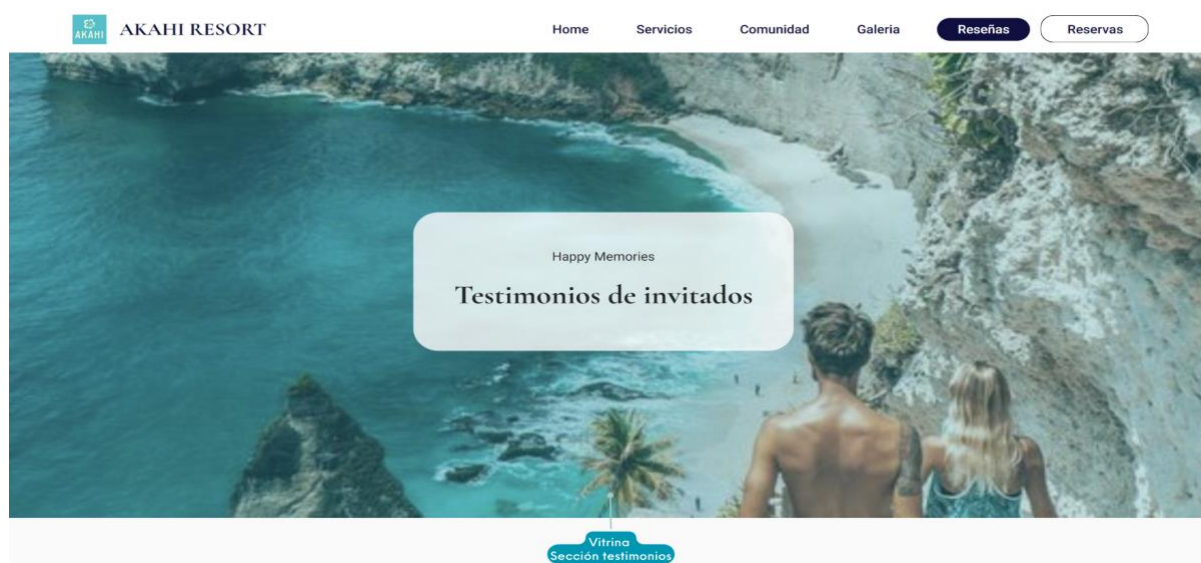
8.5 Sección Reseñas

Aquí el usuario encontrará testimonios de diferentes huéspedes sobre su estadía en el Resort. En estos testimonios, los huéspedes comparten sus experiencias y si estas fueron

satisfactorias o no. Cada testimonio estará acompañado de imágenes de la persona que se hospedó, con el fin de generar mayor credibilidad y confianza a cada uno de ellos.

Figura 28.

