

OPCION DE GRADO

YULIANA CARDONA

JOSE POLANIA

CAMILO MONTES

TRABAJO FINAL

VIACOMOR

**COPRPORACION UNIFICADA DE EDUCACION SUPERIOR
(CUN)**

BOGOTA

2017

VIACOMOR

CONTENIDO:

● Oportunidades en el mercado	1
● Ciclo de adopción del producto.....	2
● Oportunidades de negocio	3
● Respuesta preguntas claves.....	4
● Identificación de clientes	5
● Identificación de necesidades.....	6
● Beneficios y expectativas.....	7
● Soluciones actuales.....	8
● Inconformidades y frustraciones.....	9
● Identificación del mercado.....	10
● Entrevistas.....	11
● Pre planeación.....	12
● Planeación estratégica	13

OPORTUNIDADES EN EL MERCADO

1. ¿El producto o servicio que ofrecemos suple necesidades o supera las necesidades existentes?
2. ¿Habrán suficientes personas que compren el servicio que se ofrece?

1. El servicio que ofrecemos supera necesidades existentes ya que sobre pasa las necesidades básicas del ser humano y complementa otras que surgen, como por ejemplo la de querer estar bien con tu pareja o de cambiar de ambiente y salir de la rutina

2. si, ya que hay variedad de personas (la gran mayoría) que quisieran salir de la rutina, tener estabilidad con sus parejas y pues nada mejor que un viaje acompañado de profesionales donde puedan sentirse a gusto y conocer nuevas culturas con su compañero/a.

CICLO DE ADOPCION DEL PRODUCTO

Realizando un análisis de quienes podrían llegar hacer nuestros futuros clientes que adquieran el servicio, el que más se acomoda a nuestra idea son los de mayoría temprana, ya que si deciden tomar el servicio es porque tienen el presupuesto lo han buscado por diferentes partes y adicionalmente tienen un problema y quieren cambiar el ambiente.

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

1. ¿Quién es nuestro cliente y usuario potencial?
2. ¿Qué necesidades tienen?
3. ¿Qué expectativas tiene ese usuario/cliente?
4. ¿Qué espera que ocurra cuando usa el producto?
5. ¿Qué productos está usando o contratando actualmente para suplir esa necesidad?

6. ¿Qué problemas o inconformidades tiene el usuario con la solución actual?
7. ¿Cuánto invierte en las soluciones actuales?
8. ¿A través de que canales las adquiere?
9. ¿Qué tan grande es el grupo de personas que tiene esa necesidad?

SOLUCION

1. Nuestros clientes potenciales son todas aquellas parejas que quieran dar solución o cambiar la rutina que mantienen o han mantenido desde siempre con su pareja.
2. Tienen necesidades de cambio emocional, de viajar de sentirse bien con su pareja, de agrandar a su pareja de que los momentos de penas y mal entendidos terminen, sentirse bien en familia.
3. Cuando nuestros clientes usen el servicio tendrán la expectativa de que su relación se fortalezca de sentirse felices ,de que la inseguridad y los problemas emocionales mejoren, de sentirse relajados sin preocupaciones
4. Que la experiencia y la convivencia que tengan juntos conociendo nuevas culturas en lugares no conocidos sirva para unir más los vínculos, y tener un cambio positivo sin preocupaciones, donde ambos adquieran experiencias inolvidables y constructivas para sus vidas.
5. Los servicios que muy probablemente en el momento estén utilizando sean los de hoteles, agencias de viajes, moteles, terapias para parejas, todos los servicios por separado.
6. Los problemas que se tienen en el momento es que no hay u servicio donde se incluya todo, costos, facilidad de transporte, que la salida que realicen no tenga un enfoque en ambos, que los vuelos se cancelen, que el plan turístico no es lo que esperaban
7. De las soluciones actuales invierten de \$1.000.000 a \$2.000.000 millones de pesos
8. Actualmente se pueden adquirir paquetes de viajes por internet, vía telefónica o acercándose directamente al lugar
9. Redes Sociales, Blogs, Páginas Web.

IDENTIFICACION DE CLIENTES

1. ¿Quién tiene una necesidad o problema?
2. ¿Qué grupo de personas tiene una necesidad o problema que yo considero puedo resolver?
3. ¿Para cual de esos grupos considero que la necesidad es más crítica?

1. Personas naturales quien deciden unir sus vidas con otro ser , familias
2. Las parejas de cualquier cultura o sexo.
3. Para las parejas que viven en constante rutina su relación y no salen de hacer las mismas cosas convirtiéndose en hábitos e incluso llegando a tener fuertes discusiones, por la falta de entendimiento tanto del uno como del otro.

IDENTIFICACION DE NECESIDADES

Falta de

- Comodidad
- Confianza
- Descanso
- Vivir nuevas experiencias
- Estabilidad
- Amor

BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS

Se piensa que actualmente las parejas toman planes turísticos bien sea por cambiar el ambiente o situación, o por buscar simplemente tiempo de óseo y descanso, que les brinde un lugar diferente al que ya están acostumbrados a tener en su vida diaria, pero no solamente es la satisfacción o deseo de descanso si no que adicionalmente, necesitan formarse con un turismo alternativo que les permita fortalecer relaciones tanto personales como en pareja, brindando así

una autoconstrucción de la relación y uniendo el núcleo familiar para que se construya una sociedad más sana y equilibrada desde la pareja como tal.

SOLUCIONES ACTUALES

Creemos que actualmente las parejas que quieren cambiar de ambiente o tienen problemas y quieren mejorar toman servicio de agencias de viajes, hoteles, que les brindan cualquier plan turístico o de descanso que se acople a lo que ellos quieren pero por diversión o tiempo óseo majearando diferentes tarifas por épocas.

