

DIPLOMADO DE MARKETING ESTRATEGICO PARA DESTINOS TURISTICOS

BRILLITH LIZETH BARRERA BERDUGO

YAQUELINE DIAZ VASQUEZ

JOHANNA ANDREA SANTANA RIAÑO

TURISMO DE SALUD EN AGUA DE DIOS (CUNDINAMARCA)

RICARDO GUEDE

PROFESOR

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC

FACULTAD DE GESTIÓN HOTELERA

BOGOTÁ D.C

10 DE JUNIO DE 2010

PREFACIO

Cada vez es mayor la presión que a diario las personas tienen que vivir en la ciudad sometiéndose a situaciones como estrés, cansancio, irritabilidad que hacen desmejorar su calidad de vida , por esto se hace necesario buscar nuevas alternativas que brinden calma, relajación y paz.

Es por esto que el turismo de salud se impone en la actualidad, para permitir que cada persona se renueve mediante tratamientos de spa, hidroterapia, masajes, disfruten de la naturaleza y sus paisajes logrando así sobrepasar sus expectativas y esperando con agrado su retorno.

Es por esto que el mejor lugar para encontrar estos beneficios es Agua de dios, un municipio de gran potencial turístico el cual cuenta con vías de acceso y transporte que lo hacen accesible al público, cuenta con hermosos paisajes, excelente clima cálido seco, lo que propicia que el subsuelo sea rico en minerales, gran afluencia de ríos y quebradas por descubrir y aprovechar.

HOJA DE CONTENIDO

1. Portada	1
2. Nombre CPG	2
3. Reconocimiento	3
4. Agradecimiento	4
5. Prefacio	5
7. Lista de Tabla	9
8. Ilustraciones	10
9. Introducción	11
10. Capítulo I Análisis Preliminar	12
10.1. Reseña Histórica	12
10.2. Diagnostico Actual	13
10.3. Evaluación	13
10.3.1 Políticas de desarrollo	13
10.3.2 Documentación	14
11. Capítulo II Generalidades del proyecto	15
11.1. Quienes somos	15
11.2. Justificación	15
11.3. Objetivo General	15
11.4. Objetivo Específicos	16
11.5. Misión	16
11.6. Visión	16

12. Capítulo III Ubicación y descripción del proyecto	16
12.1. Ubicación Geográfica	16
12.2. Localización	17
12.3. Vías de acceso	17
12.4. Descripción del proyecto	17
13. Capítulo IV Recursos humanos del proyecto	19
13.1. Plan DOFA	19
13.2. Organigrama	20
13.3. Plan de carrera	21
13.3.1 Plan de Inducción	21
13.3.2 Selección y búsqueda de personal	26
13.3.3 Manual general	27
13.3.4 Manual de funciones	28
13.3.5 Código de conducta	32
13.3.6 Código de seguridad	33
13.3.7 Reglamento interno	33
13.3.8 Evaluación de Desempeño	34
14. Capítulo V Marketing del proyecto	35
14.1. Plan de negocios	35
14.1.1 Mercado y clientes meta	35
14.1.2 Tendencia de crecimiento del negocio	35
14.1.3 Influencia sobre el precio	35
14.1.4 Visión	35
14.1.5 Comunicación	36
14.1.6 Organización y seguros	36
14.1.7 Licencias y requisitos	38

14.1.8	Planificación de flujo de caja	39
14.1.9	Controles internos	39
14.1.11	Financiación	40
14.1.12	Comercialización	41
14.1.12.1	Estrategias de marketing en servicios	41
14.1.12.2	Posicionamiento	45
14.1.12.3	Marketing mix	45
14.1.12.4	Publicidad	45
14.1.12.5	Producto turístico Oferta y Demanda	46
14.1.12.6	Mercado interno y receptivo	46
14.1.12.7	Segmentación del mercado – Estrategias	46
14.1.12.8	Aplicación del marketing	
	A la comercialización del turismo	47
15.	Conclusiones	48
16.	Bibliografía	49
17.	Investigaciones	50
18.	Anexos	51

LISTA DE TABLA

1. Motivos de Viaje según estadísticas de la OMT 2009, ver figura 1 en los Anexos
2. Viajeros internacionales a Colombia (Acumulado Enero – Marzo 2010) Fuente DAS, Abril 2010, ver figura 2 en los Anexos
3. Fuente: Cepal, Escalafón de la competitividad de los departamentos en Colombia 2006, en "Serie Estudios y perspectivas No. 19, Bogotá, marzo de 2009, ver figura 3 en los Anexos
4. Estadísticas Ministerio de Turismo, Perspectivas de crecimiento Turismo de salud mercado mundial 2008- 2014, Ver figura 4 en los anexos.

ILUSTRACIONES

1. Ubicación Geográfica Agua de dios ver página 17 tema Localización

INTRODUCCIÓN

Nuestro objetivo principal está encaminado al diagnóstico del producto turismo y salud, el cual constituye una fórmula atractiva de interés creciente, dado que el descanso y el bienestar físico-mental son argumentos poderosos para los movimientos turísticos actuales donde la principal motivación para viajar lo constituye la salud y el cuidado del cuerpo.

Si bien es cierto que muchas veces el cambiar del medio ambiente que nos rodea cotidianamente (que afecta nuestra salud paulatinamente) representa una gran ventaja tanto para el sector turismo como para nuestra salud.

El turismo de salud es para todas aquellas personas que busquen no sólo mantener sino incrementar su estado de salud durante sus vacaciones ya que la salud sin lugar a dudas es el bien máspreciado de los turistas. Lo mejor del turismo de salud es que se puede realizar de manera individual o grupal, como mejor se prefiera. Para este no hay edad ni sexo y tiene la finalidad de curar alguna enfermedad o simplemente mejorar su bienestar.

En el mundo existen gran número de países que cuenta con agradables lugares donde el agua a partir de sus propiedades químicas, geológicas y de aplicación medicinal, es utilizada para la recreación y curación de la gente

Se puede hacer realidad la fantasía del descanso, la diversión y el cuidado de la salud. El turismo de salud ofrece lugares donde la salud y el bienestar se funden creando para sus visitantes un sentido de equilibrio.

10. CAPITULO I ANALISIS PRELIMINAR

10.1 RESEÑA HISTORICA

La llegada de cientos de personas con el fin de tener el suave roce del agua casi manantial con poderes curativos, es la prueba de fe de aquellos que visitan las Aguas Termales que inundan el territorio de Cundinamarca. Tan populares y antiguos como su origen, los ritos que rodean el paso por estas poderosas aguas (como algunos las califican) no tiene que ver con magia ni rezos: su peculiar facultad proviene de las profundidades de la tierra y los ricos componentes minerales que guarda.

Solo basta con dar una hojeada a las construcciones de las cunas de la civilización en las que en India, Grecia y la Antigua Roma, consideraban el baño como un ritual terapéutico; razón por la que en varios de los hallazgos de las construcciones de estos pueblos se encontraron espacios dedicados exclusivamente a los baños.

Agua de Dios fue fundada por un grupo de 60 enfermos de Hansen que fueron expulsados del municipio de Tocaima, entre los cuales se reconocen Adriano Gómez, Jesus Teleche y Antonio Gutiérrez Pérez entre otros.

Desde lejanos años estas tierras se llaman Agua de Dios, significando con ello la prodigiosa bondad de las aguas termales que allí brotan en el sitio "Los Chorros". Por ley C de 15 de enero de 1873 se creó la aldea de Agua de Dios. Por ley C 18 de 15 de diciembre de 1879 se suprimió y su territorio se agregó a Tocaima. Por Ley C No.16 de 17 de Noviembre de 1881 se erigió nuevamente con el nombre de Agua de Dios con los límites que tenía el 15 de Enero de 1873. Por Ley 32 de 29 de octubre de 1928 se creó la Dirección General de Lazaretos, a la cual pasó la administración del de Agua de Dios. Por Decreto Nacional 1452 de 1907 se creó una moneda especial para circulación interna en los Lazaretos llamada "Coscoja". Hacia mediados de siglo estudios científicos demostraron que la Lepra no es contagiosa, entonces se dictó la Ley 148 de 22 de diciembre de 1961. Consideró la Lepra como enfermedad sometida a control y prevención, aumentó el subsidio de alimentación de los enfermos y autorizó a la Asamblea de Cundinamarca para erigir en municipio el territorio de Agua de Dios

Antecedentes del proyecto:

- a) ley C de noviembre 10 de 1870 creación del lazareto.
- b) 1888 creación del hospital
- c) construcción iglesia parroquial del primer grupo salesiano a Colombia.
- d) 1892 llegada de las primeras hermanas de la presentación para apoyar el trabajo que realizaban los salesianos.
- e) 1923 fundación del teatro Vargas tejada
- f) 2009 proyecto de ley declaración patrimonio histórico y cultural algunos inmuebles de agua de dios.(impulsado por la senadora Nancy Gutiérrez)

10.2 DIAGNOSTICO ACTUAL

A raíz de la historia que se desarrollo en Agua de Dios, se creó un paradigma con respecto a los habitantes del lugar que en su mayoría padecían la enfermedad de Hansen, tanto para residentes como para extranjeros sobre la población, vivencias y actividades posibles a realizar se condiciona mas su visita por el temor a posible contagio con los habitantes del sitio, que ha disfrutar de los atractivos turísticos que esconden.

