



POYECTO DE OPCION DE GRADO SUEÑOS Y VIAJES BOYACÁ

JOSÉ REINALDO MONROY
JULIETH TATIANA CUERVO OJEDA
JENNY ROCÍO PÁEZ COGOLLO

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR - CUN
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ DC - 2018



POYECTO DE OPCION DE GRADO SUEÑOS Y VIAJES BOYACÁ

JOSÉ REINALDO MONROY
JULIETH TATIANA CUERVO OJEDA
JENNY ROCÍO PÁEZ COGOLLO

Trabajo de grado para optar al título de tecnólogo en administración de empresas

DOCENTE

Ingrid Cardona

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR - CUN
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ DC - 2018



SUEÑOS Y VIAJES BOYACÁ

DEDICATORIA

Sueños y viajes es dedicado a la comunidad de Sáchica Boyacá gracias a su diversidad de riquezas naturales, sociales y a su gran potencial turístico; quien ha sido nuestro punto inspiración para la elaboración de este proyecto, teniendo en cuenta su capacidad hotelera y deliciosa gastronomía que posee, reconocida en la región por su deliciosa gallina criolla. Dando un reconocimiento a los fundadores del parque de los dinosaurios, viñedo y al uso de sus aguas termales quienes se atrevieron a creer e invertir para que el turismo deje a su desarrollo y oportunidades de empleo a sus habitantes.



AGRADECIMIENTOS

Damos las gracias a Dios por tener la oportunidad de haber trabajado en equipo con los compañeros, profesores, amigos, a aquellas personas que nos regalaron un poco de su tiempo para poder generar el análisis de mercado de nuestra encuesta con el fin de obtener el resultado deseado, a la universidad, alcaldía y oficina de cultura y turismo de Sáchica, por la información suministrada para poder brindar dar a conocer las riquezas del pueblo de sachica a las personas de los centros turísticos del municipio, hoteles y a nuestra tutora por su gran apoyo incondicional para la realización de este hermoso proyecto.



INTRODUCCION

Sueños y viajes Boyacá es una empresa que se encarga de ofrecer servicios y beneficios viajeros a lugares poco conocidos turísticamente en el departamento de Boyacá, teniendo en cuenta que

con el primer municipio que se va a empezar este proyecto es con el municipio de Sáchica; el cual cuenta con diversos recursos naturales como sus aguas termales, atracciones paleontológicas, pinturas rupestres, además cuenta con buena infraestructura hotelera y gastronómica, no sin olvidar su viñedo Umaña Dajuh donde se produce uno de los mejores vinos de la región. La agencia quiere aprovechar este potencial turístico y promover nuevas alternativas de empleo en este municipio, impulsando lo más hermoso que posee nuestro país.





PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo es una fuente importante para el desarrollo económico y cultural de un país, teniendo en cuenta que Colombia ha tenido gran impacto en los últimos años en este sector turístico y ecológico.

El enfoque de nuestro proyecto es promocionar el turismo en el municipio de Sáchica- Boyacá, que aún no es concurrido por turistas y viajeros; demostrando la belleza de su arquitectura, la inmensidad de sus paisajes, los nuevos viñedos, termales, pintura rupestre, la historia del arte y la riqueza paleontológica, entre otros. Nuestro enfoque primordial es dar a conocer y brindar espacios culturales, paleontológicos arquitectónicos, y la gastronomía de un municipio asociado a la belleza cultural y a la calidad de un servicio que genere experiencias en sus visitantes, y así atribuir la eficiencia del mismo. *¿Que hace que Sáchica sea un municipio de Boyacá poco concurrido?*

Sáchica ha sido un municipio dedicado netamente a la agricultura, razón por la cual su enfoque económico no ha sido el turismo, en los últimos años se ha fortalecido la parte hotelera y gastronómica.

Por lo anterior, pretendemos desarrollar paquetes turísticos, con una imagen positiva atrayendo a todo el público interesado en conocer, adquirir y aprovechar de los recursos, riquezas y así promover la imagen de nuestro país.

OBJETIVOS

1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar y posicionar un paquete turístico para promocionar el municipio de Sáchica- Boyacá, dando a conocer todos sus atractivos paleontológicos, arqueológicos, gastronómicos, ecológicos y culturales; de esta manera incrementar la economía del mismo, convirtiendo este destino como nuestro fuerte para la agencia de viajes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Diseñar una guía turística que abarque las diferentes rutas del municipio de Sáchica.
2. Dar a conocer la importancia de los parques paleontológicos y sus alrededores, y diseñar en la ruta turística de Sáchica las mejores atracciones de aventura y ecoturismo, exploración de cuevas para niños, cuatrimotor.
3. Lograr audiencia y posicionamiento el municipio de Sáchica como un destino turístico en cualquier época del año, por su diversidad cultural.
4. Generar en el usuario interés por conocer la diversidad del municipio de Sáchica.



5. Investigar las clases de turismo que existen en este municipio y lograr una mejor acogida en torno a la satisfacción del usuario.
6. Impulsar turismo y generar alianzas con el sector hotelero y gastronómico para generar empleo y beneficios para la comunidad de Sáchica – Boyacá.

MISIÓN

Satisfacer las necesidades, sueños y expectativas de nuestros viajeros, promoviendo el territorio departamental como destino turístico, cultural y paleontológico, ofreciendo un portafolio en servicio vacacional y cultural.

VISIÓN

Ser la primera Agencia emblema en el 2020, promotora del municipio de Sáchica - Boyacá obteniendo posicionamiento por su gestión ecológica y turística, en honestidad, cumplimiento y eficiencia.

VALORES CORPORATIVOS

- **VOCACIÓN AL SERVICIO**

Nuestra pasión nos enfoca en pro del Mejorando para prestar el mejor servicio con calidad y eficiencia.

- **CUMPLIMIENTO Y RESPONSABILIDAD**

Trabajamos día a día para ejecutar a cabalidad cada servicio ofrecido, que debemos dar a cada uno de nuestros turistas.

- **FAMILIARIDAD**

Pensando siempre en el buen servicio y atención, el propósito principal es que nuestros clientes se sientan como en su casa.

- **DINAMISMO**

Nos caracterizamos por ser dinámicos y proactivos, de esta forma estaremos a la vanguardia de ir más allá de las expectativas de nuestros clientes.

- **HONESTIDAD**

Cualidad que se ve reflejado en el cumplimiento de nuestros servicios y satisfacción de los clientes.

- **COMPROMISO**

Comprometidos en los avances y desarrollo sociocultural de la región.

Comentario [I1]:

Les di alineación a los textos, ojo con el orden.



VALORES AGREGADOS

- El parque de los dinosaurios es único en nuestro país y cabe resaltar que dentro de nuestros planes turísticos se puede disfrutar de sus atracciones a precios muy cómodos.
- Recorrido por hermoso viñedo en el cual podemos apreciar un paisaje natural agradable, además de conocer el proceso para la elaboración y conservación de los vinos.
- Sáchica se destaca por su arquitectura colonial, ofrecemos diferentes planes agradables y a precios muy cómodos para el plan en pareja.
- Motivar a nuestros clientes a viajar, y para ello generamos un incentivo que consiste en que por cada compra de paquete turístico o pasajes se acumulan puntos los cuales se pueden redimir en planes programados o pasajes algún destino de Boyacá.
- Generar diferentes alternativas turísticas (planes) las cuales permitirán a los usuarios elegir la opción que más les convenga o sea de su interés.
- Optimizar los tiempos de nuestros usuarios en los lugares a los cuales pretenden visitar, según los destinos elegidos. Esto quiere decir que sus recorridos van a ser 100% efectivos de acuerdo al plan elegido y quede satisfecho de acuerdo a lo que está comprando.
- Crear alianzas con los hoteles y casas campestres, para realizar eventos especiales, tales como reuniones familiares para celebrar cumpleaños, matrimonios, bodas de oro y plata, bautizos, fiestas de fin de año para empresas: esto fortalece nuestro mercado ya que nos impulsamos a través de las empresas y a su vez damos a conocer los servicios que ellos también ofrecen (Costo-Beneficio).

