

PLAN DE MARKETING PARA AGENCIA DE VIAJES DE COMFENALCO ANTIOQUIA



**FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA DE POPAYÁN**

DIANA CAROLINA OSORIO MAZO

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
POPAYÁN – CAUCA
2023**

**PLAN DE MARKETING PARA AGENCIA DE VIAJES DE COMFENALCO
ANTIOQUIA**



**FUNDACIÓN
UNIVERSITARIA DE POPAYÁN**

Trabajo de Grado para obtener el Título de Comunicador Social

PRESENTADO POR:

**DIANA CAROLINA
OSORIO MAZO**

PRESENTADO A:

LEONARDO VARGAS

**Especialista en: Gerencia de Mercadeo
Estratégico y Comunicaciones Corporativas**

LAURA PATRICIA LEGARDA BURBANO

Mg. Gestión del conocimiento Educativo

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE POPAYÁN
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
POPAYÁN- CAUCA**

2023

TABLA DE CONTENIDO

PAG

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**
- 3. ANTECEDENTES**
- 4. JUSTIFICACIÓN**
- 5. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS**
- 6. MARCO TEORICO**
 - 6. RESULTADOS OBTENIDOS**
APLICACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO DE UNA EMPRESA REAL
- 7. PROTOTIPOS DESARROLLADOS**
- 8. CONCLUSIONES**
- 9. RECOMENDACIONES**
- 10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**
- 11. ANEXOS**

1. INTRODUCCIÓN

La presente introducción tiene como objetivo brindar una visión general del plan de marketing desarrollado para la agencia de viajes de Comfenalco en el departamento de Antioquia. Este plan tiene como finalidad fortalecer el posicionamiento de la agencia en el mercado de los viajes, optimizando los recursos y buscando ofrecer un servicio de calidad a los usuarios y afiliados.

Comfenalco Antioquia es una reconocida entidad del sector de cajas de Compensación que generan bienestar social en el departamento de Antioquia, Colombia. La agencia de viajes de la organización ha sido uno de los servicios más demandados por los afiliados y la comunidad en general, brindando opciones de viajes nacionales e internacionales que se ajustan a las necesidades y preferencias de cada cliente.

El plan de marketing desarrollado para la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia se basa en un análisis completo del mercado, la identificación de las fortalezas y debilidades de la agencia, así como las oportunidades y amenazas que se presentan en el entorno. A partir de esta información, se han establecido objetivos claros y específicos que permitirán orientar las acciones de marketing de manera efectiva trazando un norte para mejorar resultados e indicadores.

Uno de los principales objetivos es incrementar la participación de mercado de la agencia, captando un mayor número de clientes, tanto afiliados como no afiliados a la caja de compensación Comfenalco Antioquia. Para lograrlo, se ha diseñado una estrategia que

busca enfocar los esfuerzos de marketing en la diferenciación de los servicios ofrecidos, la mejora de la imagen de la agencia y la creación y consolidación de alianzas estratégicas con proveedores turísticos reconocidos.

Además, se han identificado diferentes segmentos de mercado que se ajustan a los servicios de la agencia de viajes, como por ejemplo jóvenes viajeros, familias, adultos mayores y grupos especiales, grupos focales, entre otros. Cada uno de estos segmentos ha sido estudiado con detalle para entender sus necesidades y preferencias, permitiendo así adaptar los servicios de la agencia a sus demandas específicas.

El plan de marketing también contempla estrategias de comunicación efectivas, aprovechando canales tradicionales como la publicidad en medios de comunicación masivos, así como nuevas herramientas digitales, como el uso de las redes sociales, el desarrollo de un sitio web atractivo y funcional, y el envío de email que se envían de forma periódica a la base de datos de clientes.

Finalmente, se ha establecido un plan de seguimiento y evaluación que permitirá medir los resultados de las acciones de marketing implementadas, corrigiendo y ajustando aquellas estrategias que no estén alcanzando los objetivos propuestos.

En resumen, el presente plan de marketing para la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia busca fortalecer su posición en el mercado, captando un mayor número de clientes y ofreciendo un servicio diferenciado y de calidad. A través de un análisis detallado del

mercado y de la implementación de estrategias efectivas, se espera alcanzar los objetivos propuestos y contribuir al crecimiento y desarrollo de la agencia.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La agencia de viajes de Comfenalco Antioquia ha experimentado una disminución en el número de ventas y clientes en los últimos años. A pesar de contar con una amplia oferta de destinos turísticos y servicios de calidad, la agencia no ha logrado posicionarse como líder en el mercado de viajes dentro de la región. Lo que ha llevado a una disminución en los ingresos y en la rentabilidad.

El problema radica en la falta de una estrategia de marketing efectiva que permita a la agencia de viajes atraer y retener a sus clientes. Aunque se han implementado algunas acciones de marketing en el pasado, estas no han sido suficientes para destacarse frente a la competencia y captar la atención del público objetivo.

Además, la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia se enfrenta a nuevos retos y oportunidades en el mercado, como la creciente demanda de experiencias turísticas personalizadas, la utilización de herramientas y plataformas digitales para la promoción de destinos y servicios, y la necesidad de adaptarse a las preferencias y comportamientos de los consumidores actuales.

En este contexto, es fundamental desarrollar un plan de marketing que permita a la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia posicionarse como la opción preferida por los clientes, aumentar las ventas y consolidarse como líder en el mercado de viajes en la región.

Para ello, se requerirá realizar un análisis completo de la situación actual de la agencia, identificar las necesidades y deseos de los clientes, establecer objetivos claros y realizables, definir estrategias y tácticas de marketing adecuadas, y evaluar de forma constante las acciones implementadas.

En resumen, el problema a abordar en este trabajo de grado es la falta de un plan de marketing efectivo que permita a la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia aumentar sus ventas, captar nuevos clientes y posicionarse como líder en el mercado de viajes en la región.

3.ANTECEDENTES

La caja de Compensación tiene 66 años de existencia, está ubicada en el departamento de Antioquia, cuenta con su sede principal en la ciudad de Medellín, Tiene presencia física en subregiones, Región bajo cauca, Magdalena Medio, Nordeste, Norte, Occidente, Oriente, Suroeste, Urabá, Valle de aburra, a la fecha cuenta con 5.221.228 afiliados a la caja de compensación. Sus servicios misionales son; vivienda, recreación, bienestar personal y familiar, formación cultura y bibliotecas, crédito, agencia de empleo, subsidios, y hoteles y agencia de viajes donde esta tiene como objetivo principal brindar servicios turísticos a sus afiliados y al público en general.

Su propósito central es trabajar por la transformación social sostenible e incluyente en la que el bienestar sea un bien colectivo que impacte positivamente la vida de los trabajadores, sus familias y la comunidad.

También trabajan por un objetivo retador donde en el 2025 sea la caja mas cercana al corazón de los afiliados y su mejor aliado en la gestión de bienestar, consolidando un crecimiento sostenible por medio del incremento en la base empresarial, duplicando los ingresos por servicios y creciendo en el numero de vida impactadas en los territorios.

Cabe mencionar que una de sus unidades de negocio, es la Agencia de viajes, la cual cuenta con una amplia cobertura y presencia en la región de Antioquia, ofreciendo una gran variedad de destinos nacionales e internacionales.

Historia

La agencia de viajes de Comfenalco Antioquia es una empresa de servicios turísticos ubicada en el departamento de Antioquia, en Colombia. Fue fundada en el año 2003 con el

objetivo de brindar a los afiliados de Comfenalco, así como al público en general, la posibilidad de disfrutar de experiencias de viaje únicas y completas.