Con el paso del tiempo, en este lugar se percibe un camino de paisajes inmemorables e historia del transcurso de la humanidad por aquella tierra, que ha dejado marcas que aun hoy son visibles como el Museo Luis A. Calvo, Catedral Municipal, Bosque Natural los Chorros, los queremos incentivar para que los turistas aprovechen y conozcan.

10.3 EVALUCIÓN

10.3.1 POLITICAS DE DESARROLLO

Propender por un servicio de calidad el cual en parte dependerá totalmente del personal. La conducta humana en una sociedad libre no puede uniformarse; sólo puede ser guiada en un proceso que requiere de supervisión, atención y entrenamiento constante.

Emplazamiento, capital y tiempo

Hotel Spa Pijaos será constituido en el departamento de Cundinamarca, en el municipio de Agua de dios cerca al monasterio de las Hermanas de la presentación, dispondrá de un área de 2.000 metros cuadrados, gracias a la participación de los accionistas contaremos con una inversión inicial de 200.000.000, los cuales estarán distribuidos entre los departamentos del Hotel de la siguiente manera:

Área de Alojamiento: Dispondrá de un total de \$100.000.000 para su ejecución

Área de Alimentos y Bebidas: Dispondrá de \$50.000.000

Área Administrativa: Dispondrá de \$50.000.000

POLITICAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Estamos Comprometidos en las dimensiones de preservar el medio ambiente y generar responsabilidad social en la organización, dentro de las que se encuentran:

11. CAPITULO II GENERALIDADES DEL PROYECTO

11.1 Quienes somos

Hotel Spa Los Pijaos somos una empresa de servicios dedicada a satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes a través de una atención personalizada y un Buen servicio, en cuanto servicios de relajación, apoyándonos con excelente calidad humana, conocimiento, comodidad reflejados en cada uno de los servicios que ofrecemos creando integración de la organización con los residentes de agua de dios.

11.2 Justificación

Agua de Dios es un pueblo de gran potencial en materia de turismo, ya que cuenta con vías y transporte lo que lo hace accesible al público interesado, es un lugar de paisajes hermosos y de clima cálido seco, estos factores hacen del subsuelo que sea rico en minerales, además cuenta con gran afluencia de ríos y quebradas lo que sus habitantes aprovechan para cultivos de algodón y la ganadería.

Con nuestro proyecto queremos dar un gran surgimiento turístico a la zona y un nuevo enfoque de la utilización del suelo, que no indique a su explotación. Dándole un nuevo ingreso diferente a los habitantes de la región, ya que es un lugar con el potencial de darse a conocer tanto a nivel nacional como internacional y atraer muchas personas a que tengan contacto con la naturaleza e interactúen con los habitantes y su historia, disfruten los recursos hídricos que este proporciona.

Al ofrecer algo distinto en el área, manejando una campaña publicitaria queremos atraer la atención de turistas que vendrán cada mes de los lugares aledaños y demás lugares del país para conocer no solo el hotel sino los demás atractivos turísticos que hay en Agua de Dios.

Es el lugar para quedarse a disfrutar...

11.3 Objetivo General

- a) General: Posicionar a Agua de Dios como el mejor lugar para realizar turismo enfatizado en salud, ofreciendo servicios de calidad convirtiéndonos en el mejor hotel de la región.

11. CAPITULO II GENERALIDADES DEL PROYECTO

11.1 Quienes somos

Hotel Spa Los Pijaos somos una empresa de servicios dedicada a satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes a través de una atención personalizada y un Buen servicio, en cuanto servicios de relajación, apoyándonos con excelente calidad humana, conocimiento, comodidad reflejados en cada uno de los servicios que ofrecemos creando integración de la organización con los residentes de agua de dios.

11.2 Justificación

Agua de Dios es un pueblo de gran potencial en materia de turismo, ya que cuenta con vías y transporte lo que lo hace accesible al público interesado, es un lugar de paisajes hermosos y de clima cálido seco, estos factores hacen del subsuelo que sea rico en minerales, además cuenta con gran afluencia de ríos y quebradas lo que sus habitantes aprovechan para cultivos de algodón y la ganadería.

Con nuestro proyecto queremos dar un gran surgimiento turístico a la zona y un nuevo enfoque de la utilización del suelo, que no indique a su explotación. Dándole un nuevo ingreso diferente a los habitantes de la región, ya que es un lugar con el potencial de darse a conocer tanto a nivel nacional como internacional y atraer muchas personas a que tengan contacto con la naturaleza e interactúen con los habitantes y su historia, disfruten los recursos hídricos que este proporciona.

Al ofrecer algo distinto en el área, manejando una campaña publicitaria queremos atraer la atención de turistas que vendrán cada mes de los lugares aledaños y demás lugares del país para conocer no solo el hotel sino los demás atractivos turísticos que hay en Agua de Dios.

Es el lugar para quedarse a disfrutar...

11.3 Objetivo General

- a) General: Posicionar a Agua de Dios como el mejor lugar para realizar turismo enfatizado en salud, ofreciendo servicios de calidad convirtiéndonos en el mejor hotel de la región.

11.4 Objetivos específicos

- a) Propiciar ambientes de descanso y relajación a nuestros clientes, así como la interacción con la naturaleza y sus propiedades.
- b) Con la realización del proyecto, los habitantes podrán beneficiarse, ya que tendrán la oportunidad de estar ligados al hotel, siendo parte de este, directa o indirectamente a su fuente de ingresos a través de capacitaciones para guías turísticos y otras áreas del hotel para el municipio de agua de dios, así fomentar el fortalecimiento y surgimiento de esta zona.
- c) Atraer a turistas tanto Nacionales como internacionales a este lugar que además de su gente cálida cuenta con recursos naturales (Bosques, aguas termales, clima).

11.5 Misión

Somos una empresa líder en la prestación de servicios especializado en el turismo de salud con el aprovechamiento de las fuentes hídricas del lugar, que fomenta estrategias que permiten posicionarnos como el número uno en agua de dios a lo largo del 2010 y el 2011.

11.6 Visión

Ser para el 2015 el mejor Hotel prestador del servicio de turismo en cuanto al sector de la salud logrando la preferencia y satisfacción de nuestros clientes tanto internos como externos.

12. CAPITULO III Ubicación y descripción del proyecto

12.1 Ubicación Geográfica

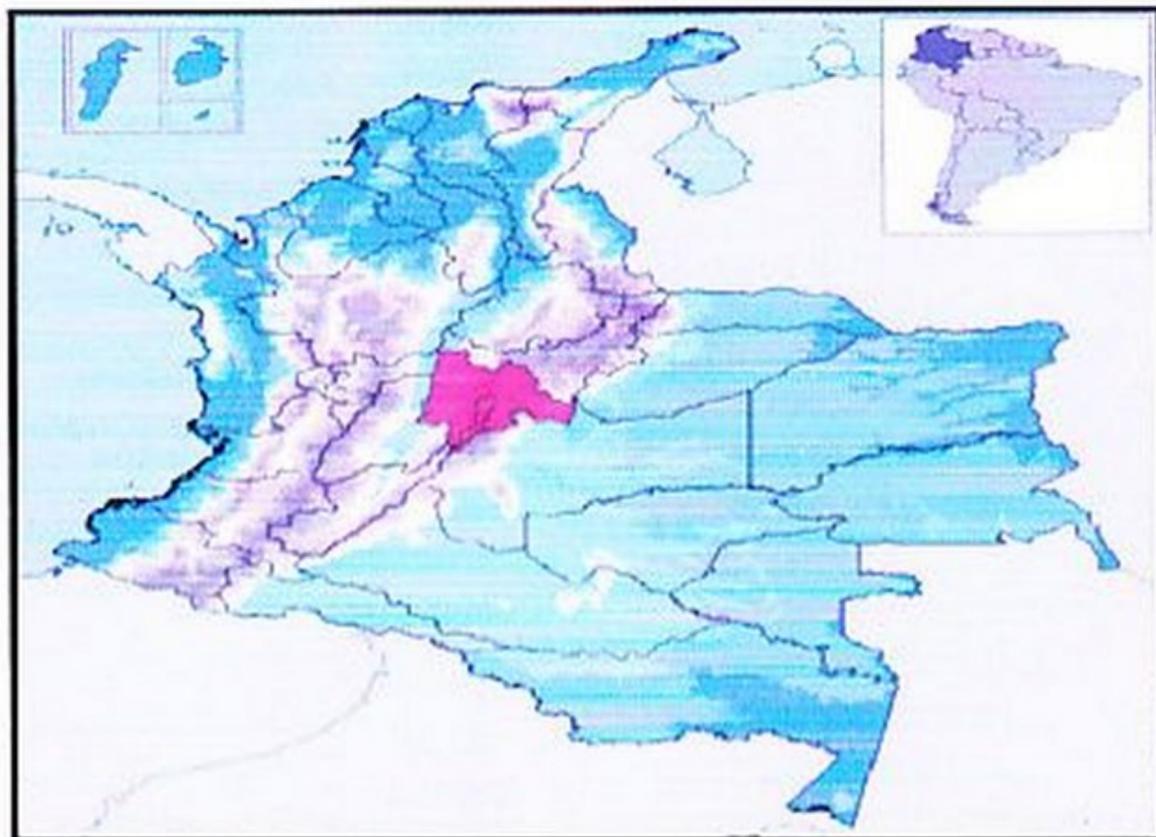
El municipio de Agua de dios se encuentra a 400 *msnm* hace parte de la región del alto magdalena, cuenta con un área total DE 8.376.25 hectáreas. Sus coordenadas geográficas son: latitud norte 4º, 22', 41" y longitud oeste 74º, 40', 26". posee un clima cálido seco con una temperatura media de 27° C.