INCONFORMIDADES O FRUSTACIONES

Pensamos que las soluciones actuales son insuficientes porque los costos en épocas altas son demasiado elevados y en algunos casos no están al alcance de todas las personas, adicionalmente no hay un enfoque en la mayoría de agencias de viajes que se enfaticen en un turismo de relación sano y de construcción en sociedad, lo que quiere decir que para las personas que toman ese tipo de planes no hay una orientación adicional de lo que será el viajes es por eso que muchos desisten de tomar un plan completo y prefieren hacerlo por separado o por su misma cuenta.

IDENTIFICACION DEL MERCADO

ACTIVIDADES DE MERCADEO

Investigación de mercados:

- Agencias de viajes que brindan servicios turísticos como: Aviatur, despegar.com, bti travel etc.
- Hoteles, Moteles

DESARROLLO DEL PRODUCTO

No existe un programa agencia o entidad que se enfoque únicamente en un coaching para parejas, los servicios que actualmente se brindan todos los hacen por separado por ende se enfocara en talleres de acompañamiento de la mano de un profesional, desarrollo cultural interrelacionando cada una de las viviendas de cada grupo de parejas que tome el plan

- ✓ **PLANES DE PROMOCION:**
 - ✓ Desacuerdo a un análisis de cada una de las actividades realizadas en el mes se realizaran las promociones, teniendo en cuenta que el mercado podría llegar hacer malo en algunos periodos del año.
 - ✓ **COMPETENCIA**
 - ✓ diferencia de agencias líderes y hoteles especializados en el servicio de alojamiento, alimentos y bebidas, reservas etc.
 - ✓ **CLIENTE:** dirigido a parejas de 18 y 55 años ,sin importar extracto social, enfocado en parejas con problemáticas, o que les guste innovar saliendo de la monotonía
- **Social:** Ámbitos familiares, preferencia de culturas,religiones,sabiendo manejar las situaciones y comportamientos sentimentales para crear relaciones fluidas y constructivas
 - **política:** acompañamiento de la anato, apoyo de las normas técnicas sectoriales de las agencias de viajes,OMT entre otras,
 - **Natural:** Los factores que influyen en el servicio son :Clima,(calido,caliente,tropical,frio),comercialización temperaturas altas y bajas, flora fauna,diversidd
 - **Cultural:**tradiciones,patrimonios diversificación de todos los lugares y conocimientos, con gratificantes sentimientos positivos que aportaran a la relación, canalizando necesidades, valores y prioridades
 - **Tecnológica:**
Sistemas aplicados en las reservas y App para la comunicación de paquetes turísticos, página web del lugar ejemplo: Zeus, opera, sabré etc.

1. ENTORNOS

1.1. ENTORNO JURIDICO

1. CÁMARA DE COMERCIO

- Verificación del nombre
- Diligenciar el formulario, inscripción a cámara de comercio
- Pago de derechos de inscripción
- Registros de libros contables
- RIT régimen de identificación tributario
- RUE registro único empresarial
- Estructura publica/documento publico
- certificado de constitución y gerencia (el acta de nacimiento de la empresa)
- NIT es la cedula de la empresa para el efecto legal y de impuesto

- RUES

2. DIAN

- RUT del representante legal y debe tener la anotación 12
- Firmas digitales para la anotación de impuestos
- Resolución de facturación
- Firmas digitalizadas

3. MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

3.1. Registro Nacional de Turismo

Inicie utilizando la opción registrarse y obtenga su usuario y contraseña.

- Con el usuario y contraseña, ingrese a la opción ingresar RNT y realice el diligenciamiento del formulario de solicitud de inscripción por la opción mis establecimientos (Registrar Nuevo Establecimiento).
Imprima el formulario de solicitud de inscripción al Registro Nacional de Turismo.
- Realice el pago del impuesto de registro en las oficinas de recaudo de la Gobernación o en las Cámaras de Comercio autorizadas para recibir este pago. (Este impuesto es de carácter departamental y se genera por cualquier inscripción que se realice en la Cámara de Comercio. Para estos efectos de acuerdo con el Decreto 650 de 1996 se tomará como un documento sin cuantía).
- Ingrese con el usuario y contraseña, a la opción ingresar RNT y adjunte la imagen del pago del impuesto de registro por la opción mis establecimientos (Mis Establecimientos Registrados). Con este paso termina la radicación de la solicitud de inscripción al Registro Nacional de Turismo.

3.2. Protección al turista

Uno de los principios generales de la industria turística consagrado en la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo, es el de la protección el consumidor, que establece que “con miras al cabal desarrollo del turismo, el consumidor o usuario de los servicios turísticos será objeto de protección específica por parte de la entidades públicas y privadas”.

Es así como una de las funciones asignadas al Grupo de Protección al Turista del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, es la de disciplinar el mercado a través de mecanismos de vigilancia y control a los prestadores de servicios turísticos, con el fin de que sus actuaciones se ajusten a la normatividad turística vigente, para que los servicios prestados estén de acuerdo con lo ofrecido y pactado en términos de calidad y cumplimiento.

Para lograr lo anterior, el Grupo de Protección al Turista adelantará las investigaciones administrativas, fomentará la calidad en el sector y divulgará las disposiciones legales que rigen esta actividad.

3.3. Fondo de Promoción Turística

El sector privado aporta recursos a este Fondo a través de la contribución parafiscal creada por la Ley 300 de 1996.

El Fondo de Promoción Turística de Colombia es administrado por el Consorcio administrador del patrimonio autónomo, Fondo de Promoción Turística -PROMOTOR- conformado por Anato, Cotelco y Acodrés.

Resolución 0727 31 de marzo de 2008. Por lo cual se definen los criterios para el manejo de los recursos del Fondo de Promoción Turística contemplados en la Ley 1101 de 2006.