Desde sus inicios, la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia se ha destacado por ofrecer una amplia variedad de destinos nacionales e internacionales, adaptados a los diferentes gustos y necesidades de sus clientes. Además, se ha caracterizado por brindar un servicio personalizado y de calidad, asegurando que cada viaje sea una experiencia inolvidable.

A lo largo de su historia, la agencia de viajes ha ido creciendo y ampliando su oferta, incorporando nuevas rutas, servicios y actividades. También ha establecido alianzas estratégicas con diferentes proveedores turísticos, con el fin de ofrecer paquetes completos que incluyan transporte, alojamiento, alimentación y actividades recreativas.

La agencia de viajes de Comfenalco Antioquia cuenta con un equipo de profesionales capacitados y apasionados por el turismo, encargados de planificar, organizar y supervisar cada uno de los viajes. Además, se apoyan en la última tecnología y sistemas de reservas, garantizando la eficiencia y rapidez en la atención al cliente.

A lo largo de los años, la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia ha logrado posicionarse como una de las mejores de la región, ganándose la confianza y fidelidad de sus clientes. Poco a poco, se ha convertido en una empresa reconocida por su compromiso con la satisfacción del cliente, la calidad de sus servicios y la oferta de destinos variados y atractivos.

En definitiva, la historia de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia es una historia de crecimiento, innovación y dedicación al turismo. A través de sus servicios, ha permitido a miles de personas vivir experiencias únicas y descubrir nuevos lugares, contribuyendo así al desarrollo del sector turístico en el departamento de Antioquia.

Organigrama de la agencia

A Continuación, relaciono los cargos básicos de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia



Roles de la agencia de Viajes:

- **Gerente General:** Es la persona encargada de supervisar todas las operaciones y actividades de la agencia de viajes.

- **Departamento de Ventas:** Este departamento se encarga de promocionar y vender los productos y servicios de la agencia, incluyendo paquetes turísticos, vuelos, hoteles y otros servicios relacionados.
- **Gerente de Ventas:** Supervisa las actividades del departamento de ventas y establece estrategias para aumentar las ventas.
- **Ejecutivos de Ventas:** Son responsables de atender a los clientes, proporcionar información sobre los productos y servicios, y cerrar ventas.
- **Departamento de Operaciones:** Este departamento se encarga de organizar y coordinar todos los aspectos logísticos de los viajes, incluyendo reservas de vuelos y hoteles, transporte terrestre, tours y actividades.
- **Gerente de Operaciones:** Supervisa las actividades del departamento de operaciones y se asegura de que todos los viajes se lleven a cabo de manera eficiente.
- **Agentes de Reservas:** Son responsables de hacer las reservas de vuelos, hoteles, transporte terrestre y otros servicios necesarios para los viajes.
- **Guías de Turismo:** Se encargan de acompañar a los viajeros durante sus tours y actividades, proporcionando información y asegurándose de que tengan una experiencia satisfactoria.
- **Departamento de Marketing:** Este departamento se encarga de promocionar los servicios de la agencia a través de campañas publicitarias, estrategias de marketing digital y relaciones públicas.
- **Gerente de Marketing:** Supervisa las actividades del departamento de marketing y establece estrategias para aumentar la visibilidad y la imagen de la agencia.

- **Especialistas en Marketing:** Son responsables de crear y ejecutar las estrategias de marketing y promoción de la agencia.

Experiencia Nacional: Comfenalco Antioquia ha sido reconocida como una de las agencias de viajes más importantes y confiables en la región de Antioquia. Ha estado operando durante más de 20 años, brindando servicios de viajes y turismo a los afiliados y no afiliados a la entidad. Durante este tiempo, ha desarrollado una cartera sólida de clientes y ha establecido alianzas estratégicas con proveedores de servicios turísticos nacionales, a destinos como el Eje cafetero, la Guajira, Boyacá, Cartagena, Santa Marta, Tolú, Coveñas entre otros, además de ofrecer servicio para aerolíneas, hoteles y operadores turísticos locales.

Experiencia Internacional: Comfenalco Antioquia ha expandido su alcance y presencia en el mercado internacional a través de alianzas estratégicas con agencias de viajes internacionales y la participación en ferias de turismo internacionales. Esto ha permitido a la agencia ofrecer a sus clientes una amplia gama de destinos internacionales, venta y promoción a destinos como; Cancún, Panamá, Europa, Turquía, Punta Cana, entre otros, así como servicios de asesoramiento personalizado y gestión de viajes a nivel internacional. Además, Comfenalco Antioquia ha realizado viajes de familiarización para su personal con el fin de conocer de primera mano los destinos y servicios internacionales que ofrecen a sus clientes.

Experiencia en Marketing:

La agencia de viajes de Comfenalco Antioquia ha llevado a cabo diversas estrategias de marketing para promover sus servicios en el mercado nacional e internacional. Han utilizado

canales tradicionales como radio, televisión, prensa y vallas publicitarias, así como estrategias de marketing digital, como el uso de redes sociales, sitios web y campañas de correo electrónico. Además, han participado en eventos y ferias turísticas nacionales e internacionales para promocionar su marca y generar alianzas comerciales con otros actores del sector turismo. También han implementado programas de fidelización para sus clientes, ofreciendo descuentos exclusivos y beneficios especiales para aquellos que utilizan sus servicios de manera recurrente.

Estas experiencias y antecedentes, tanto a nivel nacional como internacional, respaldan la capacidad de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia para desarrollar un plan de marketing eficaz y exitoso, que incluya estrategias de promoción, comunicación y fidelización de clientes, tanto en el mercado nacional como **internacional**.

A pesar de esto, la agencia ha experimentado dificultades en la captación de nuevos clientes y en la fidelización de su base existente, lo que ha llevado a una disminución en los ingresos y en la rentabilidad.

Con el fin de revertir esta situación, se ha planteado la necesidad de elaborar un plan de marketing que permita fortalecer la imagen de la agencia, retener a sus clientes actuales y atraer a nuevos segmentos de mercado.

Comentado [A1]:

Comentado [A2R1]:

4.JUSTIFICACIÓN

El turismo es una de las industrias más importantes en términos de generación de empleo y contribución al desarrollo económico de una región. En el caso de Colombia y específicamente Antioquia, el turismo representa una oportunidad para impulsar la economía y diversificar los ingresos en el sector. Es así como llevar a cabo el plan de marketing para agencia de viajes de Comfenalco- Antioquia responde a la necesidad del país de seguir promoviendo sus escenarios y riqueza cultural, histórica, ambiental etc, a nivel local y nacional.

Muchas veces los colombianos optan por viajar al extranjero en lugar de explorar y conocer las maravillas que ofrece su propio país. Promover el turismo interno puede generar un mayor flujo de turistas nacionales y contribuir a la economía local. Es así como se presenta la oportunidad de fortalecer el marketing de Comfenalco-Antioquia, institución reconocida y respaldada por la comunidad, reconociendo el potencial de convertirse en un líder en la promoción del turismo interno en la región. Su amplia red de afiliados y su enfoque en el bienestar social la convierten en una opción atractiva para los viajeros locales.

A pesar de contar con una trayectoria y una imagen positiva sobresaliente en la región, Comfenalco- Antioquia, requiere de diseñar nuevas estrategias de marketing efectivas para aprovechar todo su potencial en términos de promoción y marketing.