El municipio posee desde una topografía plana hasta quebrada, dentro de los principales accidentes geográficos que están se encuentra el cerro de la cruz,

El sistema hídrico está compuesto por los ríos Bogotá y las quebradas la puna, agua fría, la palmara, los chorros y la malachi afluente del rio paguey

12.2 Localización

Agua de Dios se encuentra ubicada en el continente sur americano en el país de Colombia en el sur occidente del departamento de Cundinamarca



12.3 Vías de acceso

Terrestres:

Acceso por los municipios de Tocaima por la avenida panamericana, vías terciarias como la de acceso al municipio de Nilo, una malla vial del municipio se encuentra en un 70% pavimentada

La ruta desde Bogotá es fácil y rápida. Desde la ciudad se pasa por Mosquera, Tena, La Mesa, Anapoima, Apulo y Tocaima hasta llegar a Agua de Dios, es llamada por los habitantes la 'Ruta ensueño del Tequendama'. Para llegar a Agua de Dios la afluencia vehicular es grande, por lo que el transporte intermunicipal se convierte en la mejor alternativa para arribar al destino.

12.4 Descripción del proyecto

El hotel será de una planta, dividida en cuatro secciones o zonas para el aprovechamiento del terreno permitiendo zonas verdes:

- ✓ Zona de Alojamiento: 50 habitaciones (sencillas, dobles y twin)

Cada habitación contará con: baño privado, televisión, teléfono.

El diseño será paredes rústicas, el piso en madera, la lencería y tendidos de colores cálidos.

- ✓ Zona de relajación: Constara de un bungalow hecho en madera, seccionado para el área de masajes con capacidad para diez camillas cada uno con, stand para los accesorios que se utilizaran en los tratamientos. Área de vestier con lockers, estas secciones serán decoradas con una gama de azules y verdes para ayudar a una total relajación, con vista al bosque.

- ✓ Zona restaurante-Bar: su decoración va en tono, amarillo con mesas plásticas con mantelería blanca y naranja. Contara con área de buffet.

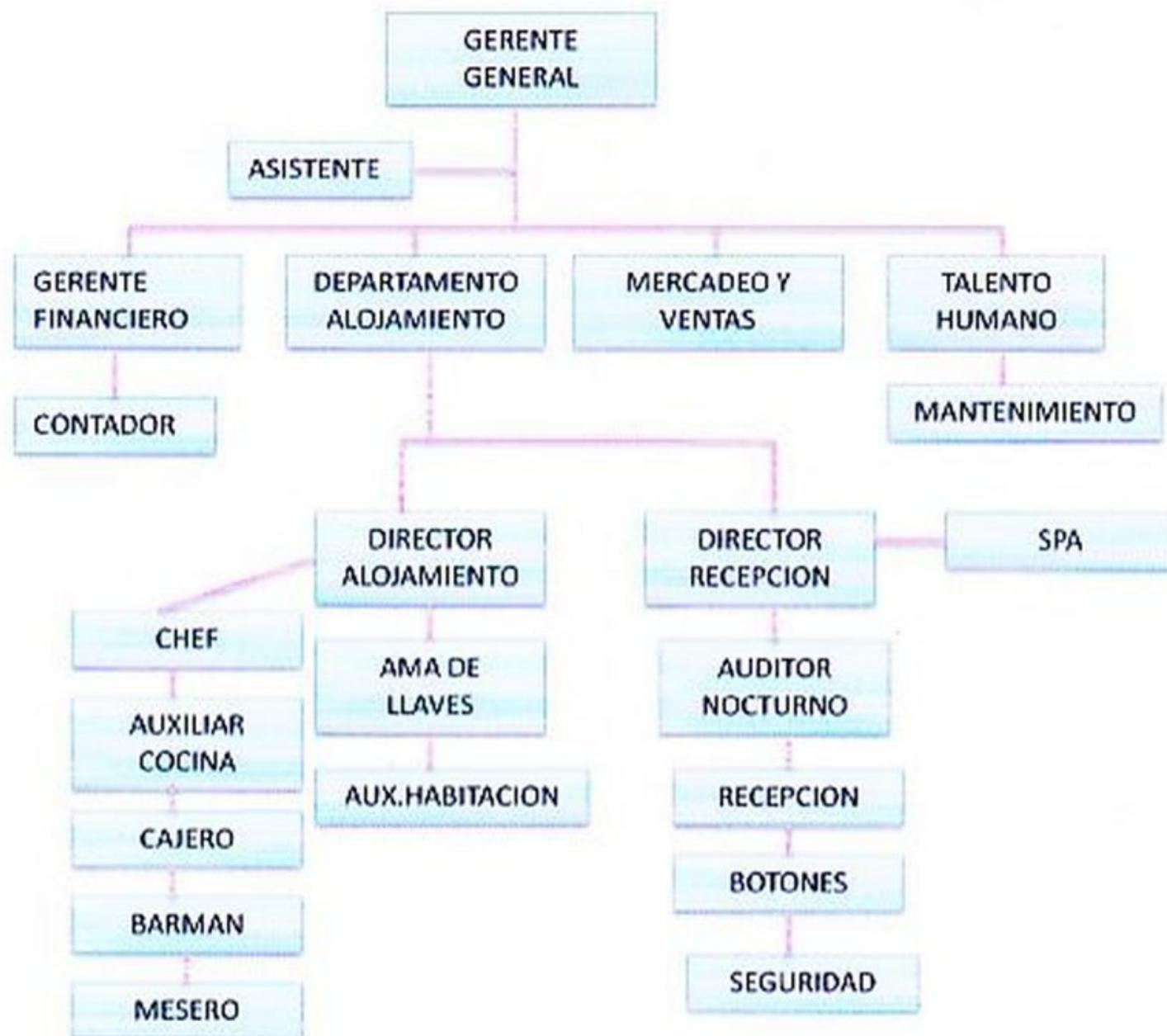
- ✓ Zona de recuerdos: área adecuada para el comercio de artesanías y productos de belleza y relajación.

13. CAPITULO IV Recursos humanos del proyecto

13.1 Plan DOFA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Contamos con servicios como piscina climatizada, spa dotado con la mejor infraestructura, que nos hacen únicos en agua de dios. 2. Estamos orientados al servicio al cliente, gran capacidad de servicio. 3. Estamos enfocados en el Turismo de salud. 4. Además de la zona de alojamiento contamos con una zona de comercialización de productos de relajación. 5. Ausencia de infraestructura turística en el municipio 	<ol style="list-style-type: none"> 1 No contamos con competencia directa y de calidad. 2 Es un sector de futuro, cuenta con recursos naturales que aún no se han aprovechado como las fuentes hídricas, clima y bosques. 3 Los habitantes de Agua de dios estarán involucrados en el desarrollo de nuestro proyecto. 4 Cercanía a la capital. 5 Fácil acceso al destino, cuenta con 4 vías en excelente estado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Prejuicios de la época antigua ya que la mayoría de sus habitantes sufría de la enfermedad de Hansen 2. Queremos cambiar la imagen que las personas tienen hoy en día de ese lugar a través de campañas publicitarias que incentiven, promuevan los atractivos naturales, su gente y los recursos que posee este municipio 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Clima 2. Promesas de otros establecimientos a bajo precio. 3. Presencia a futuro de competencia calificada.

13.2 ORGANIGRAMA



13.3 Plan de carrera

13.3.1 Plan de inducción

Para llevar a cabo nuestro plan de inducción, contamos con el siguiente manual en el cual están especificadas las razones de ser el Hotel y las pautas a seguir para cumplir nuestros objetivos.

Presentación

Hemos diseñado este programa con el fin de facilitarle la información necesaria sobre nuestro HOTEL SPA PIJAOS, su historia, Su visión, su misión, estructura organizacional, políticas, reglamento, procedimientos y beneficios adquiridos. Queremos contarle durante esta jornada lo más destacado del hotel, porque usted hace parte activa de nuestra organización. Todas las personas vinculadas a nuestra organización, son seleccionadas buscando condiciones especiales, con gran capacidad de servicio, ya que nuestros huéspedes exigen lo mejor y prefieren gente atenta y servicial como usted.

Introducción

A partir de este momento es nuestro(a) compañero(a) de labores. Sus cualidades y aptitudes, han permitido tenerlo en cuenta para ingresar al Hotel. Creemos que su aporte va a ser muy importante en la marcha de la organización.

Nos complace tenerlo con nosotros y esperamos que una vez termine el programa de INDUCCION, entre a formar parte activa de este grupo humano que está trabajando para mejorar su propio nivel y desde luego, el de la organización.

Al pertenecer a nuestra organización ha contraído una serie de deberes y responsabilidades que son necesarios cumplir y respetar, así como ha adquirido derechos que el hotel gustosamente le reconocerá.