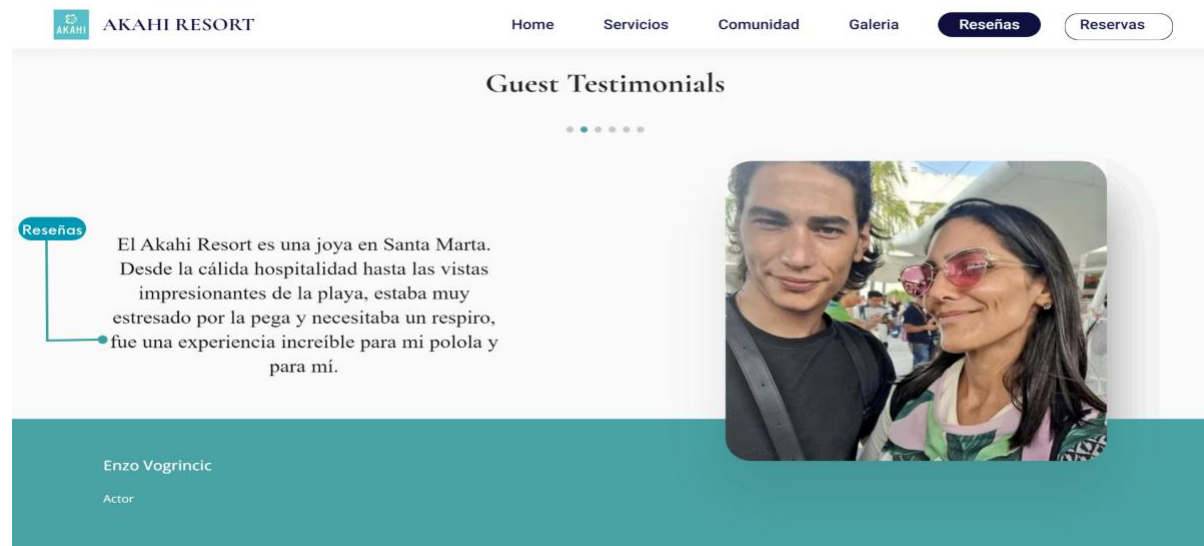
Inicio Sección Reseñas



Nota: Elaboración propia.

Figura 29.

Testimonios de los Huéspedes



Nota: Elaboración propia.

8.6 Sección Reservas

En esta sección, el usuario podrá consultar la disponibilidad de habitaciones para una fecha específica y también indicar el número de huéspedes. De esta manera, podrá agendar y realizar su reserva de forma directa, segura, inmediata y sin intermediarios.

Figura 30.*Reserva Automatizada*

The image shows a screenshot of the Akahi Resort website's automated booking interface. At the top, the Akahi Resort logo is on the left, and navigation links for Home, Servicios, Comunidad, Galeria, Reseñas, and Reservas are on the right. The main heading reads "Reserva tu estancia en Akahi Resort". Below this is a booking form with the following fields: "AKAHI, RESORT SANTA MARTA" with a location pin icon; "Check-in 22/05/2024" and "Check-out 23/05/2024" with a calendar icon; "Ocupación 1 habitación, 2 adultos" with a person icon; and "Código promocional" with a "BUSCAR" button. A callout box on the left says "Reserva automatizada". Below the form is a grid of eight images showing resort amenities: a palm tree on a beach, a boat on the water, an outdoor lounge area, a restaurant interior, a sunset over the ocean, two cocktails on a table, a beach scene, and a hotel room interior.

Nota: Elaboración propia.

Por otro lado, si la persona prefiere ser contactada por parte del Resort para recibir una cotización, un paquete específico o algún otro requerimiento, puede llenar el formulario de contacto. El equipo de Akahi se pondrá en contacto con ellos para atender sus solicitudes.

Figura 31.*Formulario de Contacto*

AKAHI RESORT

Home Servicios Comunidad Galeria Reseñas **Reservas**

Reserva tu estancia en Akahi Resort

Comuníquese con nosotros para consultas, reservas o cualquier ayuda.

Formulario de contacto

Nombre* Apellido*

Celular*

Mensaje*

Enviar

info@akahi-resort.com Santa Marta, Colombia

+57 3146567888

Nota: Elaboración Propia.