Un plan de marketing bien estructurado y enfocado puede ayudar a la agencia a mejorar su visibilidad, llegar a un público más amplio y aumentar su base de clientes que no solo beneficiará a la propia institución, sino también a la comunidad en general. Mayor turismo

interno significa más ingresos para la economía local, creación de empleo y desarrollo de infraestructura turística.

Además, con el desarrollo de esta propuesta, se aportará como conocimiento y experiencia a la disciplina del marketing estratégico y de la comunicación Social mediante una iniciativa que contribuye a impactar positivamente en una organización, no solo para mejorar sus ventas, llegar a nuevos clientes, sino sobre todo influyendo en las dinámicas de comunicación interna, externa, mayor visibilización de la marca y por ende, contribuyendo al bienestar del recurso humano en pro de una mejor calidad de vida y nuevos alcances y metas organizacionales.

5.OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la imagen de la agencia Comfenalco Antioquia, como líder en la industria de viajes con el fin de generar mayor posicionamiento de marca, fidelización de clientes y ventas de paquetes turísticos.

5.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Aumentar la visibilidad y reconocimiento de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia en el mercado local y regional.
- Realizar un análisis interno de la organización con el fin de identificar debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas con el fin de mejorar la experiencia del cliente y la imagen de la empresa en el entorno.
- Implementar estrategias de marketing digital para llegar a un público más amplio y garantizar una presencia constante en el mundo virtual.

7. MARCO TEORICO

Esta iniciativa de crear un plan de marketing tiene las siguientes categorías de análisis que permitieron profundizar en el conocimiento y contraste conceptual de diversos autores sobre: La teoría de Maslow, plan de marketing, posicionamiento de marca y turismo.

La teoría de Maslow sostiene que las personas tienen diferentes niveles de necesidades que deben satisfacer de forma progresiva. Estas necesidades se clasifican en cinco niveles, ordenados desde las más básicas hasta las más elevadas: necesidades fisiológicas, necesidades de seguridad, necesidades de pertenencia y amor, necesidades de estima y necesidades de autorrealización.

En el contexto de una agencia de viajes, el plan de marketing puede enfocarse en la satisfacción de estas necesidades a través de los servicios y productos que se ofrecen.

La teoría de Maslow plantea que las personas tienen una serie de necesidades que deben satisfacer en orden jerárquico. Según esta teoría, las necesidades básicas, como alimentación, vivienda y seguridad, deben ser satisfechas antes de que las personas busquen satisfacer necesidades más elevadas, como la afiliación, el reconocimiento y la autorrealización. En el contexto de una agencia de viajes, esto implica que las personas primero deben satisfacer sus necesidades básicas antes de considerar viajar, y que las agencias deben centrarse en ofrecer servicios que satisfagan las necesidades de sus clientes en cada nivel de la jerarquía.

Por ejemplo, la agencia puede destacar en su estrategia de marketing la seguridad que

Comentado [A3]: La pirámide de Maslow, requiere de tener un soporte teorico de donde la tomaste, qué libro?? Que artículo..

Elige otras categorías de análisis por ejemplo: Plan de Marketing (Investiga sobre este tema en general qué es? Quien lo planteó a nivel general? Cómo se aplica?

Otra categoría puede ser turismo qué se define por turismo?? Y por último qué es posicionamiento de marca...

brindan sus paquetes turísticos, asegurando a los viajeros que cumplen con todos los protocolos de seguridad y que proporcionan experiencias confiables y libres de riesgo.

Asimismo, la promoción de los viajes puede hacer énfasis en la idea de pertenencia y amor, mostrando cómo los viajes en grupo fortalecen las relaciones sociales y fomentan la creación de vínculos entre las personas que participan en ellos.

Además, el plan de marketing puede resaltar las experiencias únicas y emocionantes que se pueden vivir durante los viajes, generando un sentimiento de estima y satisfacción personal para los viajeros.

En resumen, el marco teórico de Maslow puede ser utilizado para guiar la estrategia de marketing de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia, centrándose en la satisfacción de las necesidades de los viajeros a través de los productos y servicios ofrecidos.

También me parece importante incluir la Teoría del comportamiento del consumidor de Philip Kotler; Philip Kotler es considerado uno de los principales autores en el campo del marketing. Su teoría del comportamiento del consumidor analiza las razones por las cuales los consumidores toman decisiones de compra. Kotler sostiene que los consumidores son influenciados por factores como sus necesidades y deseos, su percepción de la marca y su experiencia previa, y también por factores externos como la publicidad y la influencia social. En el contexto de una agencia de viajes, esto implica que la forma en que los clientes toman decisiones sobre dónde y cómo viajar estará determinada por una combinación de factores

internos y externos, y que las agencias deben analizar estos factores para desarrollar estrategias efectivas de marketing y ventas.

También es importante incorporar la Teoría del marketing relacional de Leonard L. Berry:

La teoría del marketing relacional se centra en la importancia de desarrollar relaciones a largo plazo con los clientes. Berry sostiene que las empresas exitosas son aquellas que se centran en construir y mantener relaciones sólidas con sus clientes, a través de la personalización de los servicios, la atención al cliente efectiva y la creación de valor añadido.

En el contexto de una agencia de viajes, esto implica que las empresas deben esforzarse por construir relaciones duraderas con sus clientes, ofreciendo un servicio personalizado, brindando asesoramiento y apoyo durante todo el proceso de viaje y buscando oportunidades para agregar valor adicional a través de ofertas exclusivas o experiencias únicas durante el viaje.

En resumen, el marco teórico para una agencia de viajes puede basarse en la teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow, la teoría del comportamiento del consumidor de Kotler y la teoría del marketing relacional de Berry. Estas teorías proporcionan un enfoque integral para comprender las necesidades de los clientes, sus procesos de toma de decisiones y la importancia de desarrollar relaciones duraderas para el éxito de la agencia de viajes.

Finalmente, la agencia de viajes puede ofrecer opciones de viaje que promuevan la autorrealización de los individuos, brindando oportunidades para el crecimiento personal, el descubrimiento de nuevas culturas y el cumplimiento de metas personales.

6.1. METODOLOGÍA Y RESULTADOS OBTENIDOS

Para llevar a cabo la elaboración del plan de marketing para la agencia de viajes de Comfenalco-Antioquia se trabajó bajo una metodología cualitativa que permitió evaluar las características de la organización, sus potencialidades y sus aspectos a fortalecer a través de una matriz dofa y el análisis interno de la empresa. El tipo de investigación que se eligió al considerarse más pertinente fue el de Estudio de Caso ya que permitió estudiar en profundidad la situación que está presentando Comfenalco Antioquia frente al entorno y sus posibilidades de mejora en el área del turismo.

FASES DEL PROCESO

Para realizar la propuesta de creación de un plan de marketing para la empresa tal se realizaron las siguientes actividades en cumplimiento de los objetivos específicos y siguiendo las siguientes fases:

Fase 1: Realizar un análisis DOFA y establecer los pilares estratégicos de la organización

Fase 2: Caracterización de la organización y establecimiento de criterios y estrategias para crear el plan de marketing

Fase 3: Presentación del plan de marketing.

FASE 1: Realizar un análisis DOFA y establecer los pilares estratégicos de la organización

Para dar cumplimiento al objetivo: Aumentar la visibilidad y reconocimiento de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia en el mercado local y regional se realizó como actividad el desarrollo de la siguiente matriz DOFA en la cual se analizan de manera detallada las características de la organización tal con el fin de analizar su estado actual sus potencialidades, necesidades, dificultades, factores diferenciadores que permitan tener una idea general para aplicar el plan de marketing.