Nuestros empleados y clientes son lo más importante de nuestra organización. Antes de empezar su labor, es necesario conocer la forma de trabajo, las obligaciones y responsabilidades y en general todo lo que constituye el fin último de nuestra organización. Le sugerimos por lo tanto estudiar detenidamente toda la información que le suministraremos y manifestar sus dudas e inquietudes a fin de prestarle nuestra colaboración y ayuda. Al pertenecer a esta gran familia que conformamos, creemos que trabajará con alegría y entusiasmo en las labores que le han encomendado, para que así y en estrecha unión hagamos del hotel spa Pijaos una empresa cada día mejor.

HOTEL SPA PIJAOS fue creado por un grupo de estudiantes de administración hotelera de la ciudad de Bogotá en el año 2010, inicialmente como un proyecto de grado que posteriormente se llevó a cabo con éxito en el municipio de Agua de dios, departamento de Cundinamarca. Este proyecto desde su comienzo se enfocó en el turismo de salud, por esta razón Agua de Dios fue el destino escogido por la belleza de sus paisajes y la riqueza hídrica proveedora de minerales que la hacen apta para tratamientos de salud.

NUESTRA VISIÓN

Ser para el 2015 el mejor Hotel prestador del servicio de turismo en cuanto al sector de la salud logrando la preferencia y satisfacción de nuestros clientes tanto internos como externos.

NUESTRA MISIÓN

Somos una empresa líder en la prestación de servicios especializado en el turismo de salud con el aprovechamiento de las fuentes hídricas del lugar, que fomenta estrategias que permiten posicionarnos como el número uno en agua de dios a lo largo del 2010 y el 2011.

NUESTROS VALORES

Los valores en los cuales se fundamenta nuestra organización son:

- HONESTIDAD

Como miembros de Hotel Spa Pijaos, somos honestos con la información que de la organización llega a nuestras manos teniendo presentes los criterios de Confidencialidad y Ética profesional tanto con la organización como con el cliente.

- RESPONSABILIDAD

La responsabilidad se enfoca hacia la organización cuando tomamos conciencia de las grandes labores que implica hacer parte de ella y las llevamos a cabo con cumplimiento y con la certeza que de esta manera contribuimos al crecimiento personal y profesional.

- CUMPLIMIENTO

Hace referencia a la puntualidad con la que llevamos a cabo la labor diaria dentro y fuera de la organización. El cumplimiento exige certeza, veracidad y objetividad.

- INTEGRIDAD MORAL

La integridad moral es condición esencial para nuestro progreso individual y para el progreso de la comunidad.

- HABITOS ADECUADOS DE TRABAJO

Produzca calidad, pues esta es el resultado de la paciencia, habilidad y grandes esfuerzos. Aprendamos a tener un espíritu de cooperación, nuestra labor es trabajo en equipo. Debemos ser puntuales, laboriosos y proactivos (no espere que le digan Que hacer), aprendamos a ser responsables, leales, seguir Órdenes inteligentemente y ser cumplidos.

POLITICAS DE LA ORGANIZACIÓN

SERVICIO

Dirigir nuestro servicio hasta lograr la máxima satisfacción de Nuestros Huéspedes, brindándoles la más alta calidad en cuanto a servicios especializados, talento humano.

ASOCIADOS

Mantener buenas relaciones entre las áreas, de manera respetuosa, al igual que seria pero alegre, confirmar que el mejor activo de la compañía es su grupo humano, y así mismo retribuir capacitación por formación académica, experiencia, desempeño y méritos; promoviendo el desarrollo del personal y el bienestar de su familia.

RECURSOS HUMANOS

La familia Spa Pijaos comparte con sus asociados el éxito de la organización, puesto que son ellos quienes lo hacen posible. Les proporciona un medio de ocupación estable y ofrece condiciones para que se desarrollen como profesionales y ante todo como personas. Reconoce y valora los logros individuales y busca que la labor diaria deje a cada uno la satisfacción del deber cumplido. Igualmente para la familia Spa Pijaos es de vital importancia dentro de su política de recursos humanos tener en cuenta a su grupo familiar, factor considerado por nosotros como punto de apoyo para su desarrollo emocional, intelectual y social, por lo tanto merece encontrar en Spa Pijaos un espacio de reconocimiento, valoración y esparcimiento.

FILOSOFIA DE TRABAJO

Estamos seguros que las personas que trabajan en el Hotel Spa Pijaos son un recurso valioso y es por esto que apoyamos y promocionamos sus contribuciones y su crecimiento personal.

Creemos que todos nuestros colaboradores tienen derecho a ser tratados con dignidad, respeto y reconocimiento, brindándoles la capacitación y herramientas apropiadas.

Cooperamos para establecer un ambiente de trabajo positivo en el cual se acentúe el trabajo en equipo. De igual manera ofrecemos un ambiente propicio para la seguridad continua en el cargo hacia todos los empleados, quienes deben identificarse con la organización y participar en ella de manera activa.

ESTILOS DE ADMINISTRACION

En nuestra compañía se ha implantado un estilo de administración basado en los siguientes valores: Respeto humano, Ética, Mentalidad de servicio al cliente.

De acuerdo con esto, la comunicación de la alta dirección hacia los demás niveles de la asociación es permanente, informal, sin restarle imagen y autoridad; igualmente, los canales de comunicación están abiertos desde todos los niveles hacia los directivos. Allí tienen cabida todo tipo de sugerencias, críticas, ideas nuevas que buscan mejorar la calidad de los servicios de la compañía al cliente tanto interno como externo; y una convivencia armónica y enriquecedora de los empleados. En otras palabras, se trata de promover el autodesarrollo de las personas, la integración de sus miembros alrededor de un fin común, el crecimiento en grupo y por lo tanto la consecución de los objetivos propuestos.

- 1-. Flexibilidad en el manejo de las situaciones y de los problemas que se presentan.
- 2-. Dinamismo y agilidad en los procedimientos en todas y cada una de las áreas de nuestra organización.

3-. Confianza: En nuestra administración se involucran a todas y cada una de las personas que la conforman.

4-. Intimidad: Como integrantes de la familia del hotel, intentamos una comunicación sincera, en la cual los diferentes niveles administrativos discutimos desde los temas concernientes a la organización; pasando del concepto individualista, al de ser social comunitario induciendo así al conocimiento y confianza mutua entre todos los integrantes de la compañía.

Como puede verse, el estilo de administración del hotel se fundamenta en la persona, con la certeza que si este factor tiene motivación, desarrolla su creatividad y puede comunicarse, todos los demás recursos son utilizados óptimamente en pro de la satisfacción del cliente.

QUIENES SON NUESTROS CLIENTES

Todas aquellas personas que deseen contar con tratamientos de salud donde pueden descansar, serenar su mente, conectarse con la naturaleza, encontrarse consigo mismas, caminar entre senderos de montañas y recibir tratamientos de spa, relajarse en medio de un ambiente familiar y natural.

SERVICIOS PRESTADOS POR SPA PIAOS

Alojamiento

Alimentos y bebidas

Tratamientos de relajación y exfoliación

Hidroterapias

Chocolaterapia

Aromaterapia

TIEMPO Y LUGAR

El programa de inducción será realizado en los espacios físicos de la organización, en un lapso de tiempo de 2 a 3 horas, los cuales se distribuirán de la siguiente manera:

13.4.3 MANUAL GENERAL

1. Registro mensual y Tratamiento de No Conformidades que nos hagan buscar nuevas alternativas para que nuestro huéspedes se sientan satisfechos con nuestro servicio.
2. Auditoría Interna que permita conocer a los ejecutivos los problemas económicos, sociales y ecológicos que a este nivel se presentan generando en la empresa un saludable dinamismo que la conduce exitosamente hacia las metas propuestas.
3. Sistema de Mejora en el que la participación de nuestros huéspedes en las medidas de protección al medioambiente es un elemento clave para la consecución de nuestros objetivos. Por ello, el Hotel Spa Pijaos ha iniciado una campaña de sensibilización e información a los clientes, colocando carteleras de buenas prácticas en las habitaciones, invitándoles a que contribuyan al ahorro de agua y energía, reducción de ruidos. Además se ha colocado y entregado a los Usuarios de las instalaciones y Clientes del Hotel, carta informativa sobre nuestro sistema de recogida selectiva de residuos, donde pedimos su colaboración.

ACTUACIONES REALIZADAS PARA LA PROTECCIÓN DEL MEDIOAMBIENTE

Control del consumo de agua.

Sustitución de bombillas por lámparas de bajo consumo.

Implantación de un Sistema de tele gestión informático, para el control de todas las maquinarias importantes del Hotel: Aires Acondicionados, Calderas, Calefacción, Cámaras frigoríficas...

Abandono de los productos desatascadores químicos.

Instalación de programadores de riego en los jardines.

Instalación de doble acristalamiento que impiden que la calefacción o refrigeración pierda efecto.

Reutilización constante del papel en administración y oficinas.

Ahorro de agua mediante reductores en las cisternas y sistemas de dispositivos de descarga de bajo consumo.

Reducción del consumo de productos de limpieza abrasivos.

Reducción del uso de envases no retornables.

Recogida selectiva de vidrio, papel, cartón, tornes, aceites usados, pilas y medicamentos.

Utilización de ordenadores modernos de bajo consumo.

A-. Durante la primera hora se presentará y analizará el contenido de la historia, filosofía de la Organización, filosofía de trabajo, políticas de la organización, y el organigrama.

B-. Durante la segunda jornada se tratarán los temas relacionados con el reglamento de la compañía, beneficios del trabajador y servicio al cliente.