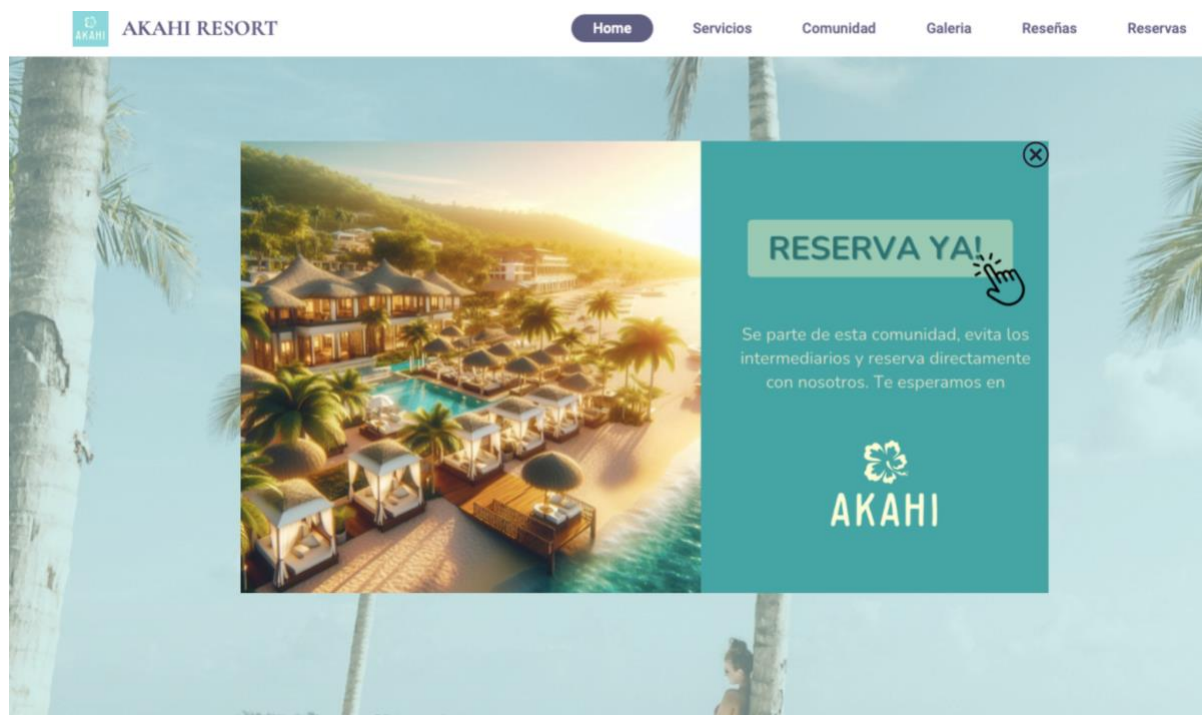
9.Publicidad y Anuncios en Internet

9.1 Pop Up Marketing

Esta estrategia tiene como objetivo atraer al cliente invitándolo a ser parte de la comunidad de Akahi, y permite capturar información relevante para la base de datos del Resort. El pop up aparecerá 40 segundos después de que el usuario acceda a la página web del hotel, allí se ofrecerá la opción de reservar directamente evitando intermediarios. A continuación, en la figura 32 observe un prototipo de esta estrategia.

Figura 32.

Prototipo de Pop Up en la Página Web de Akahi



Nota: Elaboración propia.

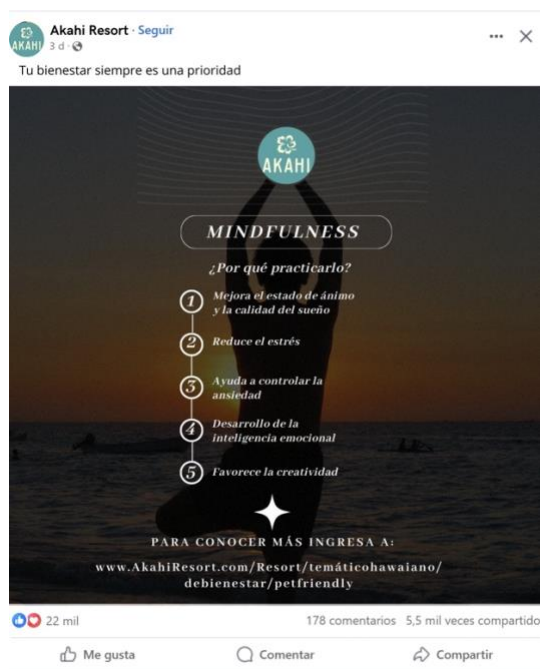
10.Redes Sociales

El objetivo principal de las redes sociales de Akahi es crear una comunidad sólida que interactúe con el Resort a través de la generación de contenidos como post, historias y reels que capten la atención de los usuarios.

10.1 Facebook

Figura 33.

Prototipado Publicación Facebook. 5 razones Para Practicar Mindfulness



Nota: Elaboración propia.