FILOSOFÍA



Sueños y Viajes Boyacá está diseñada para generar sentido de pertenencia y cultura desde nuestros colaboradores a los clientes que acceden a nuestros servicios, esto lo logramos a través de las experiencias de nuestros empleados cuando conocen y se capacitan en las diferentes culturas del departamento de Boyacá. Nuestro lema **“JUNTOS SOMOS MÁS”**, nos abre un amplio espacio para demostrar nuestras capacidades de aprendizaje, de brindar ideas y/o alternativas turísticas llamativas para nuestros clientes.

No olvidamos el trabajo en equipo, la equidad y el gran compromiso de todos para demostrar que somos una gran opción al momento de elegir un plan turístico por Boyacá

MATRIZ DOFA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer un portafolio donde el turista se sienta como en casa. Ya que se tienen variedad de planes vacacionales, como en familia o en relaciones de pareja. 2. Fidelización del cliente, Se fideliza por la atención que se le estará prestando en cada recorrido. 3. Responsabilidad con el medio ambiente. Porque se estará enfocando mucho a nuestros clientes al cuidado. 4. Ofrecer diversidad de eventos culturales durante el año debido a que se presenta eventos para clientes con creencias religiosas, ferias y fiestas del pueblo de Sáchica. 5. Capacidad hotelera dentro del municipio Conocedores de los recursos naturales de la región, debido al amplio campo natural que se tiene en la región de Boyacá. 6. Apoyo incondicional del ministerio de turismo y cultura, para los eventos relacionados con los eventos del pueblo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Abarca a nuevos nichos de mercado turístico de la zona sachica por su naturaleza, viñedos, zonas culturales importantes. 2. Dar a conocer nuevos sitios turísticos de la región, como parque de los dinosaurios, viñedos. 3. Hacer conexión con lugares más frecuentados de Boyacá, poder llegar hacer sociedad con los pueblos como villa de Leyva. 4. Creación de nuevos empleos, porque se quiere crear agencia en Bogotá como adicional en el pueblo Sáchica. 5. Mayor interés de la ecología, debido a que le estaremos campañas a nuestros turistas del cuidado. 6. Redes Sociales, poder impulsar nuestros planes vacacionales por medio de redes sociales Facebook, twitter.



AMENAZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Alta y baja competencia en el mercado, debido a que contamos con una competencia directa en el pueblo de sachica, y adicional en los pueblos aledaños. 2. Cambios inesperados del clima, debido a que no tenemos plan de emergencia para cambios por lluvias. 3. Pérdida de recursos naturales, porque si no se tiene una gran conciencia del cuidado, del medio ambiente se tendrá ese tipo de problemas. 4. Parque de ecoturismo muy cercanos se tiene atracciones muy llamativas a muy poco tiempo del recorrido del pueblo de Sáchica. 5. La competencia directa con villa de Leiva, deseamos implementar recreaciones similares a la competencia de este pueblo muy concurrido por los turistas. 6. Costos no competidos, se tiene previsto manejar planes de viajes para turistas de estratos 3 en adelante. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de recursos económicos, debido a que no se tiene actualmente con el dinero suficiente para contar con creación de empresa directa. 2. Poco interés de la comunidad hacia el turismo, ya sea por motivos económicos o por gustos del sector a visitar. 3. Manejo de una segunda lengua no se tiene el estudio requerido para poder atender el turista extranjero, con ese fin se desea contratar con este conocimiento. 4. Ausencia de sensibilidad y cultura turística, por falta de conocimientos del pueblo de Sáchica. 5. Carencia de recursos humanos formados para apoyar el sistema de turismo en la región, se posee el problema que no se tiene el personal dentro de la región con los estudios de guías turísticas. 6. No se reconoce la agencia a gran público. Debido a que no se les ha tenido publicidad a las agencias en Sáchica.

ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. F3O5 Responsabilizar al personal turístico de cuidar el medio ecológico. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. A3D5 Fomentar el aumento del cuidado de recursos naturales y talento humano.



<ul style="list-style-type: none">2. F1O2 Implementar nuevas tendencias de mercado.3. F4O6 Aprovechar los recursos tecnológicos que ofrece el ministerio de cultura y turismo.4. F5O4 Tener posibilidad de nuevos empleos5. F2O3 Poder generar una relación comercial con nuevas agencias de viajes6. F6O3 Tener gran capacidad para de apoyo con la compañías publicas	<ul style="list-style-type: none">2. A5D2 Contar con mejores instalaciones y competencia leal.3. A4D6 Tener mayor capacidad de actividades turísticas frente a la competencia.4. A6D1 Poder brindar costos asequibles para nuestros clientes.5. A2O3 Poder tener la capacidad de tener alternativas para generar nuevas ideas de negocio6. A1D4 Brinda capacidad de tener la gran importancia al turismo en la ciudad.
---	--

LAS FUERZAS DE PORTER





PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES





ANALISIS DEL PENTAGONO

La política estratégica de **Sueños y viajes Boyacá** contempla como pilares fundamentales, el trato personalizado a nuestros clientes, la atención constante y la alta calidad de nuestros servicios, como factores diferenciales, teniendo en cuenta, lógicamente, unas tarifas bien ajustadas a la línea de precios de mercado con una excelente relación servicio/precio.

La suma de lo anterior nos permite conseguir los excelentes resultados que estamos obteniendo.

Flexibilidad y personalización total

Nuestro sistema de atención permite adaptar el servicio final a la necesidad específica de nuestros cliente. Producción totalmente flexible para ofrecer soluciones personalizadas, haciendo nuestras las necesidades del cliente.

Trato personal y mimo al cliente

Para nosotros dar servicios es mucho más que ofrecer productos de máxima calidad. El trato personalizado y la atención constante con el cliente es fundamental.

Plazos de entrega muy cortos

El sistema de atención y promociones que nosotros en nuestra agencia de viajes estamos impulsando es poder disponer de la efectividad de nuestros planes vacacionales para toda la segmentación del mercado que se tiene planteada quede con la satisfacción de que el pueblo de Sachica tiene gran variedad de los planes vacacionales que tenemos ofertados. Con el fin de tener una gran acogida.

Innovación

Las inquietudes hacía una innovación constante junto con las necesidades que nos sugieren nuestros clientes, provocan que constantemente estemos aportando soluciones y nuevos servicios a nuestra agencia de viajes para poder ser gran competitiva.

CALIDAD Y RESPETO AL MEDIO AMBIENTE

Desde siempre, la dirección de la empresa se ha comprometido en fomentar, apoyar y participar en las iniciativas de mejora de la calidad orientándolas al desarrollo sostenible, con el fin de contribuir a un cuidadoso respeto y preservación del Medio Ambiente.



BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS

- **IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADOS PARA NUESTRO PROYECTO:**

Teniendo en cuenta que el estudio de mercado es vital para iniciar cualquier proyecto y más aún cuando de inversión y obtener ganancias monetarias se trata. Decidimos realizar nuestro estudio de mercados partiendo que debemos tener en cuenta el paso a paso para lograr nuestro objetivo principal que es poner en marcha nuestra agencia de viajes, partiendo que en el planteamiento del problema nuestra causa es:

- Generar una agencia de viajes para impulsar el turismo en Sáchica – Boyacá y dar a conocer lo maravilloso de este municipio.
- Enamorar a los usuarios con los atributos que ofrece este bello municipio como lo son: riquezas naturales, sus paisajes, su gastronomía.
- Crear alianzas con gremio hotelero, ya que es de resaltar su arquitectura colonial lo que la hace interesante porque hace parte de la historia de nuestro país.
- Generar alianzas comerciales de impulso en los diferentes mercados será de beneficio para nuestra agencia además que impulsaremos la generación de empleo con los habitantes de este municipio.



