

OPCIÓN DE GRADO 1

AVANCE 1

**EDINSON ABELLA HILES
LADY TATIANA PUENTES MONTAÑEZ
CRISTHIAN MAURICIO YARA PARDO**

CORPORACION UNIFICADA DE EDUCACION SUPERIOR

2017

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN _____	3
JUSTIFICACION _____	4
NECESIDADES _____	5
BENCHMARKING _____	6
FRUSTRACIONES E INCONFORMIDADES _____	7
MERCADO _____	8
ENTREVISTA _____	11
CONCLUSION DE LA ENTREVISTA _____	15
6. IDENTIDAD ESTRATEGICA _____	15
6.1 MISION _____	15
6.2 VISION _____	15
6.3 OBJETIVO GENERAL _____	16
6.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS _____	16

INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades más importantes de un país en desarrollo y actor económico del comercio internacional, El turista está en una constante búsqueda de nuevas experiencias acorde a sus necesidades y gustos ente otros.

Podemos encontrar que hay muchas clases de turismo, está el turismo cultural, religioso, de aventura, de entretenimiento, ecológico, de negocios, turismo de relajación y ocio, Por lo tanto existe la necesidad de implementar mecanismos que contribuyan a impulsar el sector turístico económico de cada región implementando nuevos métodos como los son los diferentes medios de comunicación virtuales como por ejemplo: foros de discusión, Redes sociales (Facebook, Twitter), Correo electrónico y grupos de correo electrónico, Grupos de noticias, Video Conferencias y se tomara la nueva propuesta presentada que es la revista virtual.

Es necesario dar a conocer todo lo que cada región de Colombia tiene por ofrecer, es más factible para una persona extranjera gastarse sus dólares en Colombia que hacerlo en su propia moneda, de igual forma los colombianos hacer turismo local ya que la economía en este momento mueve los dólares a un precio muy elevado y la mayoría de las personas que salen a otros países no conocen la variedad de recursos naturales que ofrece el turismo local, para ello se brindara facilidades de viajes, planes en familia y se resalta la importancia de que todas las personas ya sean turistas locales o extranjeros conozcan y se decidan a viajar, conocer y hacer parte del turismo sostenible, para esto se ha planteado el desarrollo de un medio digital novedoso, multiplataforma y multilinguaje.

JUSTIFICACION

La necesidad que tienen las personas de no quedasen quietas y estáticas en lugar, ha venido generando el deseo de salir a explorar nuevos lugares, conocer nuevas culturas, introducirse en el tema del turismo, buscando nuevas aventuras, aprendiendo y llenando su cerebro con imágenes, sensaciones, colores, olores y sabores que llenen sus espíritus y les den satisfacción. Es importante aclarar que este proceso ha generado para Colombia un beneficio muy alto ya que se cuenta con diversidad de paisajes, culturas, historia, biodiversidad, dos océanos, culturas indígenas, lugares exóticos, fincas eco turísticas, entre otros que dejaran impresionado a aquel persona que no la conoce o que simplemente cada vez que la visita se llena de nuevas cosas que quizá en sus primeros recorridos no apreció.

La creación de ésta revista virtual es mostrar la belleza de nuestro país dando una visión a los habitantes locales y del mundo de lo grande que es Colombia, diversa, hermosa y que vale la pena visitarlo, por esta razón los sitios que en la revista se van a recomendar son lugares que resalten la grandeza de nuestras tierras y culturas ante las personas que van apreciar esta revista que es 100% virtual precisamente con el fin que sea expandida hasta el lugar donde pueda haber servicio de internet, se tiene claro que no todas los turistas hablan español (ya que la revista tiene como objeto la invitación a turistas locales y extranjeros), entonces se va a tener la opción de dos idiomas (inglés y español), recomendaciones de los mejores hoteles, restaurantes, fincas eco turísticas, parques nacionales naturales, servicios de guías bilingües entre otros varios que harán la estadía en Colombia muy agradable y lo guarden como un recuerdo inolvidable y que vale la pena repetir, además traerá múltiples beneficios tanto para las personas que brinden turismo sostenible como para los turistas que vienen a recorrer el país.