Después de realizar el análisis mediante la matriz DOFA se puede inferir que:

Debilidades:

- **Competencia:** Existencia de muchas otras agencias de viajes que ofrecen servicios similares, lo que dificulta destacarse entre la competencia.
- **Dependencia de proveedores:** La agencia depende de proveedores externos para ofrecer servicios de transporte, alojamiento, etc., lo que puede limitar su capacidad de controlar la calidad y los precios.
- **Alta estacionalidad:** La demanda de servicios de viaje puede ser cíclica, con períodos de alta demanda en vacaciones y temporadas bajas en otros momentos del año.

Oportunidades:

- **Crecimiento del turismo:** El turismo sigue siendo una industria en crecimiento, brindando oportunidades para atraer a más clientes.
- **Uso de tecnología:** La tecnología puede facilitar la reserva y planificación de viajes, lo que puede generar eficiencias y atraer a clientes que prefieren hacerlo en línea.
- **Segmentos de nicho:** Identificar y atender segmentos de mercado específicos, como viajes de aventura, viajes de lujo, etc., puede ser una oportunidad para destacarse en un mercado saturado.

Fortalezas:

- **Experiencia y conocimiento:** La agencia puede contar con personal experimentado y conocedor de destinos y servicios de viaje, lo que le da una ventaja competitiva.
- **Relaciones con proveedores:** La agencia puede tener relaciones establecidas con proveedores, lo que le permite obtener mejores precios y servicios exclusivos para sus clientes.
- **Atención al cliente:** Un enfoque en brindar un excelente servicio al cliente puede diferenciar a la agencia de sus competidores y generar lealtad.

Amenazas:

- **Cambios en la economía:** Los cambios económicos pueden afectar la demanda y capacidad adquisitiva de los clientes para viajar.

Inestabilidad política o problemas de seguridad: Eventos políticos o problemas de seguridad en destinos pueden afectar la demanda de viajes.

- **Cambios en las preferencias y comportamientos de los clientes:** Los clientes pueden cambiar sus preferencias de viaje, optando por experiencias diferentes o utilizando plataformas en línea en lugar de agencias tradicionales.

El análisis DOFA puede ayudar a la agencia de viajes a identificar áreas de oportunidad y fortaleza para aprovechar, así como debilidades y amenazas que deben ser mitigadas o evitadas. Con base en esta información, se pueden desarrollar estrategias para la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia que maximicen los puntos fuertes y así se aprovechen las oportunidades.

Pilares estratégicos de la organización

Para llevar a cabo el plan de marketing en la agencia de viajes es de vital importancia establecer los siguientes pilares estratégicos que servirán como insumo para ejecutar esta iniciativa después de identificar sus debilidades y necesidades. Los puntos a continuación fueron el resultado de la obtención de información mediante una entrevista con el área de mercadeo de la agencia tal.

Los pilares establecidos para la empresa son:

- **Tener una marca sólida:** si bien la agencia de viajes solo lleva 20 años de trayectoria en el mercado, se consolida bajo una marca que tiene mucho prestigio y confianza.
- **Diseñar un logotipo atractivo y fácilmente reconocible:** Se propone crear una identidad de marca que refleje los valores y la propuesta de valor de la agencia de viajes.
- **Desarrollar un eslogan o mensaje distintivo:** que destaque la experiencia y el servicio ofrecidos.
- **Crear una presencia en línea:** donde se pueda diseñar y lanzar un sitio web atractivo y fácil de usar que muestre los destinos ofrecidos, los servicios disponibles, los testimonios de clientes satisfechos, entre otros.
- **Optimizar el sitio web:** para los motores de búsqueda para mejorar la visibilidad en línea.
- **Establecer una presencia activa en las redes sociales:** publicando contenido relevante y atractivo para construir una comunidad en línea y promover la agencia de

viajes.

- **Establecer alianzas estratégicas:**

Identificar socios potenciales, como hoteles, aerolíneas y otros proveedores de servicios turísticos, para ofrecer paquetes completos y personalizados a los clientes.

Negociar acuerdos exclusivos y descuentos especiales para crear una ventaja competitiva.

Ofrecer servicios de valor añadido:

Proporcionar asesoramiento experto y personalizado para cada cliente, teniendo en cuenta sus preferencias, presupuesto y necesidades específicas.

Organizar experiencias únicas, como tours guiados, actividades culturales, eventos especiales, entre otros, para que los clientes disfruten de una experiencia completa y enriquecedora durante su viaje.

- **Promocionar la agencia de viajes:**

Realizar campañas de publicidad online y offline para aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes.

Participar en ferias y eventos turísticos para establecer contactos y generar oportunidades de negocio.

Implementar programas de referidos y recompensas para motivar a los clientes satisfechos a recomendar la agencia de viajes a sus amigos y familiares.

- **Medir y analizar los resultados:**

Establecer indicadores clave de rendimiento o indicadores claves de desempeño para evaluar la efectividad de las estrategias de marketing y realizar ajustes si es necesario.

Utilizar herramientas de análisis web y redes sociales para obtener información sobre el

comportamiento de los clientes y optimizar las estrategias de marketing en consecuencia.

Proporcionar un excelente servicio al cliente: Capacitar al personal para ofrecer un servicio al cliente excepcional, brindando atención personalizada, amigable y eficiente en todas las etapas del proceso de viaje.

Resolver rápidamente cualquier problema o inconveniente que puedan enfrentar los clientes, demostrando compromiso y profesionalismo.

En resumen, este plan de marketing tiene como objetivo promover la agencia de viajes, establecer una presencia en línea sólida.

Con las anteriores actividades se considera se aumentará

FASE 2: Caracterización de la organización y establecimiento de criterios y estrategias para crear el plan de marketing

Si bien, en los antecedentes se dio a conocer una caracterización de la agencia Comfenalco, a continuación, se presenta en detalle los aspectos fundamentales para la creación del plan de marketing.

Target:

En una agencia de viajes, el target principal suele ser aquellos que buscan planificar y reservar viajes, ya sea para vacaciones, viajes de negocios o cualquier otra ocasión. Los compradores suelen ser individuos o grupos que buscan servicios de viajes, como vuelos, alojamiento, tours, cruceros, entre otros.

Consumidor Final

El consumidor final puede variar dependiendo del tipo de viaje y los servicios ofrecidos. Pueden ser personas de todas las edades y generaciones, desde jóvenes que viajan solos hasta parejas, familias o personas de la tercera edad. Sin embargo, es común que el target principal esté compuesto por adultos jóvenes y adultos de mediana edad.

Comportamientos de compra

Los comportamientos de compra en una agencia de viajes suelen ser influenciados por factores como el precio, las ofertas especiales, la calidad de los servicios ofrecidos, las recomendaciones de otras personas, las reseñas en línea y la disponibilidad de opciones personalizadas. Muchos consumidores investigarán en línea antes de realizar una compra y tomarán en cuenta la reputación y la confiabilidad de la agencia de viajes antes de tomar una decisión. Además, los consumidores suelen tener una actitud receptiva hacia las experiencias de viaje y están dispuestos a gastar dinero en cosas que mejoren su experiencia y les proporcionen comodidad y satisfacción durante el viaje.