Ley 1101 del 22 de noviembre de 2006. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

4. ANATO (asociación de agencias de viaje y turismo)

Debe hacerse una solicitud de ingreso con los siguientes requisitos:

- Certificado de Constitución y Gerencia cuando se trate de una persona jurídica.
- Matrícula Mercantil.
- Registro Nacional de Turismo, con una antigüedad no menor de un año.
- Balances de la empresa.
- Hoja de Vida de los Directivos de la Empresa.
- Relación de los empleados de la Empresa.
- Dos cartas de presentación de Asociados Activos de ANATO, que no pertenezcan a la Junta Directiva Nacional, ni de los Capítulos.
- Una referencia bancaria.
- Los demás que determine la Junta Nacional o del Capítulo como necesarios para considerar en un caso concreto.

ENTORNO ECONOMICO

Nuestra empresa tendría impacto económico directamente en el área de turismo, hotelera y de transporte ya que siendo esta una agencia de viajes necesita de estos entes para funcionar, por esto hemos creado un recorrido con sus respectivas alianzas con hoteles y en cuanto al transporte se llevara a cabo la forma de personalizarlo vía terrestre.

PIB

En 2013 el PIB total del país cerró en \$492.932 miles de millones; para el primer semestre de 2014 el PIB total asciende a \$256.717 miles de millones, con una participación destacada de los sectores financiero, servicios sociales; la gran rama comercio reparación hoteles y restaurantes, participó con el 11,9% del PIB total distribuidas de la siguiente manera: Comercio (8,2%), Reparación (1%) y Hoteles, restaurantes, bares y similares (2,7%).

En 2013 el PIB colombiano presentó un crecimiento anual de 4,7%. Para el primer semestre de 2014 el crecimiento de la economía Colombiana fue del 5,2%, liderado principalmente por el sector construcción, que registró un crecimiento anual de 14,2%, le siguen servicios sociales (6,1%), establecimientos financieros, seguros y actividades inmobiliarias (6,1%); destaca la recuperación del sector manufacturero en el primer semestre de 2014, con un crecimiento de 0,9%. El sector Comercio, Reparación, hoteles y restaurantes creció 5,6% y el subsector hoteles, restaurantes, bares y similares registró una variación de 5,6%.

ENTRONO POLITICO

LEY 32 DE 1990: Por medio de la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión del Agente de Viajes

DECRETO NÚMERO 1095 DEL 30 DE MAYO DE 1994: Por el cual se adopta el Código de Ética Profesional del Agente de Viajes y Turismo”

LEY 300 1996:“Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones”.

DECRETO 504 DE 1997: Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo

DECRETO 1075 DE 1997: Por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos.

SENTENCIA C-697 DE 2000: Derecho a ejercer profesión u oficio/Libertad de empresa. Agente de viajes y Turismo. (Corte Constitucional)

DECRETO 53 DE ENERO 18 DE 2001: Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de las Agencias de Viajes y se dictan otras disposiciones

LEY 679 DE 2001: Prevención contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso con menores de edad

DECRETO 53 DE ENERO 18 DE 2002: Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de las Agencias de Viajes y se dictan otras disposiciones

RESOLUCIÓN 0049 DE ENERO 22 DE 2002: Por la cual se establecen las tarifas de inscripción del Registro Nacional de Turismo.

RESOLUCIÓN 0119 DE FEBRERO 12 DE 2002: Por la cual se fijan unas reglas para el cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos de la obligación contemplada en el artículo 16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001.

DECRETO 1336 DE JUNIO 26 DE 2002: Por el cual se modifica el Decreto Reglamentario 505 del 28 de febrero de 1997

DECRETO 210 DE 2003: Por la cual se crean y organizan grupos internos de trabajo en la Dirección de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se determinan sus tareas y responsabilidades y se adoptan otras decisiones.

RESOLUCIÓN 0890 DEL 6 DE JULIO DE 2005: Por cual se establece la forma y requisitos para solicitar ante las autoridades ambientales competentes la certificación de que trata el numeral 5 del artículo 207-2 del Estatuto Tributario. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial.

RESOLUCIÓN 0236 DEL 2 DE FEBRERO DE 2005: Por la cual se modifican las tarifas de inscripción y de actualización en el Registro Nacional de Turismo

DECRETO 2785 DEL 17 DE AGOSTO DE 2006: Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y se dictan otras disposiciones. Art. 5, 6 y 7.

RESOLUCIÓN 2534 DEL 7 DE NOVIEMBRE DE 2006: Por la crean y organizan unos grupos internos de trabajo en las Direcciones de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo y de Análisis Sectorial y Promoción del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se determinan sus tareas y responsabilidades y se adoptan otras disposiciones.

LEY 1101 DEL 22 DE NOVIEMBRE DE 2006: Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones

LEY 1111 DEL 27 DICIEMBRE DE 2006: Por la cual se modifica el estatuto tributario de los impuestos administrados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Art. 62 Exención del impuesto sobre las ventas de servicios.

RESOLUCIÓN 0348 DEL 27 DE FEBRERO DE 2007: Por la cual se determinan los sitios de interés turístico de que tratan los numerales 1º y 2º del artículo primero de la Resolución 0347 de 2007.

RESOLUCIÓN 0385 DE 2007: Por la cual se modifican los formatos a que se refiere el artículo tercero de la Resolución 890 de 2005

DECRETO 1036 DEL 30 DE MARZO DE 2007: Por el cual se reglamenta el recaudo y el cobro de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo a que se refiere la Ley 1101 de 2006

DECRETO 1782 DEL 23 DE MAYO DE 2007: Por medio del cual se reglamenta el Impuesto con destino al turismo

RESOLUCIÓN 1143 DEL 13 DE JUNIO DE 2007: Por el cual se reglamenta el procedimiento de selección de representantes del sector privado al Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística

RESOLUCIÓN 1280 DEL 27 DE JUNIO DE 2007: Por la cual se adiciona la Resolución 1143 de 2007 referente a la integración del Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística para el período 2007-200

LEY 32 DE 1990: Por medio de la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión del Agente de Viajes

DECRETO NÚMERO 1095 DEL 30 DE MAYO DE 1994: Por el cual se adopta el Código de Ética Profesional del Agente de Viajes y Turismo”

LEY 300 1996:“Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones”.