NECESIDADES:

- Creo que cuando un turista llega, requiere información sobre los mejores sitios de interés para visitar.
- Creo que hay pocas revistas virtuales que ofrezcan una profundización clara de la información sobre el turismo para las personas residentes y turistas extranjeros.
- Creo que las personas que no hablan español pueden encontrar en la revista facilidad de interacción ya que estará en inglés – español y encontrara el servicio de guías turísticos bilingües.

BENEFICIOS

- Se entregara información detallada sobre lugares, culturas, sitios de interés turístico (restaurantes, museos, parques naturales, fincas eco turísticas, entre otras).
- Brindaremos una serie de datos, fotos, una lista de recomendaciones, planes de desarrollo turístico, tendremos links y foros virtuales para que los usuarios brinden sus opiniones a través de estas herramientas.
- Se hará convenio con personas bilingües y conozcan sobre la historia, cultura, sitios turísticos y estén capacitados para brindar su servicio como guías turísticos a los visitantes extranjeros.

BENCHMARKING

REVISTA VIRTUAL	BENEFICIOS	COMPETENCIA	BENEFICIOS
Información detallada en la revista virtual, sobre turismo sostenible.	Se entregara información detallada sobre lugares, culturas, sitios de interés turístico (restaurantes, museos, parques naturales, fincas eco turísticas, entre otras).	Avianca, presenta destinos nacionales e internacionales que generen deseo de ser visitados.	Es una empresa reconocida, con su propia flota de aviones que manejan grandes influencias.
Falta de Conocimiento sobre turismo sostenible tanto en turistas locales como extranjeros.	Brindaremos una serie de datos, fotos, una lista de recomendaciones, planes de desarrollo turístico, tendremos links y foros virtuales para que los usuarios brinden sus opiniones a través de estas herramientas.	Contexto Turístico, es una revista creada por una universidad huilense, pero se centra en el turismo del departamento del Huila.	El departamento del Huila es un fuerte turístico, tienen el conocimiento de la cultura huilense y los sitios grandiosos que tiene el departamento.
Convenios con guías bilingües con experiencia en turismo y opción de ver la revista en inglés y español.	Se hará convenio con personas bilingües y conozcan sobre la historia, cultura, sitios turísticos y estén capacitados para brindar su servicio como guías turísticos a los visitantes extranjeros.	Destinos, es una revista que se distribuye impresa y llega a manos de las personas por medio de los diarios locales.	Distribución por medio de diarios locales, con información de turismo y lugares que son muy conocidos con buenas ilustraciones.

FRUSTRACIONES E INCONFORMIDADES

Resulta frustrante para las personas poseedoras de tierras que han sido afectadas por el conflicto armado, la estigmatización y falta de reconocimiento de la grandeza de los paraísos naturales con las que se cuentan, pero que han sido afectados por la misma guerra que no permitían la explotación de éstas y compartirlas con Colombia y el mundo.

La revista Virtual enfoca en el turismo sostenible, teniendo en cuenta factores como el acuerdo de paz y recogimiento de grupos armados, mostrando lugares, información, actividades de esparcimiento con alto sentido turístico, apoyados con las administraciones y alcaldías de los

sectores y municipios quienes buscaran y contribuirán con el desarrollo de los planes beneficiando sus habitantes.

La Revista virtual trabajara con el método de mercado

B2B (BUSSINES TO BUSSINES)

En la pirámide de Maslow ubicamos las necesidades en **Autorrealización y reconocimiento**, tanto para las personas que van hacer uso de la Revista virtual, como las personas que pautaran en la misma.