Necesidad y deseos por satisfacer en los clientes esencia de marca

La esencia de marca de la agencia de viajes Comfenalco Antioquia se refiere a los valores fundamentales y la identidad única que la distingue de otras agencias de viajes. Esta esencia de marca se construye a través de una combinación de varios elementos, como la visión y misión de la empresa, las experiencias y servicios brindados a los clientes, así como los mensajes y la imagen que se proyecta hacia el público objetivo.

La esencia de marca de Comfenalco Antioquia puede estar basada en ofrecer experiencias de viaje de alta calidad, garantizar la satisfacción del cliente, promover el turismo sostenible y local, tener un equipo de profesionales altamente capacitados, entre otros aspectos.

Además, la esencia de marca también puede incluir elementos emocionales y aspiracionales, como la creación de expectativas de aventura, relax o descubrimiento, así como la búsqueda de conexiones humanas a través de los viajes.

Es importante que la esencia de marca de Comfenalco Antioquia se mantenga consistente en todas las interacciones con los clientes, desde la comunicación en el sitio web y las redes sociales, hasta el trato personalizado en las agencias físicas.

Valores de Marca

Los valores de la marca de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia pueden incluir:

- ❖ **Calidad:** Brindar servicios de alta calidad en cada etapa del viaje, desde la planificación hasta la atención al cliente durante el viaje.
- ❖ **Confianza:** Generar confianza en los clientes, garantizando la seguridad y el cumplimiento de todos los aspectos relacionados con el viaje.

Responsabilidad: Ser responsables en cada decisión y servicio ofrecido, comprometiéndose con el bienestar de los clientes y velando por su satisfacción.

Innovación: Estar en constante búsqueda de nuevas formas de mejorar la experiencia de viaje, utilizando tecnología y estrategias innovadoras.

Sostenibilidad: Ser una marca comprometida con el cuidado del medio ambiente y la responsabilidad social, fomentando prácticas sostenibles en el turismo.

Respeto: Respetar la diversidad cultural y las necesidades individuales de cada cliente, asegurando un trato amable y profesional en todo momento.

Estos valores pueden variar dependiendo de la marca y la estrategia específica de Comfenalco Antioquia.

Beneficios emocionales y Funcionales

- **Amplia variedad de destinos:** La agencia ofrece una amplia gama de destinos nacionales e internacionales para que los clientes puedan elegir el lugar que más les guste y se ajuste a sus preferencias.
- **Asesoramiento personalizado:** Los clientes reciben asesoramiento personalizado de parte de expertos en viajes, quienes les ayudan a elegir el destino, planificar el itinerario y reservar los mejores alojamientos y actividades.
- **Ahorro de tiempo y esfuerzo:** Al utilizar los servicios de la agencia, los clientes se ahorran el tiempo y esfuerzo que conlleva la búsqueda y planificación de un viaje. La agencia se encarga de todas las gestiones necesarias, como reservas de vuelos, hoteles y actividades.
- **Seguridad y confianza:** La agencia de viajes de Comfenalco Antioquia cuenta con años de experiencia y una buena reputación, lo que brinda seguridad y confianza a los clientes a la hora de planificar sus viajes. Además, la agencia ofrece garantías y seguro de viaje para mayor tranquilidad.
- **Conexión social:** Los viajes organizados por la agencia de Comfenalco Antioquia permiten a los clientes conectar con otras personas que comparten sus mismos intereses y pasiones. Esto puede generar la formación de nuevas amistades y

experiencias enriquecedoras.

- **Descuentos y promociones:** La agencia de viajes de Comfenalco Antioquia ofrece descuentos exclusivos y promociones especiales para sus clientes afiliados, lo que les permite ahorrar dinero en sus viajes.
- **Experiencia enriquecedora:** Viajar es una experiencia enriquecedora a nivel emocional, ya que permite explorar nuevos lugares, vivir nuevas culturas y conocer personas diferentes. Esto puede contribuir al bienestar emocional y la felicidad de los viajeros.

En resumen, los beneficios emocionales y funcionales de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia incluyen el asesoramiento personalizado, el ahorro de tiempo y esfuerzo, la seguridad y confianza.

ARQUETIPO DE MARCA

El arquetipo de marca de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia podría ser el de "El compañero confiable".

Este arquetipo se basa en transmitir confianza, seguridad y apoyo a los clientes en todas las etapas de su viaje. La agencia se presenta como un aliado cercano y confiable, que está siempre dispuesto a ayudar y brindar el mejor servicio.

Esta marca se posiciona como un experto en viajes, que conoce las necesidades y deseos de los clientes, y ofrece soluciones personalizadas. Además, se asocia con experiencias positivas, momentos felices y recuerdos inolvidables.

La agencia de viajes de Comfenalco Antioquia se presenta como una opción segura y confiable en la planificación y organización de viajes, brindando asesoría especializada,

garantizando la calidad de los servicios contratados y ofreciendo precios competitivos.

Además, este arquetipo resalta la empatía y la cercanía con los clientes, generando relaciones duraderas y estableciendo una comunicación efectiva. La agencia se compromete a estar presente en cada paso del viaje, desde la elección del destino hasta el regreso a casa.

En resumen, el arquetipo de marca de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia es el de "El compañero confiable", que transmite confianza, seguridad y apoyo.

PERSONALIDAD

La personalidad de la marca de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia se puede describir de la siguiente manera:

- **Confiable:** La marca de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia se destaca por su confiabilidad en la planificación y organización de viajes. Los clientes confían en que recibirán un servicio de calidad y seguro.
- **Cercana:** La marca busca establecer una relación cercana con los clientes, brindando asesoría personalizada y atención individualizada. Se enfoca en entender las necesidades de cada cliente y ofrecer soluciones adaptadas a sus preferencias.
- **Innovadora:** La agencia de viajes de Comfenalco Antioquia se destaca por su constante búsqueda de nuevas experiencias y destinos turísticos. Está siempre introduciendo nuevas propuestas y servicios que sorprenden y superan las expectativas de los clientes.
- **Responsable:** La marca se compromete con la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Promueve el turismo responsable y se esfuerza por minimizar el impacto de las actividades turísticas en los destinos que visita.

- **Accesible:** La agencia de viajes de Comfenalco Antioquia se esfuerza por hacer que los viajes sean accesibles para todos. Ofrece opciones de financiamiento.

INTERACCIÓN:



- **Usuario:** ¡Hola! Me gustaría saber qué destinos ofrecen en su agencia de viajes.
- **Asistente virtual:** ¡Hola! En nuestra agencia de viajes de Comfenalco Antioquia ofrecemos una amplia variedad de destinos tanto nacionales como internacionales. Algunas de nuestras opciones más populares incluyen destinos como Cartagena, San Andrés, Medellín, Bogotá, Santa Marta y Cancún, entre otros. Además, también ofrecemos paquetes turísticos completos que incluyen vuelos, hospedaje y actividades turísticas. ¿Hay algún destino en específico que te interese?
- **Usuario:** Me gustaría saber si tienen paquetes turísticos para el Caribe.
- **Asistente virtual:** ¡Claro que sí! Tenemos una amplia oferta de paquetes turísticos para el Caribe. Encontrarás opciones para destinos como Punta Cana, Cancún, Aruba, Jamaica, entre otros. Nuestros paquetes incluyen vuelos, alojamiento en hoteles seleccionados, traslados y opciones de tours y actividades adicionales. También ofrecemos opciones de todo incluido para aquellos que deseen disfrutar de unas vacaciones sin preocuparse por nada más que relajarse y disfrutar. ¿Te gustaría conocer más detalles acerca de algún destino en particular?