DECRETO 504 DE 1997: Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo

DECRETO 1075 DE 1997: Por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos.

SENTENCIA C-697 DE 2000: Derecho a ejercer profesión u oficio/Libertad de empresa. Agente de viajes y Turismo. (Corte Constitucional)

DECRETO 53 DE ENERO 18 DE 2001: Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de las Agencias de Viajes y se dictan otras disposiciones

LEY 679 DE 2001: Prevención contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso con menores de edad

DECRETO 53 DE ENERO 18 DE 2002: Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de las Agencias de Viajes y se dictan otras disposiciones

RESOLUCIÓN 0049 DE ENERO 22 DE 2002: Por la cual se establecen las tarifas de inscripción del Registro Nacional de Turismo.

RESOLUCIÓN 0119 DE FEBRERO 12 DE 2002: Por la cual se fijan unas reglas para el cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos de la obligación contemplada en el artículo 16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001.

DECRETO 1336 DE JUNIO 26 DE 2002: Por el cual se modifica el Decreto Reglamentario 505 del 28 de febrero de 1997

DECRETO 210 DE 2003:Por la cual se crean y organizan grupos internos de trabajo en la Dirección de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se determinan sus tareas y responsabilidades y se adoptan otras decisiones.

RESOLUCIÓN 0890 DEL 6 DE JULIO DE 2005: Por cual se establece la forma y requisitos para solicitar ante las autoridades ambientales competentes la certificación de que trata el numeral 5 del artículo 207-2 del Estatuto Tributario. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial.

RESOLUCIÓN 0236 DEL 2 DE FEBRERO DE 2005: Por la cual se modifican las tarifas de inscripción y de actualización en el Registro Nacional de Turismo

DECRETO 2785 DEL 17 DE AGOSTO DE 2006: Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y se dictan otras disposiciones. Art. 5, 6 y 7.

RESOLUCIÓN 2534 DEL 7 DE NOVIEMBRE DE 2006: Por la crean y organizan unos grupos internos de trabajo en las Direcciones de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo y de Análisis Sectorial y Promoción del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se determinan sus tareas y responsabilidades y se adoptan otras disposiciones.

LEY 1101 DEL 22 DE NOVIEMBRE DE 2006: Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones

LEY 1111 DEL 27 DICIEMBRE DE 2006: Por la cual se modifica el estatuto tributario de los impuestos administrados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Art. 62 Exención del impuesto sobre las ventas de servicios.

RESOLUCIÓN 0348 DEL 27 DE FEBRERO DE 2007: Por la cual se determinan los sitios de interés turístico de que tratan los numerales 1º y 2º del artículo primero de la Resolución 0347 de 2007.

RESOLUCIÓN 0385 DE 2007: Por la cual se modifican los formatos a que se refiere el artículo tercero de la Resolución 890 de 2005

DECRETO 1036 DEL 30 DE MARZO DE 2007: Por el cual se reglamenta el recaudo y el cobro de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo a que se refiere la Ley 1101 de 2006

DECRETO 1782 DEL 23 DE MAYO DE 2007: Por medio del cual se reglamenta el Impuesto con destino al turismo

RESOLUCIÓN 1143 DEL 13 DE JUNIO DE 2007: Por el cual se reglamenta el procedimiento de selección de representantes del sector privado al Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística

RESOLUCIÓN 1280 DEL 27 DE JUNIO DE 2007: Por la cual se adiciona la Resolución 1143 de 2007 referente a la integración del Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística para el período 2007-2009

LEY 32 DE 1990: Por medio de la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión del Agente de Viajes

DECRETO NÚMERO 1095 DEL 30 DE MAYO DE 1994: Por el cual se adopta el Código de Ética Profesional del Agente de Viajes y Turismo”

LEY 300 1996:“Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones”.

DECRETO 504 DE 1997: Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo

DECRETO 1075 DE 1997: Por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos.

SENTENCIA C-697 DE 2000: Derecho a ejercer profesión u oficio/Libertad de empresa. Agente de viajes y Turismo. (Corte Constitucional)

DECRETO 53 DE ENERO 18 DE 2001: Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de las Agencias de Viajes y se dictan otras disposiciones

LEY 679 DE 2001: Prevención contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso con menores de edad

DECRETO 53 DE ENERO 18 DE 2002: Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de las Agencias de Viajes y se dictan otras disposiciones

RESOLUCIÓN 0049 DE ENERO 22 DE 2002: Por la cual se establecen las tarifas de inscripción del Registro Nacional de Turismo.

RESOLUCIÓN 0119 DE FEBRERO 12 DE 2002: Por la cual se fijan unas reglas para el cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos de la obligación contemplada en el artículo 16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001.

DECRETO 1336 DE JUNIO 26 DE 2002: Por el cual se modifica el Decreto Reglamentario 505 del 28 de febrero de 1997

DECRETO 210 DE 2003: Por la cual se crean y organizan grupos internos de trabajo en la Dirección

de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se determinan sus tareas y responsabilidades y se adoptan otras decisiones.

RESOLUCIÓN 0890 DEL 6 DE JULIO DE 2005: Por cual se establece la forma y requisitos para solicitar ante las autoridades ambientales competentes la certificación de que trata el numeral 5 del artículo 207-2 del Estatuto Tributario. Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial.

RESOLUCIÓN 0236 DEL 2 DE FEBRERO DE 2005: Por la cual se modifican las tarifas de inscripción y de actualización en el Registro Nacional de Turismo

DECRETO 2785 DEL 17 DE AGOSTO DE 2006: Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y se dictan otras disposiciones. Art. 5, 6 y 7.