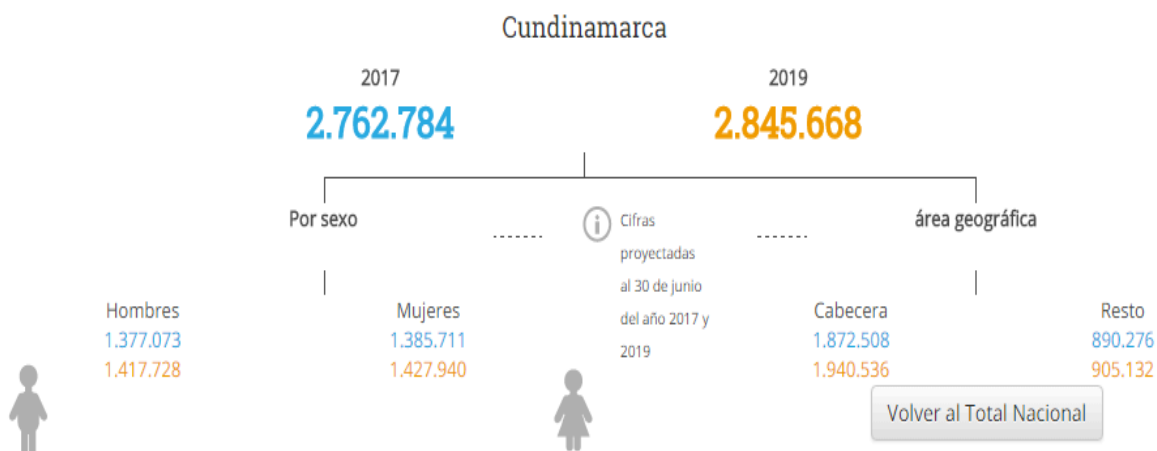
Es necesario tener en cuenta que el éxito depende del respeto y como se genera la confianza y por ende ser morales, creativos, entre muchos factores que hacen que se prospere y se haga efectivo y realizable el proyecto propuesto.

MERCADO

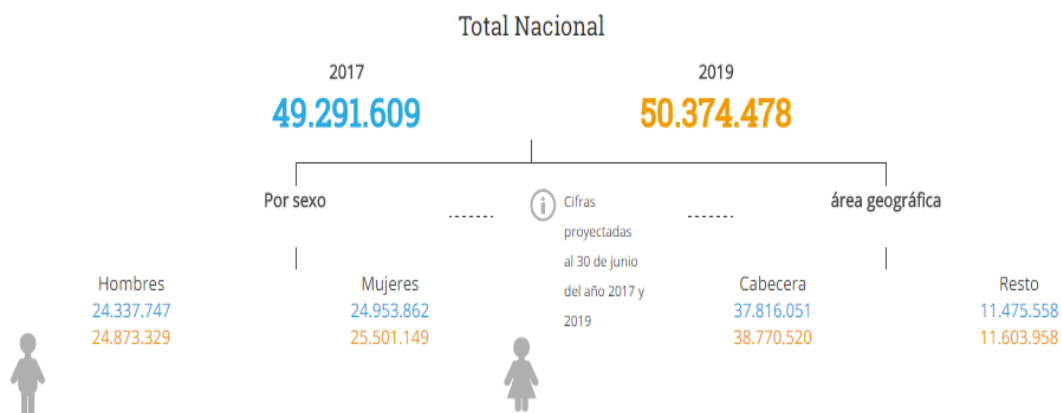
BOGOTA D.C

Bogotá. Proyecciones de población 2005-2015, según edades quinquenales y simples y por sexo.											
DANE-Secretaría Distrital de Planeación SDP : Convenio específico de cooperación técnica No 096-2007											
										Indice	
Grupos de edad	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
65-69	77.296	80.523	84.098	88.070	92.554	97.554	102.978	108.955	115.328	121.895	128.566
70-74	57.912	59.932	62.359	65.079	68.046	71.279	73.931	77.056	80.786	85.161	90.087
75-79	43.193	43.502	44.435	45.925	47.897	50.271	52.520	54.856	57.188	59.537	62.014
80 Y MÁS	42.219	44.413	46.517	48.558	50.566	52.567	54.594	56.663	58.802	61.039	63.400
Ambos sexos											
Total	6.840.116	6.945.216	7.050.228	7.155.052	7.259.597	7.363.782	7.467.804	7.571.345	7.674.366	7.776.845	7.878.783
0-4	594.885	591.486	590.109	590.407	591.870	593.834	596.257	598.534	600.477	602.012	603.230
5-9	623.302	618.269	613.023	607.781	602.808	598.507	596.190	595.216	595.600	596.857	598.182
10-14	638.052	641.254	640.890	637.721	633.228	628.557	623.726	618.735	613.673	608.920	605.068
15-19	608.025	613.268	623.002	634.978	645.482	652.113	655.443	655.005	651.589	646.983	642.476
20-24	644.573	643.193	637.437	630.021	625.058	624.979	629.549	639.206	651.693	662.879	669.960
25-29	611.085	624.279	635.966	645.356	651.446	653.832	652.621	647.104	639.925	635.244	635.633
30-34	537.501	549.056	564.367	581.840	598.940	613.985	627.428	639.309	648.859	655.158	657.874
35-39	522.155	523.523	524.201	525.587	529.667	537.559	549.179	564.579	582.200	599.504	614.779
40-44	499.217	507.487	512.923	516.170	518.277	520.061	521.551	522.395	523.965	528.238	536.343
45-49	419.521	436.997	454.264	470.478	484.414	495.361	503.618	509.122	512.515	514.821	516.837
50-54	327.928	344.388	361.508	379.079	396.766	414.252	431.580	448.718	464.821	478.709	489.703
55-59	252.997	265.943	278.870	292.082	306.062	321.090	337.090	353.888	371.249	388.770	406.084
60-64	186.419	197.048	208.321	220.086	232.113	244.282	256.642	269.007	281.693	295.228	309.925
65-69	135.691	141.933	149.204	157.322	166.163	175.590	185.477	196.057	207.178	218.601	230.197
70-74	99.934	102.896	106.536	110.979	116.288	122.464	127.792	134.186	141.559	149.789	158.670
75-79	72.574	74.319	76.272	78.491	81.074	84.141	87.224	90.537	94.219	98.439	103.406
80 Y MÁS	66.257	69.877	73.335	76.674	79.941	83.175	86.437	89.747	93.151	96.693	100.416