C-. En la tercera jornada se dará inicio a la capacitación e inducción al cargo.

El presente manual tiene como objeto dar algunas normas para mejorar la atención a nuestros clientes, y constituye herramientas de trabajo sencillas y aplicables a nuestra labor diaria, de cómo proporcionar un excelente servicio.

Bien sabemos que una relación se origina fundamentalmente en el trato dado a las personas. En nuestro trabajo podemos ver que a diario llegan personas que requieren de alguna información o algún servicio y que esperan ser bien atendidos. Ante esto lo primero que hacen es buscar un contacto con algún empleado de la compañía, en este momento se origina una relación. Ahora debemos preguntarnos si esa relación que se dio fue buena.

Para evaluar esta pregunta es necesario contar con factores tales como: trato, amabilidad, confianza, seguridad, buen lenguaje, adaptándolo al tipo de cliente, cortesía y muchos otros que influyen en el éxito de la relación dada.

13.3.2 SELECCIÓN Y BUSQUEDA DE PERSONAL

Reclutamiento será por convocatoria externa: anuncios en internet, enviando propuestas de empleo a universidades e instituciones formadoras de profesionales en el área hotelera y salud.

Selección se realizará la escogencia de acuerdo al perfil requerido; para la selección nos apoyaremos de las siguientes pruebas: entrevistas individuales, inteligencias múltiples como: prueba de inteligencia racional para analizar y sintetizar la interpretación y conocimiento adquirido de la persona entrevistada.

Riguroso plan de limpieza de mantenimiento y caldera que nos permite controlar las emisiones de contaminantes y el volumen de en que modos optimizando así la combustión.

Implantación de un Sistema integral que nos permite recoger a través de los cuestionarios y buzones sus sugerencias y la de los empleados en temas relacionados con la calidad del servicio y del Medioambiente

4. Control de la documentación.

13.3.4 MANUAL DE FUNCIONES

1) Gerente General

- Dirige y controla las actividades de cada departamento y su correcto funcionamiento.
- Evalúa y controla los ingresos y egresos.
- Suministrar al Gerente de Administración los datos proyectados necesarios para la confección del presupuesto.
Asistir a conferencias, banquetes y convenciones donde se requiera participación del hotel como institución, Representar y defender la posición de la Compañía en Cámaras hoteleras a las que adhiera la institución.
- Participación en el proceso de definición de políticas generales para la compañía Evaluación, interpretación y transmisión a la Presidencia de la información generada sobre su área.
- Realización de análisis de la competencia, nuevas metodologías de prestación de servicios y atención de clientes.

➤ Área de alojamiento

2) Jefe de Alojamiento

- Coordina, dirige y evalúa la disponibilidad del Hotel.
- Supervisa la limpieza de las Habitaciones.

3) Ama de llaves

- Controla y evalúa la labor realizada por las camareras.
- Inventarios y registros de equipo y suministros.
- Hacer pedidos y entregas de abastecimientos de su departamento

- Hacerse cargo de quejas y peticiones de los huéspedes.
- Recopilación y/o verificación de las listas de ocupación.

4) Auxiliar de Habitaciones

- Arreglan la habitación e informan detalles del cliente al Ama de llaves.
- Revisión del funcionamiento de luces y aparatos eléctricos.
- Informar al ama de llaves sobre cualquier objeto roto o descompuesto.
- Llenar los formatos correspondientes.
- Recolección de las bolsas de ropa sucia de los huéspedes para la lavandería
- Adecuación de amenities en las habitaciones (toallas, jabones, papel higiénico, etc.)

5) Recepcionista

- Realiza el respectivo Check-in y Check-out al huésped.
- Verifica los consumos realizados por el huésped.
- Controla la agenda de los huéspedes.
- Analiza la disponibilidad y ocupación del Hotel.
- Responder a las peticiones de información que formulen los clientes
- Atención de la central telefónica y gestionar reservas.

6) Botones

- Tiene contacto directo con el Huésped
- Se encarga de guiarlo hasta su habitación y está a disposición de cualquier necesidad que este requiera.
- Le muestra como operar los dispositivos de la habitación.(como obtener agua) caliente y fría en el baño, el control remoto de la televisión, como
- prender y regular el aire acondicionado, etc.

➤ Área de Alimentos y Bebidas

↓ Área de Cocina

7) Chef

- Realiza los menús y controla el procedimiento.
- Se encarga de solicitar la materia prima al almacenista.
- Verificar que cada uno de los platos se encuentren bajo la presentación estándar.
- Mantener limpia su área de trabajo.
- Tener a tiempo los platos solicitados.
- Supervisa operaciones de la cocina para asegurar calidad uniforme y la presentación de comidas.

8) Cocineros

- Encargados de realizar los platos según la solicitud de cada cliente.
- Limpieza del respectivo equipo, utensilios, platos, y cubiertos.

9) Auxiliares de cocina

- Realizan el alistamiento de la materia prima a utilizar en el menú.
- Realizan las tareas de limpieza de las mesas de trabajo utensilios y equipos utilizados en el proceso con los productos y medios establecidos.
- Controla a su nivel la calidad de los resultados que ha obtenido.

10) Steward

- Realiza la limpieza en general del área de cocina.

11) Meseros

- Se encargan de atender al cliente, tomar la respectiva orden y comunicarlo al chef.
- Se encarga de realizar el montaje de cada una de las mesas.

↓ Área de Bar

12) Barman

- Conoce el tipo de cristalería donde servir cada bebida.
- Levanta inventarios para solicitar lo faltante al almacén.
- Llena requisiciones al almacén.
- Prepara y sirve bebidas.
- Conoce todos los tipos de bebidas usadas en el bar.

13) Cajero

- Registra y factura en sistema los consumos realizados por los huéspedes.

➤ Área Administrativa

14) Mercadeo y Ventas

- Se encargan de vender y realizar las reservas en el Hotel.
- Analizan nuestro hotel en otros mercados.
- Contacta a los clientes con el objetivo de presentar la organización y así ofrecerles nuestros servicios.
- Se encargan de armar los paquetes de estadia, y las distintas promociones que benefician el reconocimiento del Hotel.

15) Publicidad

- Se encargan de promover la imagen del Hotel por medio de vallas, internet, contacto con medios radiales y televisivos.
- Se encargan de representar el hotel en diversos eventos.

16) Contabilidad y Finanzas

- Se encargan de llevar los registros contables, pago de nomina, balances, pagos a proveedores.
- Realiza estadísticas, presupuestos, inversiones, etc.
- Administra las ganancias del hotel.

17) Administración de personal

- Elige, capacita, evalúa y coordina las funciones de cada uno de los integrantes de la organización.
- Suministra ayuda médica y/o psicológica al empleado.
- Realiza la programación de actividades que regulen la violencia en los puesto de trabajo y prestar asesoría en:- Identificar problemas y evaluar riesgos para prevenir posibles violencias en el puesto de trabajo.- Resolución de conflictos entre empleados y supervisores.- Dar entrenamientos para prevenir y combatir el stress en el área administrativa.- Desarrollar políticas para manejar la violencia.

13.3.5 CODIGO DE CONDUCTA

El Hotel Spa Pijaos se compromete a preservar el medio ambiente, haciendo un adecuado uso de los recursos tanto hídricos como naturales de la región, conservando sus propiedades sin alterarlas dándoles un uso limitado, y evitando la contaminación de estos por agentes externos utilizados por el hotel.

Los funcionarios de nuestro hotel serán respetados y por lo tanto contarán con el cumplimiento de todos los derechos como:

El salario sea al menos el mínimo legal, incluyendo horas extraordinarias y otros beneficios.

- No habrá discriminación al contratar y despedir.
- No se empleará el trabajo infantil.
- No se recurrirá al trabajo forzoso, coerción física o castigos físicos.
- Libertad de asociación y derecho a organizarse.
- Medio ambiente de trabajo sano y seguro.

13.3.6 CODIGO DE SEGURIDAD

Para velar por la seguridad de cada uno de nuestros empleados llevaremos a cabo las siguientes políticas de protección.

1. Cada empleado portara su respectivo uniforme
2. En el área de alimentos: se utilizaran los siguientes implementos:

Tapabocas, guantes, gorros, mallas para el cabello (mujeres), zapatos antideslizantes, no utilizar accesorios para el cuerpo tales como cadenas, anillos, aretes, u otro artículo que se pueda desprender.

3. Cada empleado cargara sin excepción el carnet que los identifica como funcionarios del hotel.
4. Dentro del hotel se contara con todos las señalizaciones de salidas de emergencia, igualmente los funcionarios estarán capacitados para reaccionar y actuar en caso de alguna emergencia.
5. Cada funcionario estará afiliado a una ARP Y EPS que lo atenderá en el momento que este lo necesite.

13.3.7 REGLAMENTO INTERNO

1. El manejo de la información será exclusivo de la empresa
2. El personal portara debidamente el uniforme y cumplirá a cabalidad con las normas establecidas en la organización
3. Cada integrante de la organización cumplirá con el horario estipulado en el contrato.
4. Cada área estará a cargo y se hará responsable de los equipos.
5. Cada integrante se esforzara por brindar un servicio de calidad sin importar que no sea de su área.