El post tiene como enfoque la atracción, ya que, con este se pretende captar al público objetivo e incentivarlos a ser parte de la comunidad de Facebook. Cabe aclarar que se trata del tipo de contenido que se le quiere brindar a los clientes, pues el hotel está enfocado en el bienestar de las personas, brindándoles información, por ejemplo, sobre la importancia de practicar el mindfulness, que es un tema de interés de las personas al que se dirige la estrategia.

Figura 34.

Prototipado Publicación en Facebook de Tips para Equilibrar la Vida Laboral y Personal.



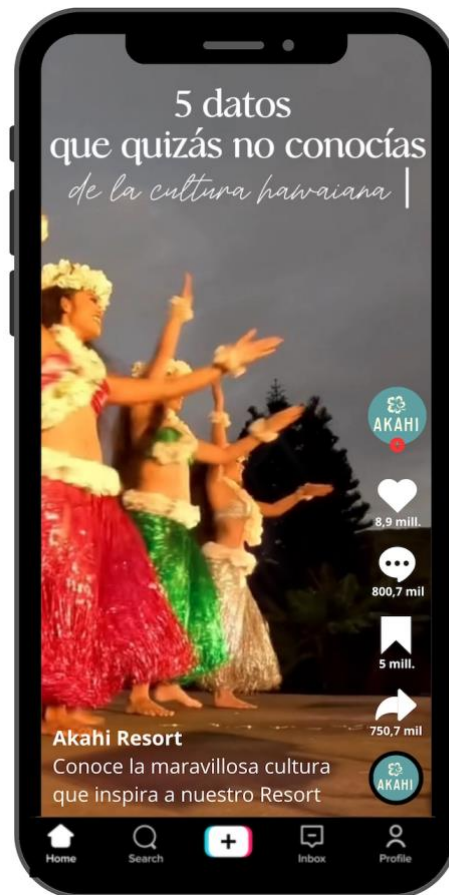
Nota: Elaboración propia.

El post tiene como objetivo generar atracción de comunidad en Facebook. Este prototipo representa el tipo de contenido que se quiere desarrollar para el público potencial, generando publicaciones enfocadas en el bienestar de la comunidad y brindándoles información. Por ejemplo, en este caso se comparten tips de cómo equilibrar la vida laboral y personal.

10.2 Tik Tok

Figura 35.

Prototipado video de Tik Tok sobre datos curiosos de la cultura Hawaiana.