- Periódicamente se realizará seguimiento a la encuesta para captar la opinión del usuario y poder tomar decisiones en los planes turísticos que se puede ofrecer y que sean de interés para ellos.
- Ser muy creativos al momento de diseñar planes turísticos para que abarque las expectativas de nuestros usuarios y sus familias.

- **CARACTERISTICAS PARTICULARES DEL ESTUDIO DE MERCADOS:**

De acuerdo a nuestra visita de campo al municipio de Sáchica – Boyacá, pudimos evidenciar muchos factores sociales, naturales, y económicos los cuales nos ayudaron a fortalecer nuestros conceptos y generar varias opciones de venta para impulsar nuestro mercado al público. Lo anterior con el propósito principal de impulsar la preservación del medio ambiente, despertar en los visitantes el interés por conocer nuevas culturas y encontrar espacios para compartir ya sea con la familia, amigos o encuentros de parejas ya que este es un espacio para descansar, encontrarse con la naturaleza y recargas energías las cuales brinda la naturaleza.

ESTUDIOS DE MERCADOS

TARGET GROUP



Realizando un estudio en la ciudad de Bogotá en la localidad de la Candelaria reconocida como centro histórico y cultural, mediante la ley primera de 1992 que reglamento la división del distrito en localidades y esta será la numero 17. La pirámide poblacional de esta localidad desde el censo 1993 muestra un ensanchamiento en las edades de 15 a 34 años, lugar que hace atractivo para estudiantes por la zona universitaria que posee. Esta sería la población potencial para la hacer captación de un nicho de mercado.

Donde se determinó que no hay agencias que impulsen el turismo para el municipio de Sáchica – Boyacá directamente, razón por la cual se tomó la decisión de crear una agencia turística desde la ciudad de Bogotá, con el propósito principal de generar interés por conocer este municipio y apreciar la diversidad de sus paisajes, cultural, gastronomía y demás opciones que ofrece este sitio turístico. El objetivo principal es fortalecer la economía de este, ofreciendo actividades culturales, económicas, educativas, y culturales; y al contar con esta precedencia la agencia de viajes será pionera en ofrecer estos servicios desde la ciudad de Bogotá, dando a conocer nuevos sitios turísticos del país poco reconocidos en el mercado.

PERFIL DEMOGRÁFICO



En este tipo de segmentación, nuestro Servicio está dirigido a todo tipo de personas en un rango de edad de 0 a 70 años, la ocupación, el tipo de familia, la educación y religión no tienen ninguna implicación en la compra de los planes turísticos, no tenemos estigmas ni prejuicios cuando de ofrecer nuestros servicios se trata.

Segmentación que se realiza en términos de:

- Sexo: Femenino / Masculino
- Edad: 0 a 70 años.
- Estrato: 3, 4, 5 y 6.
- Religión: Sin sesgo religioso.
- Nivel socioeconómico: Medio y alto
- Ingresos: Entre un salario 1.200.000 y diez salarios mínimos SMLV.
- Educación: basta media técnica tecnológica y profesional
- Ocupación: No influye en adquirir el servicio
- Estado civil: para todo tipos de personas que se encuentre en una situación sentimental con pareja conformada por dos personas, familia conformada por tres o más integrantes, soltero(a)

PERFIL PSICOGRÁFICO

En este perfil nos basamos en el estilo de vida del individuo, valores, intereses, gustos, opiniones e inquietudes. Teniendo en cuenta que el individuo vive de manera agitada, contra el tiempo en sus quehaceres diarios, nos permitimos brindar opciones para tener espacios de esparcimiento de encuentro con el medio ambiente para aquellas personas que les gusta el cuidado con la naturaleza, aquellos light que se preocupan por su apariencia, por consumir productos naturales, activar energías, y demás. Para aquellos que quieren escapar del estrés de la ciudad, compartir en familia, con sus parejas, espacios reservados. Todo esto lo captamos a través de nuestras encuestas de percepción, y comentarios que dejan nuestros usuarios en las redes sociales.



PERFIL INTERACTIVO - WEB: Teniendo en cuenta que nuestra agencia de viajes no es conocida actualmente, nosotros queremos implementar por medio de redes sociales donde se van a ver reflejados datos de contacto, enlaces con archivos que consideremos interesantes para la publicidad de nuestra agencia, como lo es el caso de presentaciones o chat de vídeo u online con los clientes. Lo más interesante es que además podemos incrustar dicho perfil en nuestro blog, página web o incluso en nuestra página de Facebook, twitter.

TECNICAS DE INVESTIGACION CUANTITATIVA

- **ENCUESTA:**

Teniendo en cuenta que nuestro deber ser son nuestros clientes y sus expectativas, se tomó la decisión de realizar una encuesta para determinar las necesidades y sugerencias a que haya lugar para garantizar un servicio 100% efectivo y con excelente calidad.

- **DISEÑO**

Esta encuesta es creada con el fin de promover el turismo en sitios poco conocidos en Colombia y promocionar la agencia de sueños viajes y Sáchica, y hace parte del estudio de mercados que permitirá identificar necesidades, variables y estrategias a diseñar para la ejecución del proyecto.



Con el fin de promover el turismo en sitios poco conocidos en Colombia y promocionar la agencia de SUEÑOS VIAJES Y SÁCHICA, se realizará el siguiente estudio de mercado en cual nos permitirá identificar necesidades, variables y estrategias a diseñar para la ejecución del proyecto.

Marque con una X, una única opción de respuesta según considere:

1. ¿Le gusta Viajar?
 - a) Si ()
 - b) No ()
2. ¿Cuándo planea un viaje familiar, qué alternativas busca?
 - b) Ciudad ()
 - c) Campo ()
3. ¿Interfiere el clima al momento de tomar decisiones para programar un viaje?
 - a) Si ()
 - b) No ()
4. ¿Conoce el departamento de Boyacá?
 - a) Si ()
 - b) No ()
5. ¿Conoce o ha escuchado sobre el municipio de Sáchica en Boyacá?
 - a) Si ()
 - b) No ()



6. ¿Le gustaría conocer el parque de los dinosaurios, único en Colombia?

a) Si ()

b) No ()

7. ¿Conoce algo o tiene idea sobre las pinturas rupestres en Colombia?

a) Si ()

b) No ()

8. ¿Estaría de acuerdo y es llamativo para usted el incluir en sus planes vacacionales un lugar no muy reconocido en Colombia?

a) Si ()

b) No ()

9. ¿Le llama la atención adquirir un plan fin de semana que incluya deportes extremos, caminatas ecológicas y culturales?

a) Si ()

b) No ()

10. ¿Considera que el municipio de Sáchica confiable para hacer un plan vacacional?

a) Si ()

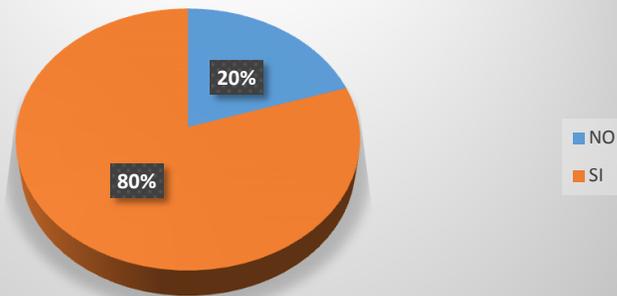
b) No ()

Agradecemos su atención, para nosotros es muy importante su opinión.....