13.3.8 EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Nuestro plan de control se llevara a cabo de la siguiente manera:

- Capacitaciones trimestrales con el fin de actualizar a cada uno de los empleados en su área
- Evaluaciones de desempeño
- Planeación y desarrollo de carreras en la que enfatizaremos en la retroalimentación sobre el rendimiento de cada una de las áreas.
- Planes de capacitación en primeros auxilios para motivar a nuestros empleados utilizaremos métodos como:
- Por cada área reuniremos al personal y lo haremos participe en la toma de decisiones.
- A parte de la capacitación mantendremos contacto directo con el personal.
- Mantendremos un ambiente agradable de trabajo
- Realizaremos actividades que integren al personal y sus familias.
- Realizaremos salidas de campo que permitan la integración e interacción de cada una de las áreas
- Brindaremos reconocimientos mensuales al mejor empleado de cada área.
- Promoveremos los ascensos.

14. CAPITULO V Marketing del proyecto

14.1 Plan de negocios

Nuestra idea de negocio busca enfocar a agua de dios como un destino lider en turismo de salud, en el que sus habitantes se sientan identificados y sea reconocido a nivel nacional.

14.1.1 Mercado y clientes meta

El cliente objetivo al cual está dirigido será tanto a clientes interno jóvenes, adultos que deseen contar con espacios de descanso y relajación dentro de un ambiente familiar, integrándose con actividades que ofrece la región.

Aquellas personas que sufran de problemas digestivos u otras enfermedades asociadas al estrés, en un rango de 13 a 60 años, ofreciéndoles servicios de bienestar (quiropática, hidroterapia, fisioterapia y dermatología.)

14.1.2 Tendencia de crecimiento del negocio

Como es a saber, en un Hotel empieza a verse reflejados sus ingresos después de 5 años, pero se espera del la tasa de crecimiento en Cundinamarca es de 520.238 personas por el mes la llegada de 900 turistas en agua de dios, con aumento a 1000 o 1300 en los próximos meses

14.1.3. Influencia sobre el precio

Se diseñaran planes únicos para grupos y eventos, ofreciéndoles un precio más económico que la tarifa estipulada por servicio, nuestro objetivo es promover el destino y la característica principal de nuestro servicio.

A largo plazo fidelizar a nuestros clientes, y hacer que se sientan satisfechos con nuestro servicio y seamos su primera opción, sin importar el precio.

14.1.4. Visión

Demostrar con el plan de negocio que para el 2015 lograremos condiciones favorables en el mercado porque somos únicos ofreciendo servicios en cuanto a la salud, con los cuales algunos establecimientos cercanos no cuentan, traemos progreso al lugar, ofrecemos empleo a los habitantes.

GARANTIAS Y COBERTURAS

Cuadro resumen garantías y coberturas

Daños materiales

Daños por incendio que sufren los efectos personales de los huéspedes

Actos vandálicos

Daños por agua y reparación de tuberías

Rotura de cristales, lunas, rótulos...

Robo

Robo del contenido, dinero en efectivo, cheques.

Robo a clientes

Robo en habitaciones y cajas fuertes de seguridad

Daños al continente por robo o su intento

Sustitución de cerraduras por robo o extravío de llaves

Asistencia jurídica

Costas judiciales y reclamaciones jurídicas

Servicio de orientación jurídica

Paralización de la actividad

Beneficio neto, gastos permanentes y extraordinarios.

Responsabilidad civil

Daños que el asegurado pueda ocasionar a terceras personas

Avería de maquinaria

Daños internos de la maquinaria y equipos electrónicos

Asistencia 24 horas

Servicio de profesionales

Restauración estética del continente

Paralización de cámaras frigoríficas

Cobertura de accidentes para huéspedes

14.1.7 Licencias y requisitos

Para el desarrollo de nuestro Hotel, necesitamos las siguientes

- A. Municipalidad: Esta licencia será otorgada por el Departamento de edificación del municipio de Agua de dios
- B. Construcción: Otorgada por la curaduría urbana del respectivo municipio.
- C. Funcionamiento: Establecida por Cotelco.
- D. De Salud: Emitida por el Hospital del municipio
- E. Sanitaria: Emitida por el servicio seccional de salud de Agua de dios
- F. Registro mercantil
- G. Sayco&Acinpro: Se expedirá en la sede de la capital, una vez realicemos la inscripción ante cámara y comercio.
- H. Bomberos: Expedida por el Fondo de bomberos de la capital.
- I. Cámara de comercio: Remitida por la sede de cámara de comercio del municipio de Girardot.
- J. Contrato de condiciones uniformes: Se realiza la respectiva solicitud ante Tolima ESP para obtener los derechos de suministro de energía.

Las pólizas de seguro estarán a cargo de la Srta Adriana Mahecha, quien llevara el control y vigilara por el cumplimiento de los limites de responsabilidad

14.1.8 Planificación y flujo de caja

Estará a cargo del contador quien tendrá apoyo de los auditores los cuales por medio del Balance general llevaran el control de los ingresos y gastos del Hotel.

Entre las planillas a utilizar se encontraran:

- Comprobante de diario en el que se registraran las transacciones económicas que se realicen cada día.
- P y G
- Libro mayor el cual contiene todas las cuentas que se han ido registrando en el Diario hasta cierta fecha, y donde se habrán ido anotando las alteraciones producidas.

El método contable que utilizaremos será el de contabilidad de costos, ya que a través de este nos permitirá proveer información sobre los costos en los que está incurriendo una determinada área con el fin de lograr un mejor análisis de la situación financiera en la que nos encontramos.

Nuestro contador, se encargara de crear los controles apropiados para administrar los fondos del Hotel, incluida la política y los controles de inventario. No se delegarán las compras, las adquisiciones de capital ni la firma de cheques.

14.1.9 Controles internos

- 1.- Aplicación regular. (Bimestral- trimestral) Revisión de cada uno de los procesos el cual estará a cargo de un auditor externo
- 2.- Revisión de cambios posibles, realizada por el contador quien emprenderá la respectiva auditoria y juzgara el control interno en cada una de las áreas del Hotel, con el objetivo de asegurar la exactitud y confiabilidad en los datos contables y operacionales.
- 3.- Revisión por el Director o Gerente del Hotel, con el fin de evaluar en forma permanente el nivel de rendimiento en los distintos departamentos de la organización.
- 4.- Tomar acciones sobre los puntos críticos.
- 5.- Realizar el respectivo seguimiento a cada una de las áreas y sus procesos.

Periódicamente realizar auditorías en cada uno de los siguientes rubros:

Efectivo en Caja y Bancos

Resguardos de caja Chica y arqueos, por lo menos tres veces al mes y sorpresivos.

Conciliaciones Bancarias, analizadas y depuradas, su elaboración no debe exceder de más de un

mes. Revisión quincenal.

Arqueos al proceso de venta de divisas, revisión del proceso.

Cuentas por Cobrar

Arqueo de Cartera, tanto nacional como extranjera

Revisión de cobros vs. Depósitos en Bancos

Revisión de tarifas y cruce vs. La facturación y contratos con clientes.

Inventarios

Rotación de Inventarios vs la política adoptada por el hotel.

Entradas y salidas de almacén.

Revisión de Máximos y Mínimos.

Pruebas selectivas de productos. (Inventario físico).

Caducidad de los productos.

Proveedores

Revisión de facturas vs registro del pasivo en libros

Revisión de los requisitos fiscales

Revisión de contratos de pagos de Servicios

Revisión de los pagos vs. Bancos. Cuenta bancaria

Verificar que los cheques sean para abono en cuenta.

Sello de pagado en la factura

Soporte documental (requisición compra, o. compra, entrada al almacén, salidas en especie, etc.)

Revisión de cheques retenidos en caja por periodos no mayores a lo establecido en la política.

14.1.11 Financiación

Las fuentes de financiación serán además de nuestros accionistas, los aportes que realice la alcaldía municipal de agua de dios, Cotelco, entidades de salud, no obtendremos financiaciones bancarias.

- Contaremos Con sistema Fidello Express el cual está dirigido principalmente para hoteles de tamaños reducidos, contiene Módulo de reservas, recepción, cajeros, ama de llaves, auditoria nocturna, facturación, cuentas por cobrar, etc. Al igual posee Tecnología de punta, Manejo de Idioma español, permite interface telefónica entre otras.
- Este sistema nos permite Maximizar la eficiente operatividad de un establecimiento hotelero, Ayuda a reducir los gastos sin incrementar de forma considerable la carga de trabajo, Proporciona la información necesaria en el momento exacto en el que se necesite

14.1.12. Comercialización

Nuestro método de comercialización web se hará por medio de la página principal del hotel, el sitio web será WWW.HOTELSPAPIJAOS.COM, y a través de la pagina web de la agencia con la cual tenemos convenio.

Por medio de nuestra página web queremos generar:

- Resultados reales en la obtención de clientes y contactos con empresas.
- Reforzar y actualizar la imagen corporativa de la empresa
- Informar de los nuevos productos o servicios a los clientes que visiten nuestra página Web.
- Genera una buena imagen moderna y tecnológica de la empresa para sus clientes.
- Captación y fidelización de nuevos clientes

Dispondremos de una inversión para la implementación de nuestra página web, en el cual tendremos un contrato con el Ingeniero de sistemas, quien mensualmente realizara el mantenimiento y las actualizaciones necesarias.

Las estrategias utilizadas para la comercialización serán

A corto plazo (3 a 6 meses) realizaremos la divulgación por medios como radio, volantes, voz a voz que permitan posicionar y tener reconocimiento.