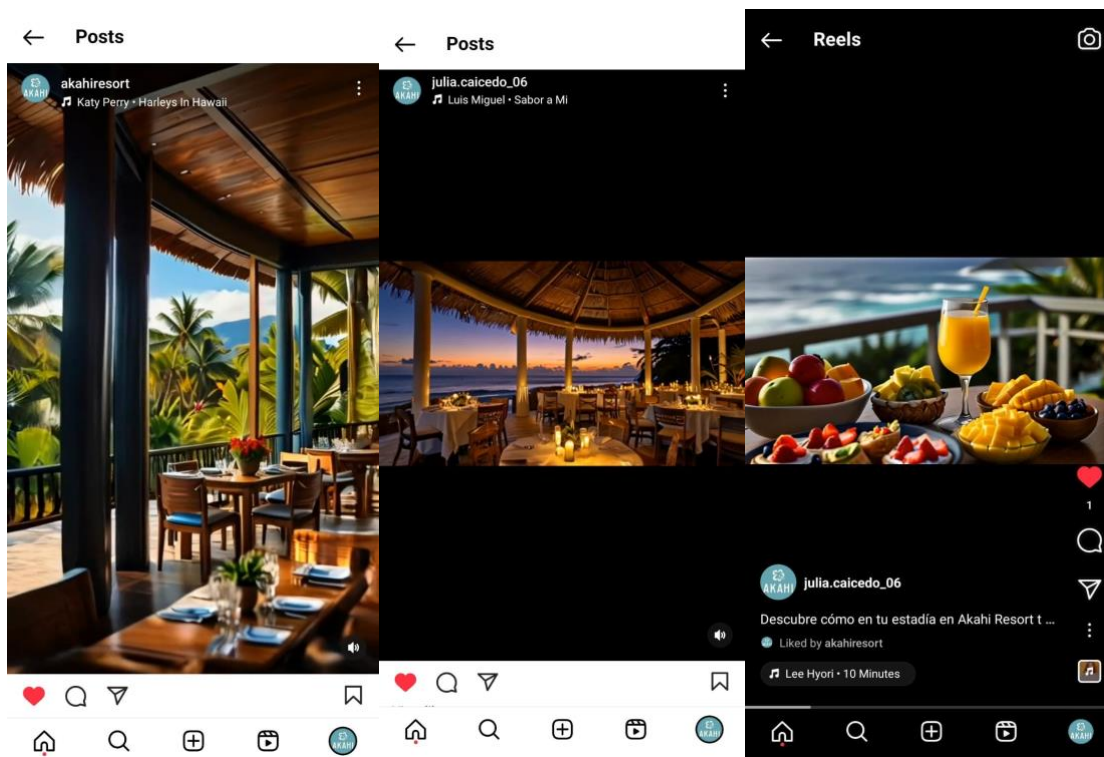
Nota: Elaboración propia

Este video tiene como objetivo atraer a personas apasionadas o interesadas en la cultura hawaiana y generar tráfico en redes sociales, logrando que más personas se interesen en esta cultura y sean cautivadas por ella. De esta manera, se incentivará el deseo de vivir la experiencia de inmersión en el Resort, tal como se invita al final del video. Además, al ser un contenido parcialmente educativo, tiene el potencial de alcanzar una audiencia mayor que otros tipos de contenido.

10.3 Instagram

Figura 36.

Prototipado post y reel mostrando las instalaciones y servicios de Akahi



Nota: Para mejor visualización de las publicaciones acceder al siguiente link:

<https://www.instagram.com/akahiresort?igsh=MTZIMnB6d2FoMzF1MQ==>

Fuente: Elaboración propia

Los formatos de video corto (reels o shorts), con canciones en tendencia es el formato que Akahi Resort utilizará para hacer engagement con la audiencia. Akahi, se apalancará de la belleza de sus instalaciones para generar contenido. Por ejemplo, un tour por las instalaciones y distintos spots de las vistas al mar del resort.

Este tipo de contenido tiene como objetivo generar una mayor interacción con el público objetivo a partir de representaciones visuales del resort. Con el fin de cautivar al usuario y que este se vea interesado en conocer y ser parte de la comunidad de Akahi.

Figura 37.

Prototipado Historia en Instagram



Nota: Elaboración propia.

Esta historia tiene como objetivo interactuar con el público objetivo, motivándolo a inscribirse en la página web del Resort al ofrecerle una clase de yoga guiada por los instructores de Akahi. Este es el tipo de contenido interactivo que se generará para que el cliente pueda conocer

un poco más de los servicios y actividades que ofrece el resort, permitiendo sumergirse en la cultura de Akahi.

Figura 38.

Prototipado Publicación de Instagram, demostrando que Akahi Resort es Pet Friendly.



Nota: Elaboración propia.

Este post tiene como objetivo interactuar con el público, mostrando que en Akahi Resort también se valora la compañía de las mascotas. Esta pieza gráfica es el tipo de contenido que se genera para comunicar al usuario sobre la filosofía de Akahi y los servicios que ofrece.

11. Estrategias de Marketing de Proximidad

Las estrategias de marketing de proximidad que se presentan a continuación tienen como objetivo generar una interacción directa entre Akahi y sus clientes potenciales.

11.1 Conexión Social Wifi

En Akahi resort se contará con conexión Wifi gratis, con el fin de tener una interacción directa con los huéspedes, ya que a la hora de ingresar a la red se redirigirá al usuario a un link externo en donde deberá brindar algunos datos personales para que la conexión a internet se active. Esta estrategia tiene como objetivo aumentar la base de datos de Akahi hacia futuros contenidos promocionales. Para mayor comprensión véase la figura 39.