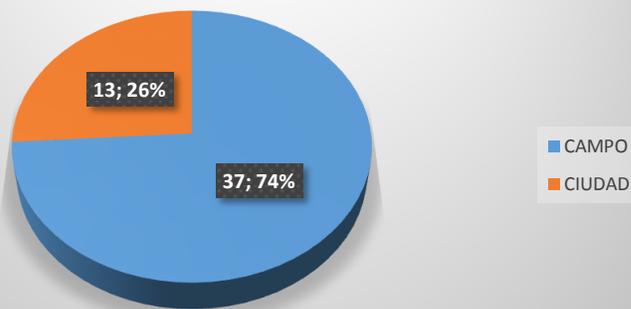
- **ESTADISTICA**



3 ¿interfiere el clima al momento de tomar decisiones para programar un viaje?



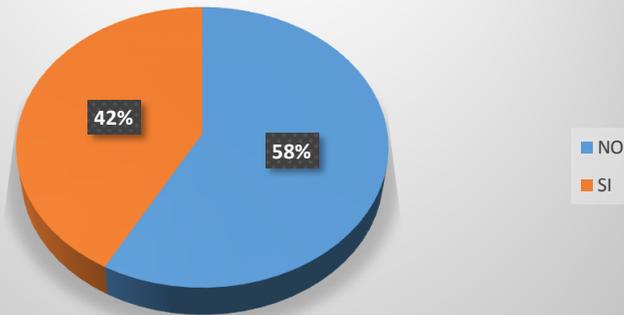
2 ¿Cuándo planea un viaje familiar, qué alternativas busca?



Con relación a la gráfica, podemos identificar que nuestros usuarios en un alto índice, tienen respuestas positivas y/o afirmativas a los servicios que podemos ofrecer y que tienen que ver con el entorno y espacio geográfico que brinda Boyacá y podemos encontrar en Sáchica.

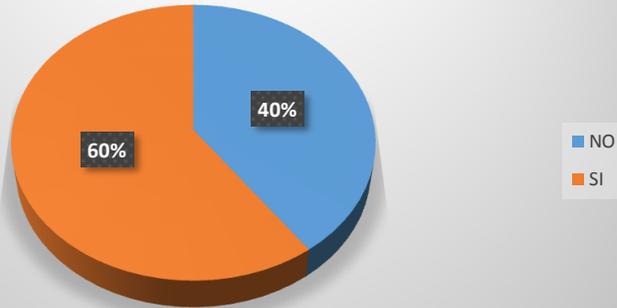


4 ¿Conoce el departamento de boyaca?

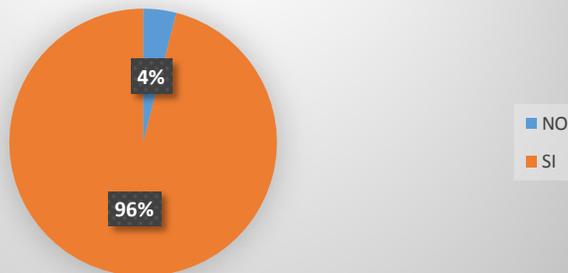




5 ¿Conoce o ha escuchado sobre el municipio de sachica?

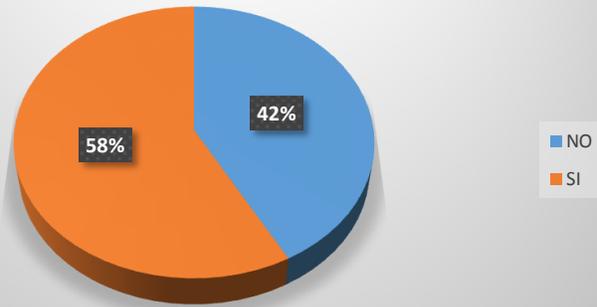


6 ¿Le gustaria conocer el parque de los dinosaurios, unico en colombia?

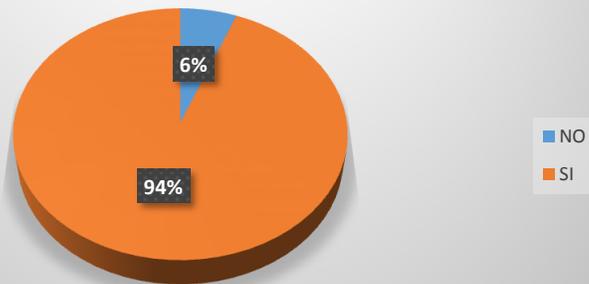




7¿Conoce algo o tiene idea sobre pinturas ruprestres en colombia?

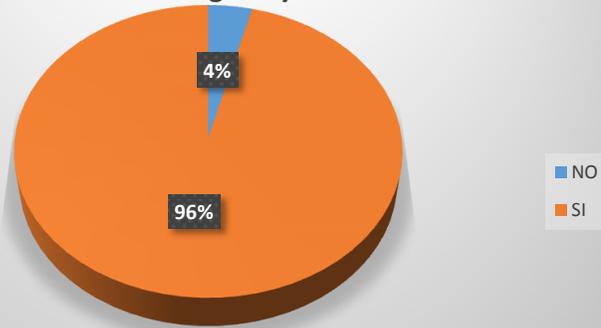


8¿Estaria de acuerdo y es llamativo para usted el incluir en sus planes vacacionales un lugar no muy reconocido en colombia?

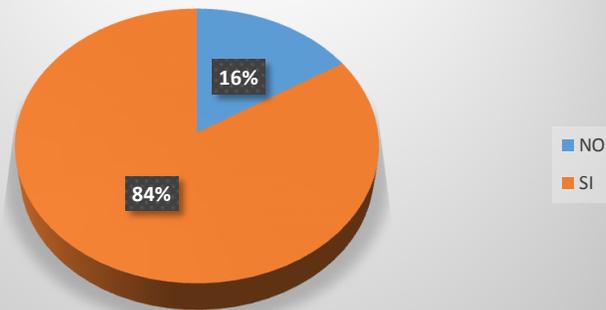




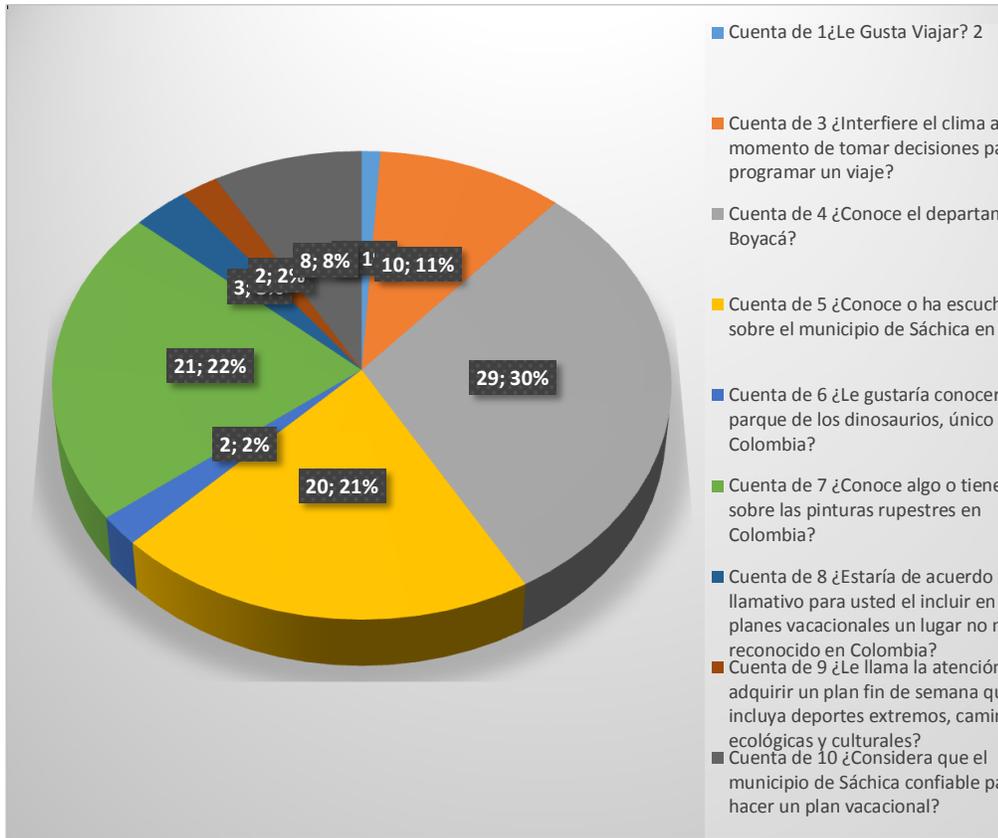
9 ¿le llama la atención adquirir un plan dinde semana que incluya deportes extremos, caminatas ecologicas y culturales?