A mediano plazo (6 a 12 meses) contaremos con vallas publicitarias ubicados en las principales entradas de la ciudad, ofertas de nuestros servicios en revistas especializadas en salud que contribuyan a la recordación permanente en nuestros clientes.

A largo plazo (12 meses en adelante) realizaremos pautas publicitarias en canales nacionales, correos masivos a clientes potenciales

14.1.12.1 Estrategias de marketing en servicios

En nuestro hotel hay gran variedad de paquetes que muestran nuestros servicios según el gusto de los clientes, con variedad de precios y actividades.

Todo el personal de nuestro hotel está cuidando cada detalle de la prestación, comprometido con el buen servicio al cliente buscando la satisfacción.

1. PAQUETES TURISTICOS ENFOCADOS A GRUPOS Y CONVENCIONES

PAQUETE RELAX

Noches de estadía 4 Días – 3 noches

Incluye:

Servicios de Spa como Masajes de Relajación

Aromaterapia

Musicoterapia

Hidroterapia

Centro de convenciones – Alquiler de salones

Desayuno y refrigerios

Gimnasio

2. PAQUETE TURISTICO ENFOCADO A PAREJAS

PAQUETE

Noches de estadía 5 Días – 4 Noches

Incluye

Cena romántica

Desayunos

Recorrido por los principales atractivos de Agua de dios

Chocolaterapia

Aromaterapia

Hidroterapia

Sauna

Masajes faciales

Gimnasio

3. PAQUETE TURISTICO ENFOCADO A FAMILIAS

PAQUETE

Noches de estadía 3 Días – 2 Noches

Incluye

Hidroterapia

Servicios de relajación

Sauna

Gimnasio

Masajes faciales para adultos

Masajes especiales para niños – Musicoterapia – Aromaterapia - Recreación

Desayunos

4. PAQUETE TURISTICO ENFOCADO A ADULTOS MAYORES

PAQUETE REJUVENECER

Noches de estadía 4 Días – 3 noches

Incluye

Desayuno

Masajes faciales

Hidroterapia

Masajes a base de extractos naturales

Gimnasia pasiva (Directamente en la piscina)

Sauna

Recorrido por los principales atractivos de Agua de dios – Caminatas

5 PAQUETE TURISTICO INDIVIDUAL

PAQUETE 0ES3

Noches de estadía 3 Días – 2 noches

Incluye

Desayuno

Hidroterapia

Aromaterapia

Gimnasio

Sauna

14.1.12.2 POSICIONAMIENTO.

Se analizará el mercado meta a través de encuestas y análisis de porcentajes que nos proporciona la alcaldía municipal, dos meses antes de lanzar campañas publicitarias ante medios de comunicación, para descubrir factores que nos ayuden a darle el rumbo deseado, también queremos saber qué nivel de recordación generaremos en nuestros clientes.

De acuerdo a los anteriores factores se definirá nuestro concepto del servicio y también la mejor propuesta de posicionamiento que atraerá el mercado meta.

14.1.12.3 MARKETING MIX.

Producto: un hotel spa ubicado en el municipio de agua de dios con cuatro áreas específicas de; alojamiento, gym, masajes, piscina, restaurante-bar y una tienda de recuerdos, adicionalmente contaremos con visitas guiadas por los principales lugares representativos de agua de dios.

Precio: para establecer nuestra tarifa promedio nos basaremos en la siguiente fórmula:

$$\text{Total venta habitaciones/habitaciones ocupadas}$$

Para realizar el siguiente análisis tomaremos las estadísticas del porcentaje de ocupación hotelera del municipio, con esta tarifa se diseñarán planes y ofertas para el cliente.

Plaza: estamos ubicados en el municipio de agua de dios a 20 km del balneario cerca de las hermanas de la congregación de la presentación pero se pautará en los medios como revistas, internet, página web, eventos empresariales, para que sepan de nuestros servicios.

Promoción

Promoción de ventas; se manejarán descuentos de acuerdo a la temporada y cantidad de visitantes, se darán premios de fidelidad por nuestros clientes más frecuentes.

Relaciones públicas: se maneja en nuestro hotel una buena comunicación interna para que todos estén comprometidos con las metas y objetivos de nuestro hotel, además mantenemos buenas relaciones públicas lo que nos hará mantener una buena imagen.

14.1.12.4 PUBLICIDAD.

Se quiere dar a conocer el hotel, su ubicación y los servicios que ofrece, para todas aquellas personas que quieren cambiar su estado anímico y de salud desde los 13 hasta los 60 años.

Contaremos con la asesoría de diseñadores gráficos especializados, relacionistas públicos diseñando pautas publicitarias para radio, televisión, revistas, volantes, página web.

Se promocionará por medio de vallas en las principales vías de acceso hacia agua de dios Cundinamarca e información relacionada con el destino en redes sociales.

14.1.12.5 PRODUCTO TURÍSTICO, OFERTA Y DEMANDA.

Para que agua de dios sea reconocido como un destino turístico enfocado al bienestar físico y mental, además de su riqueza natural y humana; adecuaremos un hotel spa que se acople y reúna todos los servicios que cumplan con las necesidades del cliente y que genere estabilidad económica social y familiar a la comunidad aguadiosense.

Para cada necesidad hay un tipo de tratamiento en este hotel, serán planes desde tres días y máximo cinco días, no solo accederá a nuestros servicios sino que pueden conocer los atractivos, historia de agua de dios y disfrutar de lugares distintos.

Ya que se capta la atención de turistas que provengan de los alrededores se promoverá el destino a través del voz a voz con los que quieran aprovechar los beneficios de nuestro hotel, atraeremos también clientes extranjeros que busquen salud y descanso alejándolos de las rutinas sedentarias, mostrándoles nuevas formas saludables de alimentarse. Aprovechando el 5.3% de turistas que viajan a Cundinamarca por motivos de salud y cuidado del cuerpo. (Anexo n°1)

Además de prestar servicios de alojamiento, alimentación y convenciones tendremos planes de relajación con, masajes de exfoliación, Chocolaterapia, Hidroterapias los cuales calman dolores y estrés que produce otros tipos de enfermedades del sistema digestivo y dolores de cabeza, contando con recursos como la planta turística dividida en la infraestructura y superestructura, bienes de disponibilidad libre como bosques recursos hídricos y bienes como el hotel, museos, haciendas, balnearios y monasterios.

14.1.12.6 MERCADO INTERNO Y RECEPTIVO.

Agua de Dios, un municipio de Cundinamarca permite alejar las personas de las ciudades y su monotonía diaria, ofrece una ventaja al acceder a nuestros servicios, la cercanía y las vías de acceso lo hace un destino líder y factible para acoplar con otros lugares de Cundinamarca los cuales con sus atractivos hacen que tengamos un complemento para generar mayor competitividad con nuestros servicios.

14.1.12.7 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO Y ESTRATEGIAS:

Queremos llegar a hombres y mujeres de un rango de 13 a 60 años, que requieran tratamientos de bienestar con unos ingresos libres entre \$400000 y \$500000 que sean de la capital o lugares congestionados, con el fin que puedan alejarse de ese entorno buscando la total relajación.

Como Estrategias implementaremos:

- ✓ Tienda Spa: Espacio para que habitantes comercialicen productos.
- ✓ Capacitación de los residentes.
- ✓ Cambiar la mentalidad tanto de residentes como turistas
- ✓ Ser patrocinadores en ferias y festividades propias del municipio.
- ✓ Convenios con el IDR del municipio.
- ✓ Adecuación de instalaciones para turistas discapacitados.

- ✓ Paquetes promocionales a una tarifa menor que la estipulada en el rack para nuestros huéspedes.
- ✓ Servicio de masajes, cenas donde el Hotel se encarga de los gastos
- ✓ Descuentos en los servicios de relajación como en el Spa.

14.1.12.8 APLICACIÓN DEL MARKETING A LA COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO.

Nuestra entidad cuenta con personal altamente calificado que mejora con cada visita de nuestro cliente la calidad de servicio. Crearemos convenios con empresas que comercialicen productos de belleza para de esta manera promocionar los nuestros, con revistas que publiquen temas relacionados con la salud, realizaremos eventos que integren varias agencias de viajes para que nos conozcan y así mismo nos ayuden con la comercialización del destino.

Participaremos en ferias que tengan como temática la salud y el turismo en general, para de esta manera darnos a conocer y conocer las características y puntos fuertes de la competencia.

De la mano de las anteriores pautas tendremos todas las ofertas económicas y planes para nuestro segmento, que harán que mejore la calidad de servicio y ponernos a un nivel competitivo ante otros proyectos generando captación de nuevos clientes y fidelidad por parte de los clientes frecuentes.

Nuestros principales competidores son los hostales y posadas dentro del municipio los cuales ofrecen servicios de estadía y alimentación, nosotros nos diferenciamos por ofrecer un plus en cuanto a variedad en salud con el spa, gimnasio zonas húmedas, alojamiento que permite interactuar con la naturaleza por contar con zonas verdes, alimentación de acuerdo a dietas balanceadas y calidad humana en cuanto a la atención al cliente

CONCLUSIONES

Existen en la actualidad ciertos municipios que aún no se les ha permitido darse a conocer a nivel turístico que encierran importantes atractivos, recursos que los hacen ambientes únicos con un gran potencial.