RESOLUCIÓN 2534 DEL 7 DE NOVIEMBRE DE 2006: Por la crean y organizan unos grupos internos de trabajo en las Direcciones de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo y de Análisis Sectorial y Promoción del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se determinan sus tareas y responsabilidades y se adoptan otras disposiciones.

LEY 1101 DEL 22 DE NOVIEMBRE DE 2006: Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones

LEY 1111 DEL 27 DICIEMBRE DE 2006: Por la cual se modifica el estatuto tributario de los impuestos administrados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Art. 62 Exención del impuesto sobre las ventas de servicios.

RESOLUCIÓN 0348 DEL 27 DE FEBRERO DE 2007: Por la cual se determinan los sitios de interés turístico de que tratan los numerales 1º y 2º del artículo primero de la Resolución 0347 de 2007.

RESOLUCIÓN 0385 DE 2007: Por la cual se modifican los formatos a que se refiere el artículo tercero de la Resolución 890 de 2005

DECRETO 1036 DEL 30 DE MARZO DE 2007: Por el cual se reglamenta el recaudo y el cobro de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo a que se refiere la Ley 1101 de 2006

DECRETO 1782 DEL 23 DE MAYO DE 2007: Por medio del cual se reglamenta el Impuesto con destino al turismo

RESOLUCIÓN 1143 DEL 13 DE JUNIO DE 2007: Por el cual se reglamenta el procedimiento de selección de representantes del sector privado al Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística

RESOLUCIÓN 1280 DEL 27 DE JUNIO DE 2007: Por la cual se adiciona la Resolución 1143 de 2007 referente a la integración del Comité Directivo del Fondo de Promoción Turística para el período 2007-2009

RECURSOS DE LA EMPRESA

ENCUESTA:

1. ¿Le gustaría salir de la rutina con su pareja? ¿Por qué?
 - SI
 - NO

2. ¿Cree que viajar a un lugar diferente puede mejorar su relación actual con su pareja? ¿Por qué?
 - SI
 - NO

3. ¿viaja con su pareja frecuentemente?
 - SI
 - NO

4. ¿En el momento de salir de viaje juntos que lugares les llama la atención?
 - Playas
 - Islas
 - Cruceros
 - Otros ¿Cuáles?

5. ¿Qué opina de una agencia de viajes enfocada en coaching (entrenamiento) para parejas?

6. ¿Cree que el conocimiento de otras culturas le aportara de forma positiva a su relación?
¿porque?

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un viaje tour enfocado en su relación sentimental?

- \$350.000 A \$500.000
- \$500.000 A \$1.000.000
- \$1.000.000 en adelante

8. ¿Está usted de acuerdo en promover o incentivar la creación de paquetes turísticos para las parejas LGTB? ¿porque?

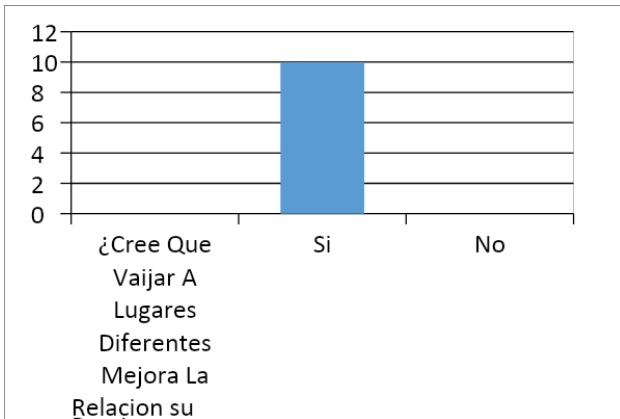
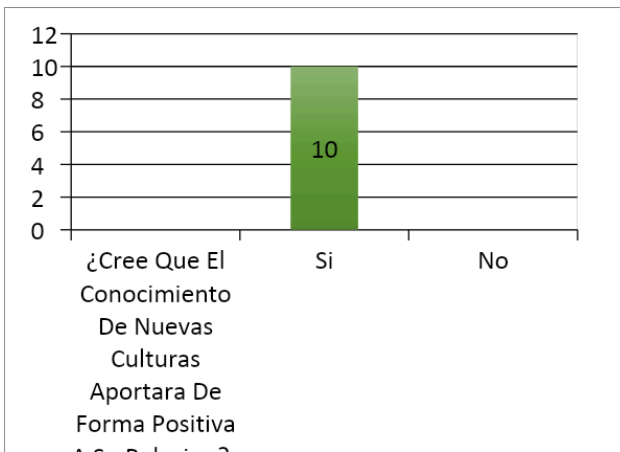
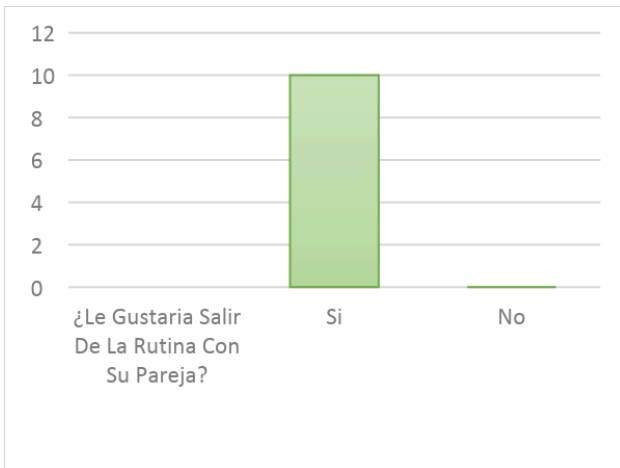
- SI
- NO