10 ¿Considera que el municipio de sachica confiable para hacer un plan vacacional?



RESULTADO GENERAL DE LA ENCUESTA



ANALISIS GENERAL Y CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD:

Teniendo en cuenta que uno de nuestros objetivos primordiales es impulsar la conservación y cuidado del medio ambiente, quisimos exaltar que un factor muy importante al momento de elegir un plan turístico en un nivel alto nuestros clientes prefieren el contacto con la naturaleza, la interacción con el medio ambiente y cero contaminaciones. Esto es clave para nuestra agencia de viajes ya que nos motiva a generar más ofertas de fácil acceso para conocer los alrededores de Boyacá de una manera divertida, de mucho entretenimiento y a unos precios muy cómodos.



PLAN DE MARKETING

En la actualidad, pocas agencias de viajes pequeñas y medianas, se están enfocando en poder realizar planes vacacionales a lugares poco frecuentados, con el fin de poder generar un turismo diferente con precios cómodos para todo tipo de estrato social.

Teniendo en cuenta este tipo de análisis se puede validar que el turismo de Boyacá se encuentra en constante aumento, debido a la calidez humana a las riquezas naturales, y su amplio portafolio de destinos turísticos, las cifras actuales muestran un aumento proporcional de acuerdo a cada temporada del año. Otros aspectos que motivan al turista a visitar la región son desarrollo del tiempo libre.

Cabe destacar que la gobernación y las entidades municipales del departamento han tenido más interés por impulsar y promover la industria del turismo con este fin se lleva a cabo la creación del proyecto de agencia de turismo Sueños y viajes Boyacá. Que pretende impulsar el turismo en el municipio de Sáchica Boyacá poco reconocido por el turista del país.

OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADO

- Desarrollar y posicionar un paquete turístico para promocionar el municipio de Sáchica-Boyacá.
- Dar a conocer todos los atractivos paleontológicos, arqueológicos, gastronómicos, ecológicos y culturales.
- Incrementar la economía del mismo, convirtiendo este destino como nuestro fuerte para la agencia de viajes.
- Diseñar una guía turística que abarque las diferentes rutas del municipio de Sáchica.
- Dar a conocer la importancia de los parques paleontológicos y sus alrededores.
- Diseñar en la ruta turística de Sáchica las mejores atracciones de aventura y ecoturismo, exploración de cuevas para niños, cuatrimotor.
- Lograr audiencia y posicionamiento al municipio de Sáchica como un destino turístico en cualquier época del año, por su diversidad cultural.
- Generar en el usuario interés por conocer la diversidad del municipio de Sáchica.
- Investigar las clases de turismo que existen en este municipio y lograr una mejor acogida en torno a la satisfacción del usuario, lo cual nos permitirá actualizarnos frecuentemente.



ANÁLISIS DEL MERCADO META Y SEGMENTACIÓN

Los mercados están compuestos por compradores que entre si se diferencian de una o varias maneras, pueden diferenciarse en función de sus deseos, de sus recursos, de su situación geográfica, de sus actitudes de compra o de sus prácticas de compra”. Esto quiere decir que nuestro enfoque de servicios cuenta con gran variedad y es el que elija la mejor opción.

ESTRATEGIA DEL SERVICIO

Como bien sabemos el servicio está enfocado en la satisfacción del cliente, nuestra prioridad está enfocada en satisfacer las necesidades del cliente y garantizar que nuestros planes cumplan con las expectativas de los mismos.

Dentro de nuestros tipos de servicios se podrá encontrar diferentes planes vacacionales, que van de acuerdo al presupuesto y a su estadía.

ATRACCIONES:





Las expectativas de turista cada vez quieren encontrar lugares donde no sean tan concurridos para evitar el estrés de filas, congestión vehicular y sentir paz al momento de su llegada.



(monroy, 2018) [FUENTE: \(MONROY, 2018\) MONROY,J,\(2018,08\).PARQUE PRINCIPAL,SACHICA BOYACA,COLOMBIA](#)

SACHICA, ofrece un nuevo lugar para disfrutar de la tranquilidad, para descubrir su historia conociendo la amabilidad de su gente, conocer su iglesia atrial elaborada en la época de la conquista con más de 400 años de antigüedad, disfrutar a la vez de sus eventos culturales durante el año.



(gondava, 2018) FOTOS TOMADAS EN SACHICA -POR

JULIO ROJAS

Haciendo un recorrido sorprendente hacia el pasado de los dinosaurios, las atracciones del valle de los dinosaurios.



(monroy, caminata, 2018) FOTOS TOMADAS EN SACHICA -POR

JULIO ROJAS

Caminata ecológica a las pinturas rupestres de nuestros ancestros quienes hacían sus rituales al dios sol,

(rojas, 2018)

FOTOS TOMADAS EN SACHICA -POR

JULIO ROJAS



Un momento para relajarse y disfrutar de sus cálidas aguas termales,



(gallina, 2018) FOTOS TOMADAS EN SACHICA -POR

JULIO ROJAS



Desde luego no dejar pasar por alto su gastronomía, platos típicos del municipio



(monroy, viñedo sachica, 2018) No sin dejar la visita al viñedo para deleitar el paladar con el mejor vino de la región. FOTOS TOMADAS EN SACHICA -POR

JULIO ROJAS





FOTOS TOMADAS EN SACHICA -POR

JULIO ROJAS

(luis, 2018)Pero no solo ofrecemos estos lugares, sino que tenemos la visita (propias, 2018) al Pilo saurio reptil Marino uno de los más grandes fósiles encontrados en Latinoamérica; hallado en una de las veredas del municipio, atracción que se incluirá dentro del recorrido más importante del paquete turístico.





(luis, 2018) FOTOS TOMADAS EN SACHICA -POR

JULIO ROJAS

(luis, 2018) No sin faltar su comodísima capacidad hotelera colonial rustica con una amplia variedad para escoger.



FOTOS TOMADAS EN SACHICA -POR

JULIO ROJAS

(monroy, diversion, 2018) Siempre pensando en la aventura para los jóvenes y adultos que quieren atreverse a romper la rutina.