El porcentaje de ocupación Hotelera en Cundinamarca podría obtener mayor demanda si se realizara y diseñaran paquetes turísticos más atractivos a la población.

El turismo de salud permite aumentar el nivel de opciones para obtener una vida mayor equilibrada, tomando las actividades con mayor calma y relajación, estimula nuestra actividad tanto mental como física.



INVESTIGACIONES

En el 2032, Colombia será reconocida como uno de los líderes mundiales en Turismo de salud, concluyeron tanto agentes del sector público como privado, generando ingresos superiores a los \$ 6 mil millones de dólares, con una propuesta de valor basada en costos competitivos, alta calidad e innovación en la prestación de servicios de salud y bienestar.

El turismo de salud en Colombia, es aún incipiente, pero el potencial de crecimiento del sector es enorme.

Actualmente el 2,2 % de los turistas que ingresan al país son Turistas de salud, quienes buscan principalmente servicios de Bienestar.

Nuevos procedimientos de carácter preventivo como los chequeos ejecutivos, son los que están ganando mayor participación.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Figura 1.

Salud y cuidado del cuerpo	5.38
Cultura	5.29
Eventos	5.14
Visitas a ciudades o lugares	4.95
Gastronomía y vino	4.80
Relación, familiares y amigos	4.70
Naturaleza interior	4.57
Congresos, reuniones e incentivos	4.43
Estudios	4.43
Deporte y aventura	4.40
Descubrimiento	4.33
Religioso, peregrinaciones	3.90
Solidario	3.48
Sol y Playa	3.29

Figura 2.

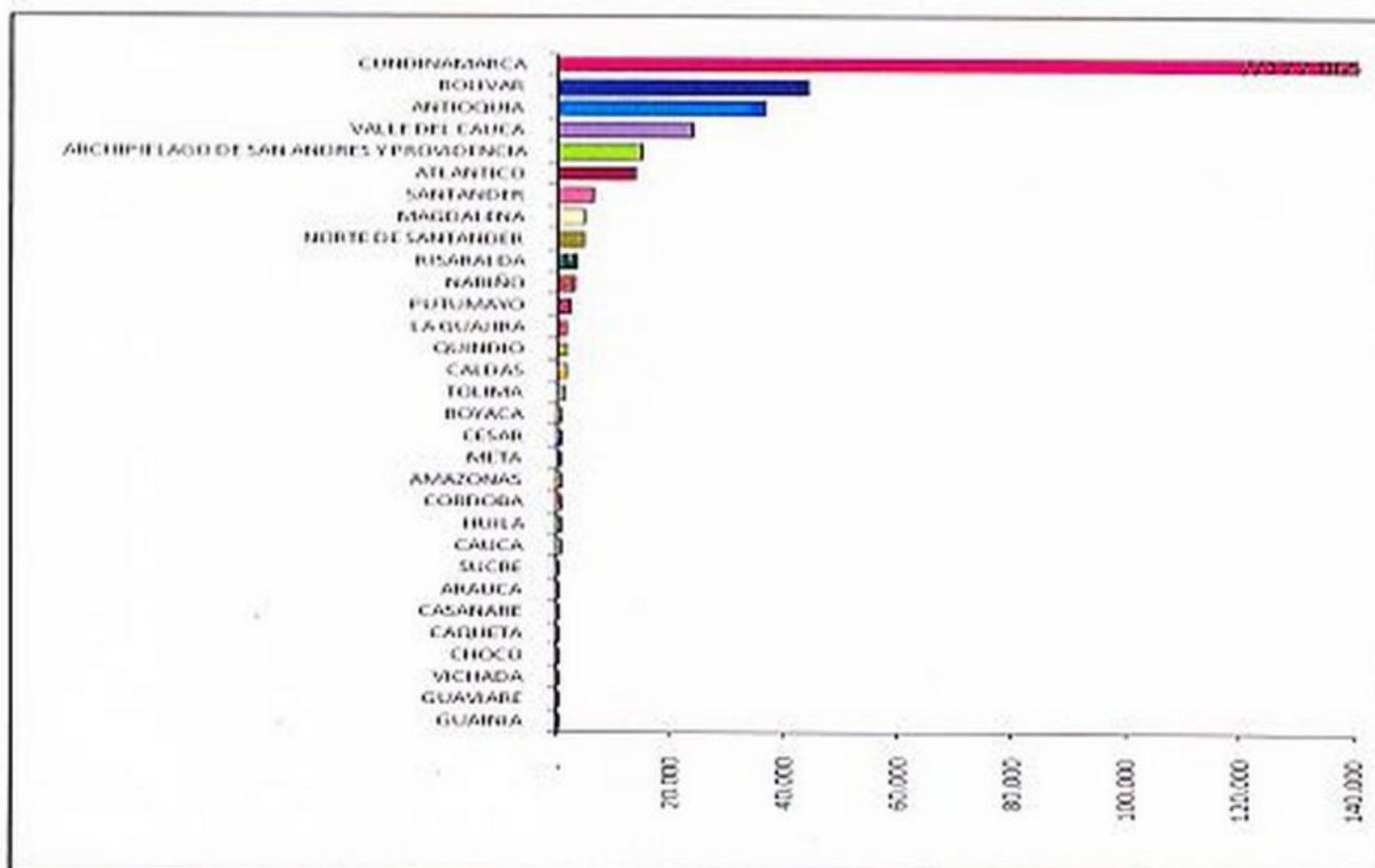


Figura 3.

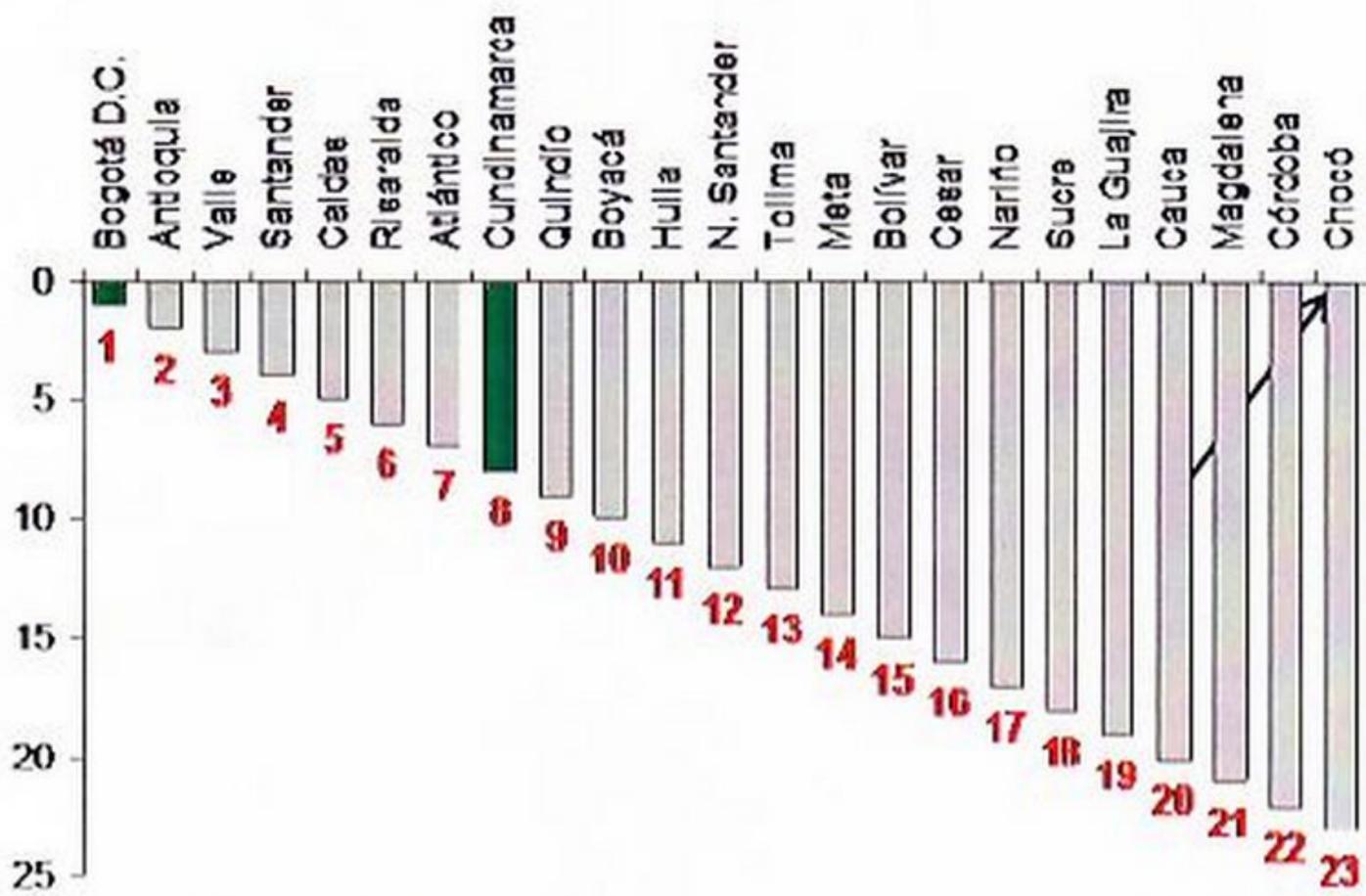


Figura 4.