CUNDINMARCA



COLOMBIA



Datos DANE

En las anteriores gráficas podemos observar la Población que hay en la capital del país y la población que hay en toda Colombia, se tiene en cuenta que esta población Colombiana puede hacer parte del turismo local ya que muchas de las personas suelen salir del País en búsqueda de planes que quizás no conozcan dentro de su nación y que puede ser más agradable y a la vez más económico.

TURISMO

LLEGADA DE EXTRANJEROS A COLOMBIA

Llegadas de extranjeros a Colombia 6 Durante el mes de Diciembre, las llegadas de extranjeros crecieron 9,02% respecto al mismo mes del año anterior. En lo corrido del año aumentaron 13,32%, lo que implica un incremento de 304.715 viajeros.

	2015	2016	Var 16/15
Diciembre	229.762	250.496	9,02%
Ene-Dic	2.288.342	2.593.057	13,32%

PRINCIPALES ORÍGENES

En lo corrido del año, Estados Unidos, Venezuela, y Brasil, fueron los países con mayor contribución a las llegadas de extranjeros, participando con (19,2%), (13,6%) y (7,0%) respectivamente.

País	2015		2016		% Var
	Ene-Dic	Diciembre	Ene-Dic	Diciembre	
Estados Unidos	445.433	58.373	498.960	52.238	12,0%
Venezuela	305.376	25.196	352.392	40.760	15,4%
Brasil	137.953	13.513	181.852	14.720	31,8%
Ecuador	151.685	15.673	167.121	15.053	10,2%
México	147.196	12.973	158.975	13.230	8,0%
Perú	134.286	9.899	140.055	9.731	4,3%
Argentina	125.528	10.376	135.151	12.472	7,7%
Chile	110.442	7.768	127.271	9.398	15,2%
España	101.901	9.725	104.623	10.567	2,7%
Panamá	68.920	7.016	103.014	8.874	49,5%
Resto de países	559.622	59.250	623.643	63.453	11,4%
Total	2.288.342	229762	2.593.057	250496	13,32%

Fuente: Migración Colombia, cálculos OEE
*Número de viajeros por país de origen. Cifras organizadas año corrido, último año.

Receptivo Total de Viajeros (Diciembre 2016)

En el mes de Diciembre, el receptivo total de viajeros fue mayor en 94.410 viajeros, lo que representa un aumento de 20,0%. Los grupos de viajeros más representativos en el mes fueron: Extranjeros no Residentes (44,3%), seguido de Colombianos Residentes en el Exterior (24,5%) y Transfronterizos (21,0%).

Durante el periodo Ene-Dic el receptivo total de viajeros fue de 5.092.052, creciendo 14,5% en comparación con el año anterior, es decir que llegaron 645.606 viajeros más que en 2015. Los viajeros clasificados como Extranjeros no residentes y Transfronterizos, son los más representativos para el

periodo, participando con un 50,9% y 28,9% respectivamente; seguido de Colombianos residentes exterior con 14,2%.