Figura 39.

Prototipo de Conexión Social Wifi



Nota: Elaboración propia.

11.2 WhatsApp Marketing

Teniendo en cuenta la base de datos de clientes de Akahi, se hará uso de la herramienta de WhatsApp con el objetivo de brindar una atención personalizada, informando al cliente sobre servicios e instalaciones del resort, así como promociones de eventos y actividades del hotel. De igual forma, mediante este medio se facilitará la gestión de futuras reservas que deseen hacer los clientes y el seguimiento de la experiencia del huésped en Akahi. Para mayor entendimiento véase la figura 40.

Figura 40.

Prototipo WhatsApp Marketing



Nota: Elaboración propia.

12. Acciones de Omnicanalidad dentro de la Estrategia

En el marco de la estrategia de omnicanalidad de Akahi Resort, los códigos QR desempeñan un papel importante a la hora de mejorar tanto la experiencia del cliente como la eficiencia operativa. Estos códigos permitirán agilizar el proceso de check-in y check-out, facilitando una llegada y salida sin complicaciones. Además, proporcionarán acceso instantáneo a información relevante del hotel, como horarios de restaurantes, servicios disponibles y guías turísticas; eliminando la necesidad de materiales impresos o que el huésped deba contactar directamente a un empleado del hotel para recibir esta información.

En los restaurantes, los menús digitales accesibles mediante QR mejorarán la experiencia de los huéspedes y la eficiencia del personal. Además, estos códigos permitirán ofrecer promociones y ofertas personalizadas, recoger encuestas y feedback en tiempo real, y proporcionar mapas y guías interactivas dentro del hotel. A través de los códigos, los huéspedes podrán acceder a contenido exclusivo, interactuar con las redes sociales del hotel y automatizar la solicitud de servicios, mejorando la comunicación y personalización de los servicios, con el fin de optimizar las operaciones del hotel y poder reforzar la imagen como una entidad moderna y tecnológicamente avanzada (Guest, 2023).

Figura 41.

Prototipo de Código QR



Nota: Elaboración propia.

13. Conclusiones

Se puede concluir que el sector turístico es un mercado en crecimiento, razón por la cual Akahi Resort se posiciona estratégicamente en la ciudad de Santa Marta, Colombia. La elección de este territorio se justifica no solo por su belleza natural, sino también por el contexto favorable que ofrece para la introducción de nuevos establecimientos hoteleros innovadores, dada la dependencia del turismo en la región.

Por otro lado, analizando la competencia de Akahi Resort, se encuentran falencias en aspectos de estructuración de sus páginas web lo que conlleva a una menor duración del tiempo

de navegación en cada una de ellas, generando poca interacción de los usuarios. Además, su dependencia a anuncios pagos y su poca participación en redes sociales limitan un crecimiento orgánico.

A partir de lo anterior, se detectó una oportunidad en el mercado para aprovechar el fortalecimiento de la presencia en línea del hotel por medio de estrategias de marketing digital para las que se tuvo en cuenta el análisis del público objetivo. Algunas de estas fueron estrategia SEO, SEM, el uso de Pop Up, contenido generado para la comunidad tanto en su página web como en redes sociales. Además, se plantearon estrategias de marketing de proximidad y omnicanalidad que se implementarán en el futuro. El desarrollo de esta estrategia destacó la importancia de generar un crecimiento orgánico que permita cumplir con el objetivo de atracción e interacción de los clientes potenciales, lo cual contribuirá a aumentar la visibilidad y reconocimiento de Akahi Resort.

14. Referencias

Admin, & Admin. (2023). Entre los bailes tradicionales hawaianos, Hula es un baile popular.