TIPOS DE PAQUETES OFERTADOS EN LA AGENCIA DE SUEÑOS Y VIAJES

BOYACA

<p>ESTANDAR</p> <p>En este plan se está enfocando más a todos esos grupos estudiantiles que desean pasar un día de esparcimiento con todo su grupo de amigos solo se cuenta con día de estadía he incluye ciertas atracciones</p>	<p>PLUS</p> <p>Este plan va más enfocado principalmente a todo tipos de parejas ya que incluye un plan para una estadía de dos días a la incluye o tiene como recorrido los siguientes sitios turísticos</p>	<p>Premium</p> <p>Este plan vacacional si va principalmente para todo su grupo familiar donde se va tener un poco más de recorridos ya que se cuenta con tres días de estadía</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recogida en la ciudad de Bogotá hacia al destino de sachica. 2. Desayuno la persona encargada del bus realizara un pequeño receso de una hora. 3. Caminata ecológica pinturas rupestres que incluye un recorrido de dos horas y media y adicional va contra con un refrigerio hipercalórico que incluye una bebida, un sanduche y una caloría ya sea una granola o una chocolatina 4. Visita iglesia atrial, piedra del castigo y huerto de los olivos. Este recorrido tendrá una duración de Media hora 5. Almuerzo, la persona encargada del recorrido 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recogida en la ciudad de Bogotá hacia al destino de sachica 2. Desayuno la persona encargada del bus realizara un pequeño receso de una hora. 3. caminata ecológica pinturas rupestres que incluye un recorrido de dos horas y media y adicional va contra con un refrigerio hipercalórico que incluye una bebida, un sanduche y una caloría ya sea una granola o una chocolatina 4. Visita iglesia atrial, piedra del castigo y huerto de los olivos duración Media hora 5. Almuerzo, la persona encargada del recorrido realizara un pequeño receso de una hora. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recogida en la ciudad de Bogotá hacia al destino de sachica 2. Desayuno la persona encargada del bus realizara un pequeño receso de una hora. 3. caminata ecológica pinturas rupestres que incluye un recorrido de dos horas y media y adicional va contra con un refrigerio hipercalórico que incluye una bebida, un sanduche y una caloría ya sea una granola o una chocolatina, donde adicional se tendrá un recuerdo de dichas pinturas. 4. Visita iglesia atrial, piedra del castigo y huerto de los olivos duración Media hora 5. Almuerzo, la persona



<p>realizara un pequeño receso de una hora.</p> <p>6. Visita al parque de los dinosaurios “GONDAVA”. Que se le estará generando la explicación y camita por toda la atracción que tendrá una duración de dos horas</p> <p>7. Visita al Pilo saurio es un museo donde todo el turista tiene el control autónomo de poder ingresar y conocer la historia la duración es de una hora.</p> <p>8. Refrigerio tiene el tiempo de media hora para que sea tomado un refrigerio antes del retorno</p> <p>9. Retorno del municipio de sachica al lugar de partida Bogotá</p>	<p>6. Visita al Pilo saurio es un museo donde todo el turista tiene el control autónomo de poder ingresar y conocer la historia la duración es de una hora</p> <p>7. Visita al viñedo “Umaña Dajud” se estará generando el recorrido y la degustación de variedad de vinos duración de dos horas</p> <p>8. Una relajante visita aguas termales se estará generando un recorrido por aguas termales donde tendrá un momento de relajación y baño en ellas duración de dos horas</p> <p>9. Alojamiento hotel Tiene cubrimiento del desayuno y derecho a piscina y atracciones del hotel</p> <p>10. Recorrido nocturno si lo desea.</p> <p>11. Recogida 9:30 am para comenzar recorrido programado del día.</p> <p>12. Visita al parque de los dinosaurios Que se le estará generando la explicación y camita por toda la atracción que tendrá una duración de dos horas</p> <p>13. Almuerzo, la persona</p>	<p>encargada del recorrido realizara un pequeño receso de una hora.</p> <p>6. Almuerzo, la persona encargada del recorrido realizara un pequeño receso de una hora.</p> <p>7. Visita al viñedo “Umaña Dajud” se estará generando el recorrido y la degustación de variedad de vinos duración de dos horas</p> <p>8. Una relajante visita aguas termales se estará generando un recorrido por aguas termales donde tendrá un momento de relajación y baño en ellas duración de dos horas</p> <p>9. Alojamiento hotel Tiene cubrimiento del desayuno y derecho a piscina y atracciones del hotel</p> <p>10. Recorrido nocturno si lo desea</p> <p>11. Recogida 9:30 am para comenzar recorrido programado del día</p> <p>12. Visita al parque de los dinosaurios Que se le estará generando la explicación y camita por toda la atracciones que tendrá una duración de dos horas</p> <p>13. Almuerzo, la persona</p>
---	---	--



	<p>encargada del recorrido realizara un pequeño receso de una hora</p> <p>14. Recorrido pueblos turísticos aledaños Villa de Leiva y Ráquira donde se estará conociendo toda la arquitectura colonial Tres horas</p> <p>15. Retorno del municipio de sachica al lugar de partida Bogotá</p>	<p>encargada del recorrido realizara un pequeño receso de una hora.</p> <p>14. Visita al desierto monquirá para montar cuatrimotor para que se pase un momento de diversión y adrenalina duración de dos horas.</p> <p>15. Visitas a cafés coloniales del pueblo de Sachica.</p> <p>16. Regreso al hotel donde se tendrá las adecuaciones más amplias</p>
--	---	---

MARCA DEL SERVICIO:



LEMA

“Vivir una experiencia natural en un lugar diferente”

“Agencia de turismo sueños y viajes Boyacá”



SERVICIOS POSTVENTA

- 1. BIENVENIDA DE NUESTROS TURISTAS:** brindar el mejor servicio para que nuestros clientes se sientan a gusto, así como tener en cuenta sus sugerencias e inquietudes; esto genera credibilidad y fidelización.
- 2. PREOCUPARSE POR NUESTROS CLIENTES Y TURISTAS:** Mantener la comunicación con el cliente tiene que ser el plus de la empresa, sea desde un comentario positivo o negativo pero nunca cortar la comunicación con él
- 3. APRENDER A NEGOCIAR** Ser leales a la información que está en las redes sociales, y en el momento de realizar la venta sostener y garantizar la oferta del servicio vendido.

ESTRATEGIAS DEL SERVICIO

1. Diseñar y ofrecer diferentes planes turísticos
2. Generar alternativas y/o facilidades para que los usuarios y sus familias disfruten de planes vacacionales
3. Generar alianzas con el sector hotelero y gastronómico.
4. Impulsar la gastronomía propia de Sachica



5. Resaltar la importancia del parque de los dinosaurios y viñedo los cuales son atracciones principales del municipio de Sachica.
6. Servicio de cuatrimotor para aquellos usuarios que les atraiga los deportes extremos.

CANALES DE DISTRIBUCION

Teniendo en cuenta que nuestro principal canal de distribución es la atención personalizada en la cual se encuentra nuestro personal idóneo para poder brindar los diferentes planes turísticos, Contaremos con una Oficina en la Ciudad de Bogotá y en otra en Sáchica lo que permitirá tener un enlace directo con la zona, Se realizará campañas masivas con nuestros agentes comerciales lo que permitirá captar la atención de familias en lugares concurridos tales como: centros comerciales, parques e iglesias. Adicional a esto nosotros como empresa nos estaremos apoyando con los canales de distribuciones más reconocidos actualmente son todas las redes sociales como, Facebook, twitter, whatsapp, nosotros como sueños y viajes Boyacá no vamos a dejar a un lado todo lo que se ha implementado en nuestro estudio de mercadeo, aparte de estos canales vamos a realizar el impulso de nuestra agencia por medio de volantes, por medio de voz a voz de nuestro clientes.

También deseamos generar alianzas positivas con proveedores de alojamiento y a su vez con agencia de viajes cercanos al municipio de Sáchica con el fin de poder fomentar más el turismo en este municipio poco frecuentado con el fin de tener más aumento positivo de ventas. Y llegar a generar gran capacidad de empleo.