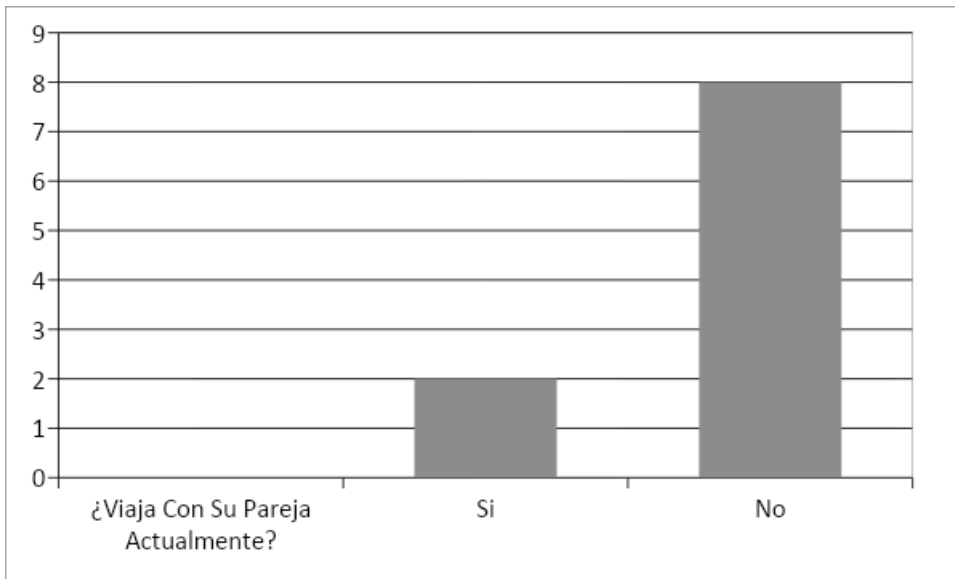
9. ¿Cuándo comparte con su pareja que lugares prefiere?

- Lujosos
- Extravagantes
- Naturales
- Tranquilos
- Otros ¿Cuáles?

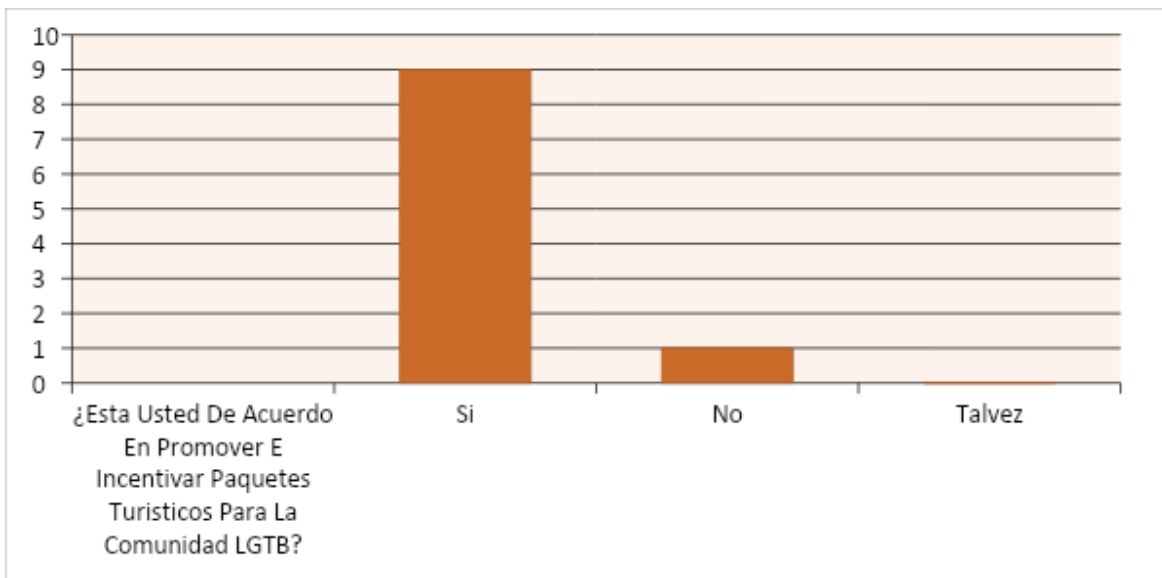
10. ¿Cuándo viaja que clima prefiere?