Recupera de <https://www.todobailles.es/blog-de-baile/bailes-tipicos-de-hawaii/>

Adriana. (2020, 25 octubre). *Qué significa pet-friendly y cómo impulsar su cultura - Pinna the*

corgi. Pinna The Corgi. <https://pinnathecorgi.com/que-significa-pet-friendly/>

Arenales, J. V. (2023, 25 agosto). Precio de la tasa de cambio impulsó la llegada de viajeros

internacionales y el turismo. *Diario la República*. Recuperado de

<https://www.larepublica.co/economia/tasa-de-cambio-impulso-la-llegada-de-viajeros-internacionales-y-el-turismo-3688463>

Bustamante, E. G. (2023, 11 mayo). *Qué es un Pop Up o Popup: Significado y Definición*.

<https://aulacm.com/que-es/pop-up-popup-significado-definicion/>

CamaraComercioManizales. (2022, 2 agosto). *Tendencias y oportunidades para el sector turismo en Colombia*. Cámara de Comercio de Manizales Por Caldas | CCMPC.

Recuperado de <https://www.ccmpec.org.co/tendencias-y-oportunidades-para-el-sector-turismo-en-colombia>

CEUPE. (2022, 24 agosto). Complejo turístico: qué es, características y ejemplos. *European Business School CEUPE*. <https://www.ceupe.com/blog/complejo-turistico.html>

Cuenta Satélite de Turismo (CST) Base 2015. (s. f.). Recuperado de

<https://www.dane.gov.co/index.php/comunicados-y-boletines/cuentas-y-sintesis-nacionales/turismo#:~:text=La%20participaci%C3%B3n%20porcentual%20del%20valor,en%20el%20a%C3%B1o%202022%20preliminar.&text=El%20gasto%20del%20turismo%20receptor,crecimiento%20de%>

Delgado, D. (2017, 10 marzo). *Los Colores Neutros, sus propiedades y 9 combinaciones para cambiar tu estado de ánimo* - Domingo Delgado. Domingo Delgado.

<https://www.domingodelgado.com/los-colores-neutros-propiedades-9-combinaciones-cambiar-estado-animo/>

Díaz, M. P. (2022, 12 enero). Las cinco tendencias del turismo en 2021, según ProColombia.

Ladevi. Recuperado de <https://colombia.ladevi.info/procolombia/las-cinco-tendencias-del-turismo-2021-segun-procolombia-n28268>

- Ec, R. (2019, 16 noviembre). Cuatro ‘cócteles Tiki’ para disfrutar del sol y refrescarte. *El Comercio Perú*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/viu/cuatro-cocteles-tiki-para-refrescarte-y-disfrutar-el-sol-receta-noticia/>
- El Espectador. (2023). Estas son las comodidades más importantes para los colombianos al momento de viajar. Recuperado de <https://www.elespectador.com/turismo/estas-son-las-comodidades-mas-importantes-para-los-colombianos-al-momento-de-viajar/>
- El Espectador. (2023, 14 septiembre). ‘Colombia, el país de la belleza’: importancia de la nueva narrativa de promoción. Recuperado de <https://www.elespectador.com/turismo/colombia-el-pais-de-la-belleza-nueva-narrativa-de-promocion-se-lanza-a-nivel-mundial/>
- Fawcett, J. A. (2023, 8 julio). Ranking de ocupación hotelera en Santa Marta desde el mes de julio. *Código Prensa - Noticias de Santa Marta y el Magdalena*. Recuperado de <https://codigoprensa.com/ranking-de-ocupacion-hotelera-en-santa-marta-desde-el-mes-de-julio/>
- Figura 5. Vista 360 Akahi Resort. Imágenes generadas con GenAI, usando el concepto de servicio
- Guerrero, D. (2023, 23 agosto). Turismo en Colombia con mejor presente que pares de la región: peso débil ha ayudado. *Bloomberg Línea*. Recuperado de <https://www.bloomberglinea.com/latinoamerica/colombia/turismo-en-colombia-con-mejor-presente-que-pares-de-la-region-peso-debil-ha-ayudado/>
- Guest, G. (19 de enero de 2023). *Códigos QR en hoteles para mejorar la experiencia de los huéspedes*. Obtenido de <https://www.easygoband.com/es/blog/codigos-qr-en-hoteles-para-mejorar-la-experiencia-de-los-huespedes/>