PUBLICIDAD

COMO SE REALIZARÁ EL MANEJO DE LA PUBLICIDAD:

Iniciaremos con una campaña publicitaria masiva por redes sociales, volantes, afiches, ofreciendo varias promociones y/o alternativas económicas con el propósito de familiarizar al público con el municipio de Sáchica Boyacá. Su manejo estará a cargo a cargo del Administrador quien realizará programación de actividades y a su vez las distribuirá con todo el personal de mercadeo y atención al público.

DEFINIR LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE MARCA, PAUTA:

Los principales medios masivos de comunicación será la radio, televisión, directos con volantes promocionales en lugares concurridos como centros comerciales y parques. Nos apoyaremos con las redes sociales principales tales como Facebook.com, Instagram, WhatsApp, nuestra marca será promovida a través de estos mismos medios de comunicación, con el mensaje del cuidado y la preservación del medio ambiente.

Redes sociales (corto plazo)	Radio (mediano plazo)	Televisión(largo plazo)
. FACEBOOK	- CUÑAS POR:	. SEÑAL COLOMBIA



. TWITER	. LA FM	. CANAL TRECE
. GOOGLE	. LA AM	. CANAL CAPITAL
. YOU TUBE	. EMISORAS UNIVERSITARIAS	. CITY TV
. WINDOWS LIFE	. EMISORAS COMUNITARIAS	. TELEPACIFICO
		. DESTINOS TV

RELACIONES PÚBLICAS:

Estas acciones de comunicación serán estratégicamente coordinadas y sostenidas en el tiempo establecido, y se tendría como principal objetivo fortalecer los vínculos con nuestros clientes, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo en determinadas acciones.

PROMOCION DE VENTAS:

La realizaremos a través de incentivos de corto plazo, y estará diseñada a los clientes y también al equipo de ventas; esto con el fin de incrementar la compra o la venta de nuestro servicio





(monroy, caminata, 2018)

(luis, 2018)

VENTA PERSONAL:

Como se mencionó anteriormente, parte de nuestra publicidad se realizará directamente en espacios concurridos por clientes potenciales y sus familias lo que nos permitirá obtener ventas directas con el público a través del estande que ubicaremos estratégicamente; además que nuestra oficina siempre estará disponible en horarios al público de domingo a domingo (“cara a cara”).

PUBLICIDAD DIGITAL:

Una de nuestras principales herramientas para el impulso y venta de nuestros servicios será la publicidad digital en donde se promocionará y divulgará nuestros servicios a través de internet.

PLAN DE MEDIOS:

Para promocionar nuestros servicios nos apoyaremos con:

- Atención Personalizada
- Campañas publicitarias a través de volantes, ubicación de están estratégicamente para obtener un alto índice de atención del público.
- Redes Sociales.

Esto nos ayudará a posicionarnos, que conozcan nuestros servicios e incrementar ventas.

ESTRATEGIA DE FIJACION DE PRECIOS:

- **ORIENTACIONES EN LA DETERMINACIÓN DE PRECIO
COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DENTRO DE UN MERCADO LIBRE Y
COMPETITIVO.**



Después de realizar nuestro estudio de mercado, realizar comparativos de nuestros competidores directos e indirectos, para nuestra agencia tomamos la decisión implantar una estrategia de precio dentro de unos márgenes, utilizando como límite inferior los costes y la rentabilidad mínima y, como máximo, la capacidad de la demanda en el mercado. También pudimos determinar que en los objetivos existen diferentes estrategias. Por lo tanto, debemos elegir los objetivos que vamos a dar prioridad para que los beneficios, la rentabilidad, la cuota de mercado y la imagen sean positivos.

- **FIJACIÓN DE PRECIOS DEL PRODUCTO O SERVICIO:**

Para determinar nuestros precios tuvimos en cuenta los siguientes factores:

- Comparación de precios con el mercado competidor
- Generar una política de precios de acuerdo a nuestros objetivos
- Ventaja competitiva. Nuestros precios pueden ser ligeramente superiores.
- Evaluar y comparar clientes y competidores,
- Tener en cuenta intermediarios, proveedores, acreedores, directivos y organizaciones de consumidores.
- Ofertas o descuentos aleatorios y rebajas o descuentos periódicos para atraer o fidelizar al consumidor.
- Precios flexibles, Se fijarán en función del equilibrio entre oferta y demanda.

PROYECCION DE VENTAS Y FIJACIÓN DE PRECIOS:

- **FIJACIÓN DE PRECIOS:**

De acuerdo al estudio y a los factores evaluados para determinar los precios, sugerimos las siguientes tarifas:

OPCIONES / ACTIVIDADES	VALOR ACTIVIDAD	PRECIOS INDIVIDUALES
PAQUETE STANDAR		
1. Recogida en la ciudad de Bogotá hacia al destino de	\$ 40.000	\$ 50.000



sachica.		
2. Desayuno la persona encargada del bus realizara un pequeño receso de una hora. (60 min)	Incluido	Incluido
3. Caminata ecológica pinturas rupestres que incluye un recorrido de dos horas y media y adicional va contra con un refrigerio hipercalórico que incluye una bebida, un sándwich y una caloría ya sea una granola o una chocolatina.	\$ 20.000	\$ 25.000
4. Visita iglesia atrial, piedra del castigo y huerto de los olivos. Este recorrido tendrá una duración de media hora 30 min).	Incluido	Incluido
5. Almuerzo, la persona encargada del recorrido realizara un pequeño receso de una hora (60 min).	Incluido	Incluido
6. Visita al parque de los dinosaurios “GONDAVA”, que se le estará generando la explicación y caminata por toda la atracción que tendrá una duración de dos horas (90 min).	\$ 15.000	\$ 17.000
7. Visita al Pilo saurio es un museo donde todo el turista tiene el control autónomo de poder ingresar y conocer la historia la duración es de una hora (60 min).	\$ 5.000	\$ 10.000
8. Refrigerio tiene el tiempo de media hora para que sea tomado un refrigerio antes del retorno.	Incluido	Incluido
9. Retorno del municipio de sachica al lugar de partida Bogotá	\$ 40.000	\$ 50.000
TOTAL STANDAR	\$ 120.000	

OPCIONES / ACTIVIDADES	VALOR ACTIVIDAD	PRECIOS INDIVIDUALES
PAQUETE PLUS		
1. Recogida en la ciudad de Bogotá hacia al destino de sachica.	\$ 40.000	\$ 50.000
2. Desayuno la persona encargada del bus realizara un pequeño receso de una hora. (60 min)	Incluido	Incluido
3. Caminata ecológica pinturas rupestres que incluye un recorrido de dos horas y media y adicional va contra con un refrigerio hipercalórico que incluye una bebida, un sándwich y una caloría ya sea una granola o una chocolatina.	\$ 20.000	\$ 25.000



4. Visita iglesia atrial, piedra del castigo y huerto de los olivos. Este recorrido tendrá una duración de media hora 30 min).	Incluido	Incluido
5. Almuerzo, la persona encargada del recorrido realizara un pequeño receso de una hora (60 min).	Incluido	Incluido
6. Visita al Pilo saurio es un museo donde todo el turista tiene el control autónomo de poder ingresar y conocer la historia la duración es de una hora (60 min).	\$ 5.000	\$ 10.000
7. Visita al viñedo “Umaña Dajud” se estará generando el recorrido y la degustación de variedad de vinos duración de dos horas	\$ 15.000	\$ 15.000
8. Una relajante visita aguas termales se estará generando un recorrido por aguas termales donde tendrá un momento de relajación y baño en ellas duración de dos horas	\$ 10.000	\$ 15.000
9. Alojamiento hotel Tiene cubrimiento del desayuno y derecho a piscina y atracciones del hotel	\$ 50.000	\$ 55.000
10. Recorrido nocturno si lo desea	Incluido	Incluido
11. Recogida 9:30 am para comenzar recorrido programado del día.	Incluido	Incluido
12. Visita al parque de los dinosaurios Que se le estará generando la explicación y camita por toda la atracción que tendrá una duración de dos horas	\$ 15.000	\$ 17.000
13. Almuerzo, la persona encargada del recorrido realizara un pequeño receso de una hora	No Incluido	No incluido
14. Recorrido pueblos turísticos aledaños Villa de Leiva y Ráquira donde se estará conociendo toda la arquitectura colonial Tres horas	\$ 20.000	\$ 25.000
15. Retorno del municipio de Sáchica al lugar de partida Bogotá	\$ 40.000	\$ 50.000
TOTAL PLUS	\$ 215.000	