Durante Ene-Dic, del total de llegadas de extranjeros no residentes, se registró que 1.515.125 viajeros eran hombres y 1.075.148 mujeres, creciendo 10,9% y 16,6% respectivamente, comparado con el año anterior.

Durante el mes de Diciembre, el receptivo de viajeros no residentes por tipo de visa TUR y NOTUR representó el 93,6% y 6,4% respectivamente del total de viajeros. Para el periodo Ene-Dic de 2016 el tipo de visa turística registró un incremento de 2,4%, mientras que visa no turística creció 5,6% respecto al año anterior.



DATOS MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO.

ENTREVISTA

NOMBRE:

ESTRATO:

NACIONALIDAD:

EDAD:

1. Cuando quiere realizar planes recreacionales o turísticos ¿Qué lugares le gusta visitar y que tipo de actividades le gusta realizar?
2. Cuando viaja por motivos laborales ¿le gusta visitar sitios turísticos y realizar actividades de esparcimiento en su tiempo libre? Si su respuesta es afirmativa ¿Qué tipo de actividades?
3. ¿Conoce usted una plataforma que le brinde información detallada sobre los mejores lugares que tiene Colombia para visitar? ¿Siente que es efectiva y útil?
4. ¿Ha hecho uso de agencias para realizar sus viajes turísticos, cuáles han sido sus expectativas, ventajas y desventajas? ¿Recomienda alguna en especial?
5. ¿Ha querido realizar planes vacacionales con su familia, pero no ha tenido la posibilidad de hacerlos por algún motivo? ¿Cuál?

ENTREVISTA

NOMBRE: Carlos Mauricio López contreras

ESTRATO: 2

NACIONALIDAD: Colombiano

EDAD: 26

6. Cuando quiere realizar planes recreacionales o turísticos ¿Qué lugares le gusta visitar y que tipo de actividades le gusta realizar?
 - Cartagena (por el mar y su paisaje)
 - Villavicencio (por sus iglesias y esculturas)
 - Medellín (por la belleza de las mujeres)
 - Huila (por el desierto de la tatacoa)

7. Cuando viaja por motivos laborales ¿le gusta visitar sitios turísticos y realizar actividades de esparcimiento en su tiempo libre? Si su respuesta es afirmativa ¿Qué tipo de actividades?
 - No viaja

8. ¿Conoce usted una plataforma que le brinde información detallada sobre los mejores lugares que tiene Colombia para visitar? ¿Siente que es efectiva y útil?
 - No en especifica

9. ¿Ha hecho uso de agencias para realizar sus viajes turísticos, cuáles han sido sus expectativas, ventajas y desventajas? ¿Recomienda alguna en especial?
 - Si he realizado mis viajes con diferentes agencias, por ejemplo con On Vacation, me parece que ofrece buenos precios pero tuve la experiencia que no me vincularon a ningún seguro y después tuve problemas, creo que es el único problema que he tenido con ellos.

10. ¿Ha querido realizar planes vacacionales con su familia pero no ha tenido la posibilidad de hacerlos por algún motivo? ¿Cuál?
 - Si he querido, pero no he estado bien informado sobre los mejores planes familiares en sitios turísticos.

ENTREVISTA

NOMBRE: Maria Fernanda Suarez Peñaranda

ESTRATO:3

NACIONALIDAD: Colombiana

EDAD: 29

1. Cuando quiere realizar planes recreacionales o turísticos ¿Qué lugares le gusta visitar y que tipo de actividades le gusta realizar?
 - La isla Gorgona (por sus viajes y especies únicas en el sitio)
 - Museos de Medellín (por su enriquecimiento cultural y histórico)

2. Cuando viaja por motivos laborales ¿le gusta visitar sitios turísticos y realizar actividades de esparcimiento en su tiempo libre? Si su respuesta es afirmativa ¿Qué tipo de actividades?
 - Sí , por que conozco sitios culturas diferentes y es algo que me gusta de visitar ; además por los recuerdos que me queda de cada lugar

3. ¿Conoce usted una plataforma que le brinde información detallada sobre los mejores lugares que tiene Colombia para visitar? ¿Siente que es efectiva y útil?
 - No acostumbro a visitar páginas web porque no tengo conocimiento de las más confiables.