HAPPY HAWAII. (2021, 28 agosto). *Cultura Hawaiana - HAPPY HAWAII*. Recuperado de <https://happyhawaii.es/cultura-hawaiana/>

Interempresas. (2023). Los retos y oportunidades para la transformación del sector turístico. Recuperado de <https://www.interempresas.net/TIC/Articulos/481761-Los-retos-y-oportunidades-para-la-transformacion-del-sector-turistico.html>

Just Eat (2020). *¡Aloha! ¿Te apetece comida hawaiana?* Recuperado de <https://www.just-eat.es/blog/estamos-on-fire/aloha-te-apetece-comida-hawaiana>

Limited, A. (2008). *Película: Beverly Hills Chihuahua. Estudio: Walt Disney Pictures*. Recuperado de <https://www.alamy.es/foto-fecha-de-publicacion-26-de-septiembre-de-2008-pelicula-beverly-hills-chihuahua-estudio-walt-disney-pictures-parcela-mientras-esta-de-vacaciones-en-mexico-chloe-un-lujoso-beverly-hills-chihuahua-se-encuentra-perdido-y-necesita-ayuda-para-regresar-a-su-casa-foto-piper-perabo-como-rachel-y-chloe-90186375.html>

Lugo, R. C. (2023, 7 septiembre). Entrada de divisas por turismo creció 29% en primer semestre, pero disminuyó gasto. *Diario la República*. Recuperado de <https://www.larepublica.co/economia/entrada-de-divisas-por-turismo-crecio-29-en-primer-semestre-pero-disminuyo-gasto-3698682>

Osorio, C. A. J. (2023, 8 septiembre). Colombia, el país de la belleza: campaña de turismo VIDEO. *LA FM*. Recuperado de <https://www.lafm.com.co/colombia/colombia-el-pais-de-la-belleza-mincomercio-explica-la-campana-para-impulsar-el-turismo-en>

- Portafolio. (2023). Sostenibilidad y metaverso, las tendencias del turismo para 2023. Recuperado de <https://www.portafolio.co/innovacion/sostenibilidad-y-metaverso-las-dos-apuestas-del-sector-turismo-para-2023-en-colombia-576774>
- Reul, M. (2021, 7 agosto). *Omnicanalidad: qué es y cuáles son sus beneficios - Brevo*. Brevo. <https://www.brevo.com/es/blog/omnicanalidad-que-es/>
- Román, A. (2020). Información y consejos sobre un TikiBar: historia, ubicación, decoración, bebidas y música. *Barexpres - Cócteles, copas y Bebidas*. Recuperado de <https://www.barexpres.com/tikibar-o-tiki-bar/>
- Sastoque, C. M. (2023, 19 abril). Riqueza culinaria de Colombia: deliciosas recetas caseras. *Colombia.com*. Recuperado de <https://www.colombia.com/gastronomia/noticias/3-recetas-caseras-de-los-platos-colombianos-mas-representativos-399225>
- Semana, R. (2023, 7 septiembre). ¿Hoteles o Airbnb? Esta es la opción favorita de los turistas en Colombia. *Semana.com Últimas Noticias de Colombia y el Mundo*. Recuperado de <https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/hoteles-o-airbnb-esta-es-la-opcion-favorita-de-los-turistas-en-colombia/202355/>
- Silva, D. (2021). 7 ‘hotelitos’ boutique bonitos y románticos en Playa del Carmen. *Food & Pleasure* Recuperado de <https://foodandpleasure.com/hoteles-en-playa-del-carmen/>
- Velásquez, J. T. (2023, 8 septiembre). Ministerio de Comercio lanzó la narrativa marca país «Colombia, el país de la belleza». *Diario la República*. Recuperado de <https://www.larepublica.co/economia/narrativa-de-marca-pais-a-nivel-internacional-3699505>