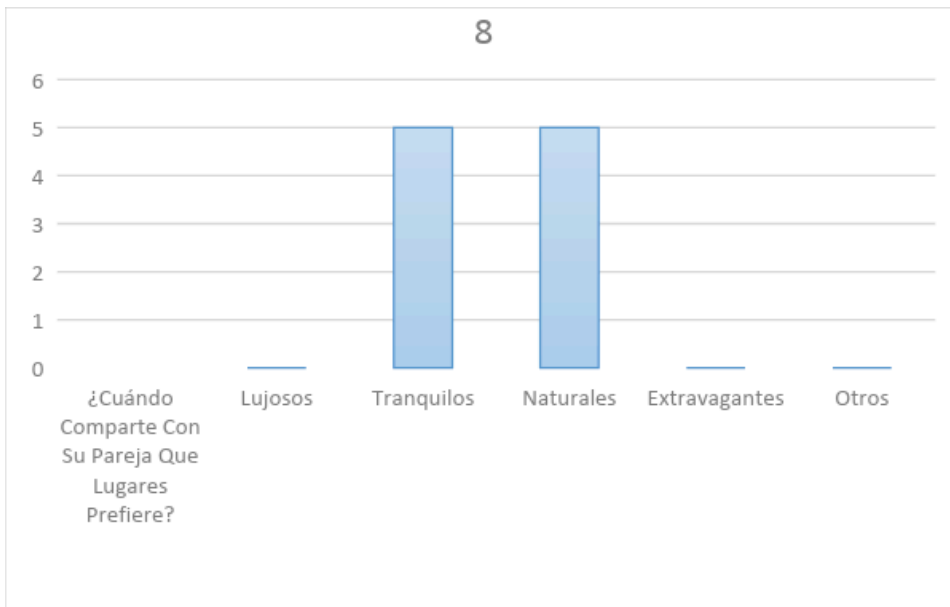
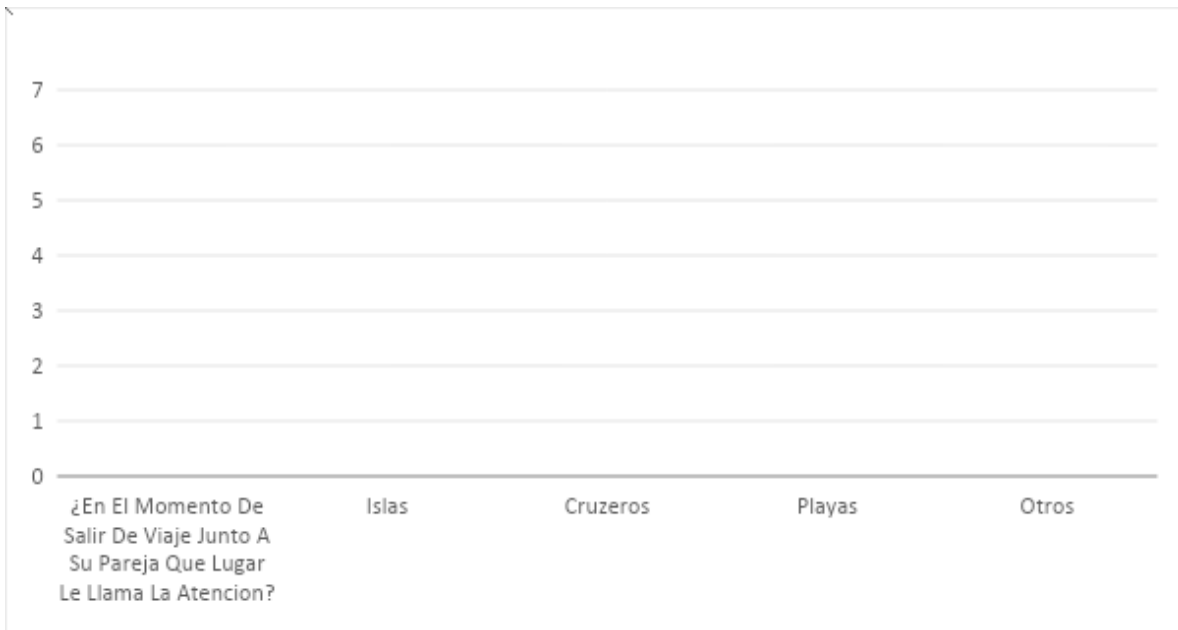
- Cálido
- Tropical
- Frio
- Caliente

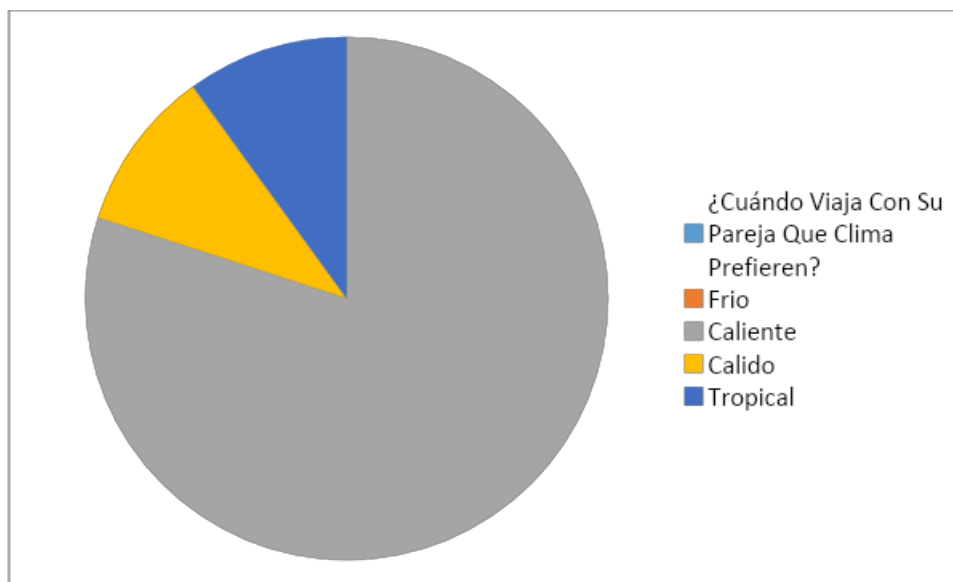
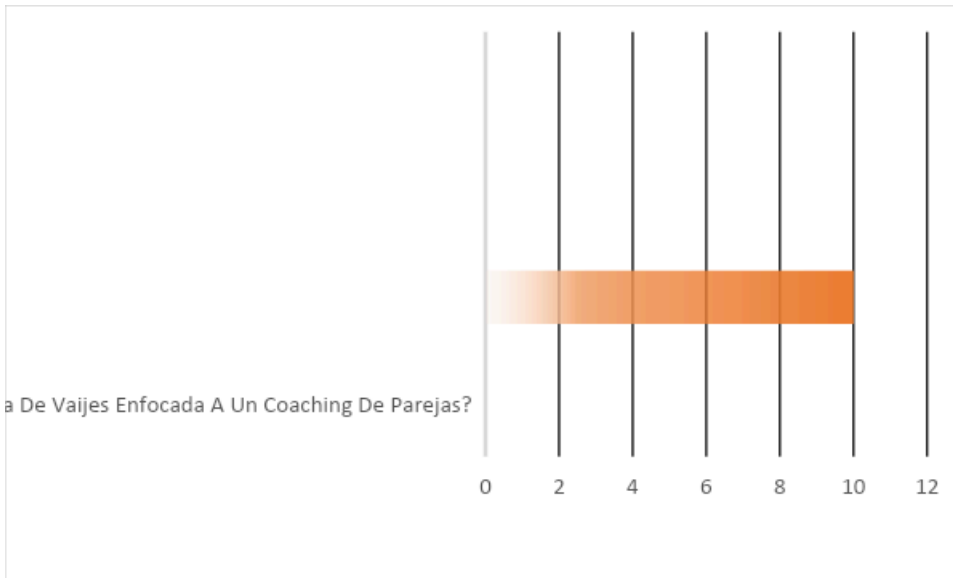