- **Usuario:** Me interesa conocer más sobre los paquetes turísticos a Punta Cana.
- **Asistente virtual:** ¡Excelente elección! Nuestros paquetes turísticos a Punta Cana incluyen vuelos desde Medellín, alojamiento en hoteles de categoría, traslados desde el aeropuerto al hotel y viceversa, así como opciones de tours y actividades adicionales. Los hoteles seleccionados cuentan con todas las comodidades necesarias para hacer de tu estadía una experiencia inolvidable. Además, algunos de ellos ofrecen régimen de todo incluido, lo que te permitirá disfrutar de alimentos y bebidas sin preocupaciones adicionales. ¿Tienes alguna otra duda o necesitas más información sobre los paquetes turísticos a Punta Cana?
- **Usuario:** No, eso es todo por ahora. ¡Gracias por la información!

COMPORTAMIENTO

La marca de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia tiene varios comportamientos que la caracterizan:

- **Responsabilidad:** La marca se compromete a brindar un servicio de calidad, seguro y confiable a sus clientes. Cumple con todas las normas y regulaciones establecidas en la industria de viajes y hace todo lo posible por garantizar la satisfacción de sus usuarios.
- **Conexión emocional:** La marca busca generar una conexión emocional con sus clientes, entendiendo que viajar es una experiencia única y enriquecedora. Promueve los valores de la emoción, el disfrute y la aventura en cada uno de sus viajes.
- **Atención personalizada:** La marca se preocupa por conocer y entender las necesidades de cada cliente. Ofrece un servicio de atención al cliente personalizado,

donde se toman en cuenta los intereses y preferencias individuales, para brindar recomendaciones y propuestas de viajes que se ajusten a cada persona.

- **Transparencia:** La marca se caracteriza por ser transparente en todas sus acciones y comunicaciones. Informa de manera clara y precisa sobre los destinos, itinerarios, precios y condiciones de los viajes, evitando cualquier tipo de sorpresa o inconveniente para sus clientes.
- **Innovación:** La marca se mantiene actualizada con las últimas tendencias y novedades en la industria del turismo. Busca constantemente nuevas formas de mejorar y ampliar sus servicios, ofreciendo opciones innovadoras de viaje que se adapten a las demandas del mercado.
- **Compromiso social y ambiental:** La marca de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia tiene un fuerte compromiso con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social. Promueve la protección del medio ambiente, la preservación de las culturas locales y el apoyo a comunidades vulnerables en los destinos turísticos que visita.

Estos comportamientos reflejan los valores y la filosofía de la marca de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia, diferenciándola y posicionándola como una de las mejores agencias de la región.

MARKETING MIX 4PS, DE LA MARCA Y PRODUCTO DE LA AGENCIA DE VIAJES TAL

El Marketing Mix 4P's es un conjunto de estrategias de marketing que se utilizan para promocionar un producto o servicio. En el caso de la agencia de viajes de Comfenalco

Antioquia, el Marketing Mix 4P's sería el siguiente:

- **Producto:** El producto principal de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia es ofrecer servicios turísticos. Esto incluye la organización de paquetes turísticos completos, que pueden incluir vuelos, alojamiento, transporte, guías turísticos, actividades y tours. También pueden ofrecer servicios de reservas individuales, como boletos de avión o reservas de hoteles. La agencia de viajes también puede ofrecer servicios adicionales, como seguros de viaje o asistencia al cliente durante el viaje.
- **Precio:** La agencia de viajes de Comfenalco Antioquia deberá establecer precios competitivos y atractivos para sus servicios turísticos. Estos precios pueden variar según el destino, la duración del viaje, la temporada y otros factores. También pueden ofrecer descuentos o promociones especiales en ciertos momentos del año. Es importante que los precios sean transparentes y que los clientes puedan comprender fácilmente lo que están pagando por cada servicio.
- **Plaza:** La agencia de viajes de Comfenalco Antioquia debe tener una ubicación física donde los clientes puedan ir a consultar y contratar sus servicios. Además, también puede disponer de una plataforma en línea para hacer reservas y consultas de manera rápida y cómoda. Es importante que esta plataforma sea fácil de usar y esté disponible las 24 horas del día. También pueden tener alianzas con otros agentes de viajes o empresas turísticas para ampliar su alcance y ofrecer más opciones a sus clientes.
- **Promoción:** La agencia de viajes de Comfenalco Antioquia debe desarrollar estrategias de promoción para dar a conocer sus servicios y atraer clientes. Esto puede incluir la publicidad en medios tradicionales como prensa, radio y televisión,

así como en medios digitales como redes sociales, sitios web y blogs de viajes. También pueden ofrecer descuentos especiales, regalos o promociones exclusivas para atraer a nuevos clientes o fidelizar a los existentes.

Estrategias de marketing digital para llegar a un público más amplio y garantizar una presencia constante en el mundo virtual

Algunas de las plataformas digitales que utilizan incluyen su sitio web oficial, redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube, así como también aplicaciones móviles para acceder a sus servicios y promociones. Estas plataformas les permiten interactuar con su público objetivo, brindar información sobre sus servicios, promociones.

Actualmente en la página de Facebook que se apertura recientemente se cuenta con 140 mil seguidores obtenidos de manera orgánica. Se considera que este es importante para el plan de marketing.

Acá se describe una estrategia que se puede realizar en el primer semestre del año, con proveedores aliados de la agencia:

OUTLET	Proveedor aliado	FECHA
Guajira	On Vacation	Febrero 6 al 10 Marzo
Punta Cana y Boyacá	Over Turismo Internacional e Infinity	Marzo 6 al 31
Europa y Eje Cafetero	Akira Travel, Iberoluna Travel - Cibeles Tours	Abril 3 al 30
Cartagena aéreo y Santander Terrestre	Mayorplus y Cibeles Tours	Mayo 8 al 31
Brasil y Coveñas	Akira Travel y Cibeles Tours	Junio 5 al 30
Cancún y Punta Cana	Grupos Travel	Julio 4 al 22

**ASPECTO DIFERENCIADOR DE LA MARCA (PROMESA UNICA DE VALOR)
FRENTE A SUS COMPETIDORES.**

Uno de los principales diferenciadores es que la agencia pertenece a Comfenalco, una reconocida Caja de Compensación en Antioquia que brinda servicios y beneficios a sus afiliados, lo que genera confianza y respaldo para los clientes.

Además, la agencia cuenta con una amplia red de sucursales y puntos de venta en diferentes partes del departamento, lo que facilita el acceso a la información y la compra de paquetes turísticos.

Otro diferenciador de la agencia es que ofrece una gran variedad de destinos nacionales e internacionales, adaptándose a las necesidades y preferencias de cada cliente. También brinda servicios personalizados y asesoría especializada, lo que garantiza una experiencia de viaje satisfactoria.

Por último, la agencia de Comfenalco Antioquia puede ofrecer precios y descuentos especiales a sus afiliados, lo que representa una ventaja competitiva frente a otras agencias de viajes. Esta promesa única de valor le permite ofrecer experiencias de viaje de calidad.

TONO DE COMUNICACIÓN

QUE COLORES USARÁ PARA RESALTAR LOS VALORES DE MARCA Y PRODUCTO,

El tono de comunicación de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia suele ser cálido, cercano y amigable. Busca transmitir confianza y compromiso con sus clientes.

Los colores utilizados para resaltar los valores de marca y producto suelen ser una combinación de azules y verdes, que representan la tranquilidad, frescura y naturaleza que se puede vivir durante un viaje.