4. ¿Ha hecho uso de agencias para realizar sus viajes turísticos, cuáles han sido sus expectativas, ventajas y desventajas? ¿Recomienda alguna en especial?
 - si , con Avianca pero lo único complicado es el papeleo y el tiempo que gasto haciendo todos los tramites.

5. ¿Ha querido realizar planes vacacionales con su familia pero no ha tenido la posibilidad de hacerlos por algún motivo? ¿Cuál?
 - Sí, pero que los planes que encuentro son demasiado costosos.

ENTREVISTA

NOMBRE: Edwin Esteban montes Ávila

ESTRATO: 3

NACIONALIDAD: Venezuela

EDAD: 32

1. Cuando quiere realizar planes recreacionales o turísticos ¿Qué lugares le gusta visitar y que tipo de actividades le gusta realizar?
 - Me gustan los deportes extremos porque me especializo en uno en especial que es canotaje.

2. Cuando viaja por motivos laborales ¿le gusta visitar sitios turísticos y realizar actividades de esparcimiento en su tiempo libre? Si su respuesta es afirmativa ¿Qué tipo de actividades?
 - No viajo por motivos laborales, pero si me gustaría conocer muchos sitios que practiquen mi deporte.

3. ¿Conoce usted una plataforma que le brinde información detallada sobre los mejores lugares que tiene Colombia para visitar? ¿Siente que es efectiva y útil?
 - No ninguna , no he tenido mucho tiempo para mirar plataformas virtuales cuando viajo generalmente lo hago por mi propia cuenta sin intermediarios.

4. ¿Ha hecho uso de agencias para realizar sus viajes turísticos, cuáles han sido sus expectativas, ventajas y desventajas? ¿Recomienda alguna en especial?
 - No

5. ¿Ha querido realizar planes vacacionales con su familia pero no ha tenido la posibilidad de hacerlos por algún motivo? ¿Cuál?
 - Solo viajo con mi pareja .

CONCLUSIÓN DE LA ENTREVISTA

Se ha llegado a la conclusión que la mayoría de las personas no conocen de revistas virtuales, que algunas usan agencias de viajes y que buscan variedad de turismo el cual nos hace una revista potencial en este mercado.

IDENTIDAD ESTRATÉGICA

MISION

Somos una empresa virtual que busca calidad, seguridad, confianza y sostenibilidad en los sitios promocionados en la revista para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, asegurando experiencias memorables en el visitante, siendo una organización que va a la vanguardia a nivel nacional e internacional; que apoyados en el profesionalismo y experiencia de nuestro recurso humano y el mejoramiento continuo en la calidad de servicios minimizando impactos que afectan el medio ambiente, contribuyendo con el desarrollo social cultural y económico del país.

VISION

Corto Plazo:

Nuestra revista virtual busca atraer empresas importantes que sirvan de canal de promoción para nuestros servicios, igualmente que las personas de nuestro país y alrededores nos conozcan por la calidad y compromiso que ofrecemos.

Mediano Plazo:

Nuestra revista virtual buscara innovar con nuestros servicios entorno al mejoramiento de la calidad de vida y espacio en el entorno turístico en el que se encuentren las personas.

Largo Plazo:

Nuestra compañía será líder nacional en el mercado turístico con los más altos estándares de calidad, promoviendo ambientes de buenas relaciones con el cliente. De esta forma contribuir a la tasa de desempleo actualmente en el país, generando espacios altamente sostenibles.

OBJETIVO GENERAL:

Crecer económicamente como revista virtual a través de planes turísticos, sociales y culturales con enfoque ambiental dando mayor calidad y compromiso con los turistas implementando programas orientados a la mejora de estos espacios, manteniendo la fidelidad y confianza de nuestros clientes; igualmente dar a conocer los diferentes atractivos turísticos mediante la revista virtual dando información amena y actualizada.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Expandir el turismo sostenible de Colombia, dando solución a la problemática planteada con las tierras que fueron presa del conflicto armado.
- Brindar la facilidad de obtener información detallada de los sitios que tiene por visitar Colombia, a turistas locales y extranjeros por medio de una revista virtual.
- Brindar planes de marketing a restaurantes, hoteles, fincas ecoturísticas, entre otros que serán beneficiados con el turismo.