+







MATRIZ DOFA

Debilidades

- No poseer en el momento las herramientas necesarias, como son la tecnología y el recurso financiero, publicidad (iniciando la empresa).
- Salarios bajos
- Deficientes habilidades gerenciales
- Poca capacidad de acceso a créditos
- somos una empresa nueva y no estamos bien posicionados en el mercado,
- Su personal no tiene un nivel de estudio superior.

- **Oportunidades**

- El estado apoya la inversión del sector turístico como promoción turística y el conjunto de su actividad.
- Tendencia al crecimiento
- Tendencias favorables en el mercado
- Mejoramiento de los procesos y métodos de trabajo
- Fomentar las buenas relaciones con los proveedores de bienes materiales y servicios de la unidad.
- Crear cursos para nuestros trabajadores

- **Fortalezas**

- Se ofrece un servicio post-venta personalizado
- Alto compromiso por parte de la gerencia, buena presentación
- Descuento y promociones para un grupo de personas
- Tiene la posibilidad de aumentar sus ventas
- Una idea interesante que puede tener buena acogida en nuestros clientes
- Trato directo con las empresas aliadas.
- Buena relación con las empresas las cuales vamos a crear alianzas
- Capacidad de adaptación al cambio.
- Capacidad para trabajar en equipo y bajo presión.

- **Amenazas**

- Poca credibilidad al ser una empresa nueva
- Poca confianza al ser personas tan jóvenes las que administran esta empresa
- Competencia consolidada en el mercado
- Incumplimiento por parte de las compañías con las cuales tenemos alianzas.

- **Estrategias FO**

- Promocionar la calidad del servicio como el fuerte de la empresa
- Fomentar y mantener las buenas relaciones con los proveedores.
- Optimizar los procesos administrativos llevados a cabo por viaje, con la finalidad de agilizar las gestiones de la Gerencia de Administración.

- **Estrategias DO**

- Crear un buen publicidad para el des cocimiento de nuestra empresa
- Realizar estudios tendientes a mejorar los métodos y medios que estén fallando
- Con ayuda del crecimiento de la empresa mejoraremos los salarios y la obtención de créditos.
- Nuestros operarios no necesitan estudios superior, pero si algunos cursos

- que a medida que vaya avanzando la empresa esta se los dará a sus empleados
- **Estrategias FA**
- Contar con un buen conocimiento de las empresas con las cuales tendremos alianzas
- Nuestra buena presentación ayudara que nuestra edad no influya en la decisión de los clientes
- Estrategias DA
- Atacar la competencia de manera leal y con un mejor portafolio con servicios nuevos.
- Posicionarnos muy bien en el mercado

PRE PLANEACION

OBJETIVOS GENERALES

- Diseñar, organizar y distribuir los servicios turísticos y encontrar una respuesta adecuada para las necesidades de las parejas y proponer unos servicios de mayor calidad, efectividad y flexibilidad
- Brindar el mejor servicio con la más alta calidad
- Seguir dando la mejor asesoría a las parejas sobre los paquetes turísticos y la solución a las necesidades que ofrecemos para mejorar la relación con su pareja.
- Ser la primera opción para el cliente en cuestión de paquetes turísticos

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Ofrecer un mejor desplazamiento más cómodo para nuestros clientes
- Contribuir notablemente al desarrollo de espacios turísticos a través del lanzamiento de viajes, combinado con paquetes vacacionales y otros productos
- Constituir una valiosa fuente de información acerca de las distintas técnicas de problemas más comunes en las parejas y poder cubrir las necesidades de las parejas

METAS

- Lograr ser conocidas y reconocidas como agencia de viajes a nivel nacional
- Organizar un plan de paquete para parejas que les permita el crecimiento tanto personal como cultural de ambos
- Posicionarnos como agencia de viajes confiable en corto plazo

Estrategias

📺 Crear publicidad a través de folletos, internet, revistas, periódicos, hasta llegar al punto de promocionarnos a través de radio y televisión.

👤 Con nuestros ejecutivos de cuenta recorrer toda Bogotá llevando nuestro Portafolio y atrayendo clientes.

PLANEACION ESTRATEGICA

MISION

Brindar el mejor servicio, acompañamiento y espacios enfocados en la pareja, con el fin de que nuestros clientes fortalezcan su relación sentimental e intercambien culturas en lugares maravillosos de Colombia donde no exista turismo de masas, así dando a conocer la importancia que tienen otros lugares no muy recorridos, generando conciencia ambiental y conservación patrimonial del lugar, en conjunto con el crecimiento personal y la construcción de un sano amor.

VISION

La agencia viacomor será la mejor en servicios de calidad y acompañamiento para parejas, siendo reconocida a nivel nacional y brindando importancia a lugares no conocidos en Colombia, además de contar con su propia línea de transporte personalizado, pensando en la comodidad de nuestros clientes.

VALORES

En nuestra organización estamos comprometidos a satisfacer las expectativas y necesidades de nuestros clientes, ofreciendo un servicio de calidad en el cual se incluye el valor agregado del mismo compromiso, teniendo así valores como:

- Responsabilidad
- Ética
- Respeto
- Diversidad
- Trabajo en equipo