MANEJO DE FOTOGRAFIA Y TIPOGRAFIA.

En cuanto al manejo de fotografía, suelen utilizar imágenes que reflejan destinos turísticos atractivos, con escenarios naturales o culturales llamativos. Buscan transmitir experiencias positivas y emociones asociadas a las diferentes opciones de viaje.

En cuanto a la tipografía, suelen utilizar fuentes claras y legibles, que transmitan una imagen profesional y de confianza, sin perder la cercanía con el.

FASE 3: Creación de Plan de marketing

Tras analizar los aspectos relacionados con el marketing digital y todos los puntos anteriormente expuestos se plantean las siguientes propuestas para tener en cuenta al momento de hacer el plan de marketing:

- **Publicidad y promociones:** En el plan de marketing que se presenta en la fase 3 se ha construido a partir de llevar a cabo las siguientes propuestas:
- **Inversión en Publicidad:** Para fortalecer la imagen de la marca y tener un alcance óptimo se tendrá en cuenta la creación de anuncios en línea, anuncios de televisión o radio, publicidad impresa, vallas publicitarias, promociones en redes sociales, entre

otros. Esto puede representar alrededor del 30-40% del presupuesto de marketing.

- **Marketing digital:** Incluirá actividades como la creación y optimización de un sitio web, campañas de SEO (optimización para motores de búsqueda), marketing de contenidos, campañas de correo electrónico, publicidad en línea (como Google AdWords o Facebook Ads), entre otros. Esto puede representar alrededor del 30-40% del presupuesto de marketing.
- **Relaciones públicas y relaciones con los medios:** Esto puede incluir la contratación de una agencia de relaciones públicas para promocionar la agencia de viajes en medios de comunicación, relaciones con influencers, patrocinios de eventos, entre otros. Esto puede representar alrededor del 10-15% del presupuesto de marketing.
- **Estrategias de redes sociales:** Esto podría incluir la gestión de perfiles en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, entre otras. Esto puede representar alrededor del 10% del presupuesto de marketing.
- **Investigación de mercado:** Esto podría incluir estudios de mercado, análisis de la competencia, encuestas a clientes, entre otros. Esto puede representar alrededor del 5% del presupuesto de marketing.

Es importante recalcar que estos porcentajes son solo una estimación y pueden variar dependiendo de las necesidades y objetivos específicos de cada agencia de viajes. Además, es recomendable realizar un seguimiento y análisis constante de las actividades de marketing para ajustar el presupuesto y las estrategias.

El presupuesto a ejecutar en una estrategia de marketing de una agencia de viajes puede

variar dependiendo de varios factores, como el tamaño de la agencia, los objetivos de marketing, la competencia en el mercado, entre otros.

Sin embargo, para tener una estimación general, se recomienda destinar al menos el 5-10% de los ingresos anuales a actividades de marketing.

TIMMING DE EJECUCIÓN

El tiempo de ejecución de una estrategia de marketing de una agencia de viajes de Comfenalco Antioquia puede variar dependiendo de la duración de la estrategia y los objetivos planteados.

En general, una estrategia de marketing puede tener una duración de varios meses o incluso años, dependiendo de la complejidad de la estrategia y la planificación necesaria. Durante este tiempo, se implementarán diferentes acciones de marketing que incluyen la promoción de los destinos turísticos, la publicidad en diferentes medios, la participación en ferias y eventos relacionados con el turismo, entre otras.

Es importante destacar que el marketing es un proceso continuo y la ejecución de una estrategia puede llevar tiempo para obtener resultados significativos y evaluar su efectividad. Por lo tanto, el tiempo de ejecución de una estrategia de marketing de una agencia de viajes de Comfenalco Antioquia puede variar dependiendo de los factores mencionados anteriormente.

PLAN DE MEDIOS

A continuación, se detallan los medios, eventos y demás en general que se realizarán y

hacen parte del plan de marketing

- **Televisión:** Realizar spots publicitarios en canales de televisión locales y regionales para promocionar los paquetes turísticos y servicios de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia.
- **Radio:** Realizar cuñas publicitarias en estaciones de radio locales y regionales para dar a conocer las ofertas y promociones de la agencia de viajes.
- **Prensa:** Colocar anuncios en periódicos de la región para llegar a un público más amplio y promocionar los destinos turísticos y servicios de la agencia.
- **Internet:** Crear y mantener actualizada una página web de la agencia de viajes que incluya información detallada sobre los paquetes turísticos, promociones, servicios y contacto.
- **Redes sociales:** Utilizar plataformas como Facebook, Instagram y Twitter para promocionar los destinos turísticos, compartir contenido relacionado con los viajes y responder consultas de los clientes.
- **Eventos y ferias:** Participar en eventos y ferias turísticas locales y regionales para promocionar los servicios y paquetes turísticos de la agencia de viajes.
- **Alianzas estratégicas:** Establecer alianzas con hoteles, aerolíneas y otros servicios turísticos para ofrecer paquetes completos y promociones exclusivas a los clientes de Comfenalco Antioquia.
- **Email marketing:** Enviar correos electrónicos a los clientes registrados en la base de datos de la agencia de viajes con información sobre promociones, nuevos destinos y servicios.
- **Influencers y bloggers de viajes:** Realizar alianzas con influencers y bloggers de

viajes para que promocionen los destinos turísticos y servicios de la agencia a través de sus plataformas digitales.

- **Publicidad exterior:** Colocar vallas publicitarias en lugares estratégicos de la ciudad para aumentar la visibilidad de la agencia de viajes y generar interés en sus servicios.

Es importante realizar un seguimiento y análisis de los resultados de cada estrategia de medios para tomar decisiones informadas y ajustar el plan.

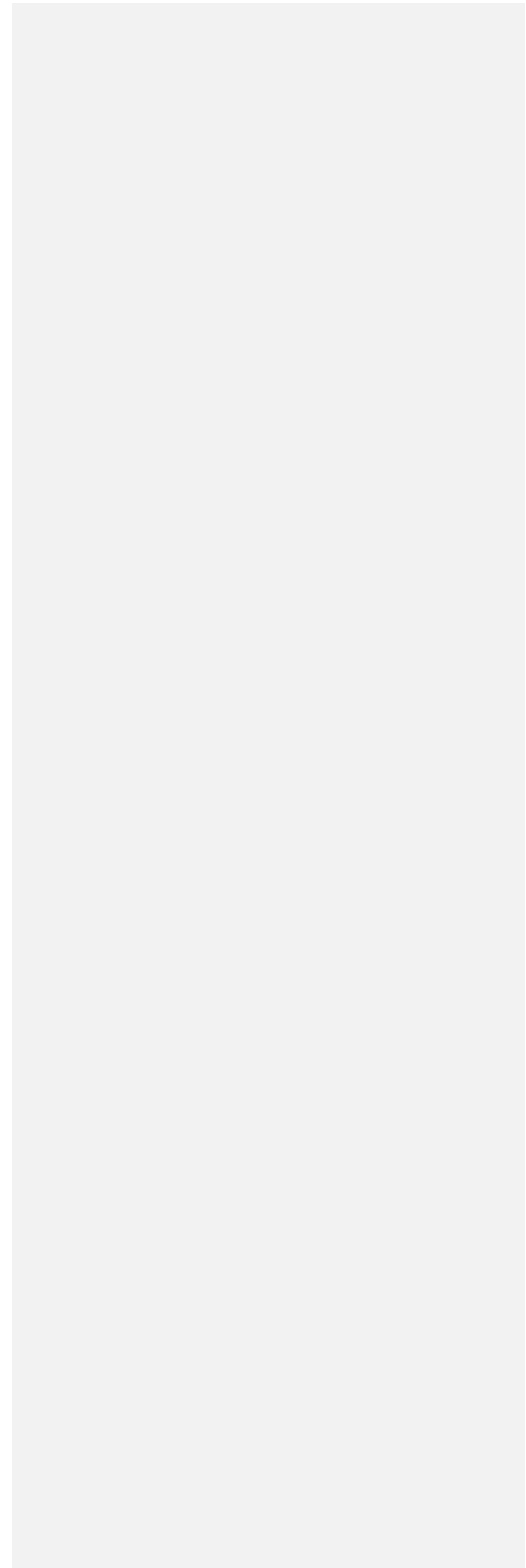
PLAN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN							
			CALENDARIO DE DIFUSIÓN				
ESTRATEGIA	TÁCTICAS	MEDIOS DIFUSIÓN	ENERO / FEBRERO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
Identificación de imagen para el programa	Diseño de Brief	No aplica					
	Búsqueda referentes	No aplica					
	Propuestas de diseño	No aplica					
	Definición de diseño final	No aplica					
	Diseño del portafolio	Sitio web Fuerza comercial Whatsapp					