OPCIONES / ACTIVIDADES	VALOR ACTIVIDAD	PRECIOS INDIVIDUALES
PAQUETE PLUS		
1. Recogida en la ciudad de Bogotá hacia al destino de sachica.	\$ 40.000	\$ 50.000
2. Desayuno la persona encargada del bus realizara un pequeño receso de una hora. (60 min)	Incluido	Incluido



3. Caminata ecológica pinturas rupestres que incluye un recorrido de dos horas y media y adicional va contra con un refrigerio hipercalórico que incluye una bebida, un sándwich y una caloría ya sea una granola o una chocolatina.	\$ 20.000	\$ 25.000
4. Visita iglesia atrial, piedra del castigo y huerto de los olivos. Este recorrido tendrá una duración de media hora 30 min).	Incluido	Incluido
5. Almuerzo, la persona encargada del recorrido realizara un pequeño receso de una hora (60 min).	Incluido	Incluido
6. Visita al viñedo “Umaña Dajud” se estará generando el recorrido y la degustación de variedad de vinos duración de dos horas	\$ 15.000	\$ 15.000
7. Una relajante visita aguas termales se estará generando un recorrido por aguas termales donde tendrá un momento de relajación y baño en ellas duración de dos horas	\$ 10.000	\$ 15.000
8. Alojamiento hotel Tiene cubrimiento del desayuno y derecho a piscina y atracciones del hotel	\$ 50.000	\$ 55.000
9. Recorrido nocturno si lo desea	Incluido	Incluido
10. Recogida 9:30 am para comenzar recorrido programado del día.	Incluido	Incluido
11. Visita al parque de los dinosaurios Que se le estará generando la explicación y camita por toda la atracción que tendrá una duración de dos horas	\$ 15.000	\$ 17.000
12. Visita al Pilo saurio es un museo donde todo el turista tiene el control autónomo de poder ingresar y conocer la historia la duración es de una hora (60 min).	\$ 5.000	\$ 10.000
13. Almuerzo, la persona encargada del recorrido realizara un pequeño receso de una hora	No Incluido	No incluido
14. Visitas a cafés coloniales del pueblo de sachica.	Incluido	Incluido
15. Regreso al hotel donde se tendrá las adecuaciones de habitaciones más amplias	\$ 50.000	\$ 60.000
16. Recorrido pueblos turísticos aledaños Villa de Leiva y Ráquira donde se estará conociendo toda la arquitectura colonial Tres horas	\$ 20.000	\$ 25.000
15. Retorno del municipio de Sáchica al lugar de partida Bogotá	\$ 40.000	\$ 50.000
TOTAL STANDAR	\$ 310.000	

• **PROYECCIÓN DE VENTAS:**



Debemos partir que para realizar nuestra proyección debemos fijar un tiempo (corto plazo) determinado que nos permita realizar una evaluación y analizar el movimiento de nuestra agencia.

- La fijaremos por temporadas y se establecerán metas fijas de venta al personal de mercadeo de la agencia.
- Inicialmente nuestro estimado de ventas es de es de 120 planes por mes.
- Adicional de ofrecer servicio de transporte básico. Lo que nos permitirá obtener ingresos adicionales.

• **META MENSUAL DE VENTAS:**

- 120 paquetes por mes.
- Transporte básico mínimo 4 viajes por semana, lo que quiere decir que al mes se realizará 16 viajes.

• **META ANUAL DE VENTAS:**

- 1440 paquetes por año.
- 1952 viajes por año.

• **INCENTIVOS PARA LA FUERZA COMERCIAL:**

- Se determinaron incentivos de ventas para nuestros comerciales de 5 paquetes diarios, quien cumpla la meta tendrá bonificación del 20% adicional a sus honorarios.
- Otro incentivo es por metas superadas trimestrales ganaran viajes todo incluido para ellos y sus familias.
- Premio al empleado del mes.

- La fidelización es un tema muy importante para nuestra agencia, y también lo son nuestros colaboradores, se generara ayudas educativas para ellos.
- Para generar lazos más fuertes y afectivos con ellos y sus familias tenemos el día de la familia el cual incluye por parte de la agencia pasadías a diferentes parques recreativos para que puedan disfrutar y tener un día diferente.
- Contamos con ayuda-bonificación para almuerzos cuando tengamos campañas masivas.

• **GENERACIÓN DE PRODUCTO MÍNIMO VIABLE**

- Se llevará a cabo a través de las experiencias con nuestros clientes, por medio de los servicios que ellos y se evidenciará a través de su percepción.
- Comparando nuestros servicios con nuestra competencia directa e indirecta.



GLOSARIO



Gastronomía: Se ha caracterizado el pueblo por el plato típico de la gallina

Economía: La economía tiene que dar pasos fuertes para mejorar las condiciones y el bienestar de la comunidad de sachica

Paquete Turístico: Ofrecer los distintos destinos del pueblo, como lo son pintura rupestre, figuras aborígenes plasmadas en uno de los lugares más hermosos de sachica.

Termales: Lugares ubicados en el municipio de sachica, características medicinales y de terapia para el turista

Turismo: Se ha fortalecido en los últimos años gracias a la infraestructura hotelera y parques que se han creado en sachica

Viñedo: Productor de los mejores vinos en el departamento de Boyacá.



CONCLUSIONES

Al tomar la decisión de incluir en este nuevo proyecto de impulsar uno de los tantos lugares hermosos de nuestro país, queríamos destacar para este tiempo este bello municipio como una nueva fuente de ingresos contando lo cerca que está de la capital del país, lo fácil de llegar el buen estado de las vías lo bien planeado que esta para no estresar a nuestros clientes de demorarnos en el recorrido y también es demostrar que en Colombia podemos aportar un granito de arena para aquellos lugares que nos hace falta explorar y explotar en el buen sentido y así promover la economía de nuestras regiones.



BIBLIOGRAFIA

Alcaldía de Sachica

Visita de Campo.

Cámara de comercio de Facatativá obtenido de <https://ccfacatativa.org.co/servicios-registrales/>

[DANE obtenido de http://www.dane.gov.co/files/censos/libroCenso2005nacional.pdf](http://www.dane.gov.co/files/censos/libroCenso2005nacional.pdf)



Facebook obtenido de

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10152988745666635&set=pb.549911634.-2207520000.1503719568.&type=3&theater>

Facebook obtenido de

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=217794805225792&set=pcb.217795788559027&type=3&theater>

Facebook obtenido de

<https://www.facebook.com/umanadajud/photos/a.640880832704350.1073741829.618383101620790/1174164866042608/?type=3&theater>

[Javier garzas 2013 obtenido de www.javiergarzas.com/2013/05/producto-minimo-viable.html](http://www.javiergarzas.com/2013/05/producto-minimo-viable.html)

<https://www.pymempresario.com/2013/.../aprende-a-realizar-una-proyeccion-de-venta...>

(gondava, 2018)