	Diseño de piezas	Definidos					
Difusión del programa desde Comfenalco Antioquia	Compartir información a través de los siguientes medios y acciones definidas	Sitio web Sección servicios culturales					
		Freepress					
		Mailing para afiliados					
		Intranet para colaboradores					
		Envío sms					
		Redes sociales					
		Pauta digital					
		Video promocional con invitación a participar					
		Activación con equipo fuerza comercial					
		Impresión rompetráfico					
		Impresión volantes					
		Impresión afiches					
Difusión del programa desde Universidad de Antioquia	Compartir información a través de los siguientes medios y acciones definidas	Sitio web					
		Emisora					
		Cartelera físicas					

		Correo electrónico					
		Medios internos - colaboradores					
Posicionamiento del programa	Grabación de videos testimonios cortos en los que se comparta la experiencia del programa	YouTube					
		Redes sociales					
		Reconocerte					
	Realizar una activación artística en la Universidad para entrega de volantes	/					
	Pensar en un evento o actividad donde podamos activar este programa. Puede ser algo alrededor de Fiesta del Libro o actividad de extensión de la Universidad	Medios internos - colaboradores					

1. PROTOTIPOS DESARROLLADOS





2. CONCLUSIONES

El plan de marketing de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia ha sido exitoso y ha contribuido al crecimiento y posicionamiento de la agencia en el sector turístico.

Las estrategias de marketing implementadas pueden permitir atraer a un mayor número de clientes y aumentar las ventas de paquetes turísticos y servicios de la agencia.

La agencia ha logrado diferenciarse de la competencia a través de la oferta de paquetes turísticos personalizados y de alta calidad, adaptados a las necesidades y preferencias de los clientes.

La marca de la agencia de viajes se ha fortalecido gracias a la implementación de acciones de marketing digital y la presencia en redes sociales, lo que ha permitido alcanzar a un público más amplio y aumentar la visibilidad de la empresa.

La agencia ha logrado fidelizar a sus clientes a través de la atención personalizada, la calidad de los servicios ofrecidos y la generación de experiencias memorables para los viajeros.

El plan de marketing puede contribuir a aumentar la reputación y credibilidad de la agencia de viajes, generando recomendaciones positivas y boca a boca favorable.

En resumen, el plan de marketing de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia ha sido efectivo y ha logrado posicionar a la empresa como una opción confiable y de calidad en el mercado turístico.

9. RECOMENDACIONES

Aquí se dejarán algunas recomendaciones para un plan de marketing de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia:

Segmentación de mercado: Identifica y segmenta a tu audiencia objetivo en grupos demográficos y psicográficos relevantes, como edad, intereses, ingresos, etc. Esto te permitirá enfocar tus esfuerzos de marketing de manera más efectiva.

Investigación de mercado: Realiza investigaciones para conocer las necesidades, preferencias y comportamientos de tus clientes potenciales. Esto te ayudará a adaptar tus servicios y mensajes de marketing a sus gustos y preferencias.

Desarrollo de marca: Trabaja en el desarrollo de la marca de la agencia de viajes de Comfenalco Antioquia. Esto incluye crear un atractivo logotipo, eslogan y una imagen de marca consistente y reconocible.

Promociones y ofertas especiales: Crea promociones y ofertas especiales para atraer a nuevos clientes y fomentar la fidelidad de los existentes. Esto puede incluir descuentos en paquetes turísticos, regalos o programas de lealtad.

Presencia en línea: Crea una sólida presencia en línea a través de un sitio web visualmente atractivo y fácil de usar. Invierte en SEO (optimización de motores de búsqueda) para que la agencia de viajes aparezca en los primeros resultados de búsqueda de Google.

Marketing de contenido: Crea y comparte contenido relevante y de calidad relacionado con viajes y destinos turísticos en tu blog y redes sociales. Esto generará interés en tus servicios y posicionará a tu agencia como experta en el sector.

Alianzas estratégicas: Establece alianzas con otras empresas del sector turístico, como aerolíneas, hoteles y empresas de transporte local, para ofrecer paquetes completos y

atractivos a tus clientes.

Guías y testimonios de clientes: Utiliza testimonios y opiniones positivas de clientes satisfechos para promocionar tus servicios. Además, puedes desarrollar guías de viaje gratuitas que brinden información útil y práctica a los viajeros.

Publicidad tradicional: Utiliza publicidad tradicional, como anuncios en periódicos locales y estaciones de radio, para llegar a un público más amplio. Controla de cerca los resultados de estas campañas para evaluar su efectividad.

Medición y análisis de resultados: Realiza un seguimiento constante de tus esfuerzos de marketing, utilizando herramientas como Google Analytics, para evaluar qué tácticas funcionan mejor y hacer los ajustes necesarios en tu plan.

Recuerda que cada empresa tiene sus particularidades, por lo que te recomendamos adaptar estas recomendaciones a tu negocio y a tus necesidades específicas.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Cámara, N., Carretero, F., & Sánchez, B. (2011). *Plan de marketing turístico: cómo cumplir con las expectativas y aprovechar las oportunidades en un mercado globalizado*. ESIC Editorial.
- Bruhn, M., Homburg, C., & Steffenhagen, H. (2013). *Marketingplanung: Grundlagen, Konzepte, Umsetzung* (No. UV-SL-045595). Springer-Verlag.
- Grönroos, C. (2013). *Strategic management and marketing in the service sector*. Routledge.
- Pauwels, K., Nash, C., Clark, B., Collignon, S., & Farris, P. (2016). *Marketing in the age of Google: Your online strategy IS your business strategy*. Prentice Hall Press.
- Gómez, O. (2018). *Plan de Marketing Turístico para Agencias de Viajes*. Maestría en Dirección y Planificación del Turismo. Universidad de Valencia. Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/85528/TESIS%20%20Plan%20de%20Marketing%20tur%20%20para%20Agencia%20de%20Viajes.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2018). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson Education.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2018). *Consumer behaviour in tourism*. Routledge.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *Principios de Marketing*. Pearson Educación.
- Solomon, M. R., Dahl, D. W., & White, K. (2014). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Educación.
- Sitio Web de Comfenalco Antioquia: <https://www.comfenalcoantioquia.com.co/>>