

**Corporación Unificada Nacional de Educación Superior**

**CUN**



**Facultad de Ciencias Administrativas**

**Programa de Contaduría Pública**

**Opción de Grado**

**Excursión Colombia**

**Preparado Por:**

**Juan David Rojas Uribe**

**Dairon Camilo Bejarano Murcia**

**Harley Andrés Aguja Tapia**

**Bogotá D.C – Colombia**

**INVESTIGACIÓN TURISMO EN COLOMBIA**

*Juan David Rojas Uribe*

*Dairon Camilo Bejarano Murcia*

*Harley Andrés Aguja Tapia*

**Excursión Colombia**

Opción de grado

**Especialista**

*Luis Enrique González Vanegas*

Docente

**Corporación Unificada Nacional de Educación Superior**

**CUN**

**Programa de Contaduría Pública**

**Bogotá D.C – 06/05/2015**

## Contenido

Introducción.....	4
1. Planteamiento del problema.....	5
1.1 descripción del problema.....	5
1.2 formulación del problema.....	7
1.3 sistematización del problema.....	7
2. objetivos.....	8
2.1 objetivo general.....	8
2.2 objetivos específicos.....	8
3. justificación.....	9
4. Marcos de referencia.....	10
4.1 Marco teórico.....	10
4.2 marco conceptual.....	20
4.3 marco temporal.....	23
4.4 marco espacial.....	23
5. Metodología.....	24
5.1 tipo de estudio.....	24
5.2 Método de estudio.....	24
5.3 Método de recolección de información.....	24
5.4 Fuente de información.....	25
5.5 Población, universo y muestra.....	25
6. Estudio de la naturaleza del proyecto.....	25
6.1. Lluvia de ideas que puedan transformarse en un producto o servicio.....	25
6.2. Justificación de la empresa.....	25
6.3. Nombre de la empresa.....	26
6.4. Tipo de empresa.....	26
7. Análisis de la información.....	26
7.1. Análisis de Fuentes Primarias.....	26
8. Estudio administrativo.....	27
8.1. Misión de la empresa.....	27
8.2. Visión de la empresa.....	27
8.3. Objetivos de la empresa.....	27
8.4. DOFA Viabilidad del negocio.....	28
8.5. Viabilidad del negocio.....	29
8.6. Marco legal.....	29
9. Resultados encuesta.....	33
Conclusiones.....	36
Bibliografía.....	37

## **Introducción**

Lo que se pretende mostrar con este proyecto es los aspectos generales y específicos que tiene el turismo dentro de Colombia, como influye y qué beneficios puede traer crear una empresa turística en la que se presten servicios de calidad y con las normas legales vigentes que se necesitan para crear un establecimiento turístico. Mostrando desde los orígenes del turismo en Colombia, su evolución y los pasos que se utilizan para el mejoramiento continuo.

Investigando diferentes tipos de teorías en el que explique cómo se desarrolla y los procesos que se siguen para prestar un buen servicio y tener una retribución que beneficie al empresario. Observado cómo las estrategias implementadas pueden favorecer la viabilidad de un negocio y como los factores externos e internos pueden traer cambios para la empresa y para el país.

Mostrando cuales son las características que las empresas deben tener para ofrecer su servicio como lo es la fijación de precios de los paquetes turísticos, el transporte, la alimentación, el hospedaje, los planes de viaje, destinos entre otros recursos que les servirán para catalogarse como uno de los mejores.

Para lograr todo estos objetivo la empresa debe evaluar los método y las estrategias que se están utilizando, los presupuestos que debe tener para crear la empresa y la facilidad de recibir beneficio por parte del estado para tener una economía más influyente ante los demás países y que esté variando para mejorar el mercado

## **1. Planteamiento del problema**

### **1.1 Descripción del problema:**

#### 1.1 Descripción del problema:

El turismo se basa en unos procesos que permiten el desarrollo de propuestas para el mejoramiento del servicio de los hoteles, restaurantes y empresas recreativas dando como resultado estrategias que ayudan a generar programas de evaluación y corrección para el mejoramiento continuo.

El éxito del turismo depende de los sectores de operación, para esto las empresas públicas o privadas deben tener un propósito a desarrollar que cuente con una planeación, organización, control, ejecución, verificación, métodos de innovación para así tener los mejores recurso y atractivos claves que son los que constituyen la principal motivación del turista; existen también factores y recursos de respaldo que proporciona una base funcional que facilita al turismo a una mayor contribución al lugar como lo es: la infraestructura física, accesibilidad, hospitalidad.

Estos factores permiten definir una escala del éxito potencial de un destino en una amplia variedad de aspectos como la seguridad, salud, las carreteras, estos calificadores moderan el éxito del lugar, estos componentes se concentran en las actividades para implementar el marco de políticas y un desarrollo sostenible sobre las bases operativas.

Los procesos buscan proporcionar un bosquejo detallado acerca de cómo debería desarrollarse cada uno de los factores que influyen en el éxito de un destino turístico

maximizando la rentabilidad económica y la cultura de un país proponiéndose metas que se deben implementar en un plan maestro que es útil para estar al tanto de las actividades socioeconómicas, así como para tratar otros problemas como lo es la fijación de precios, pronóstico de las demandas, rotación de un inventario de recursos turísticos, la organización de campañas publicitarias, también la creación de alianzas con empresas que ayuden a complementar el servicio turístico. Permitiendo que las estrategias establezcan unas pautas, y una descripción de la estructura, el contenido de los procesos para la promoción del sitio turístico.

Lo que busca un país a futuro es tener beneficios económicos, culturales y políticos a partir de estos procesos, en el mejoramiento de la educación, tecnología y el empleo, estos tres aspectos son muy importantes para el desarrollo. Para un crecimiento socioeconómico la educación es uno de los métodos que ayuda tener unas bases de conocimiento, preparando profesionales para que ayuden a la fluctuación de la economía del país con nuevas ideas de negocio. Otro método para el mejoramiento económico es la tecnología es necesario estar al alcance de los avances de los sistemas tecnológicos para tener una mayor competitividad, accesibilidad a la creación de nuevas empresas e inversión por parte de los extranjeros y por último el empleo es uno de los factores más primordiales ya es la recopilación que es una de la mayores fuentes de rentabilidad de un país, permitiendo el desarrollo del mercado, la eficiencia de la empresas versus la competencia, y la variación de la economía.

En Colombia el principal problema que se tiene con respecto al desarrollo de la economía es el desempleo, ya que no existen suficientes empresas que apoyen el crecimiento y la

generación de empleo, además de otro grave problema del aumento del desempleo son los bajos niveles de educación, la ineficiencia de políticas. Hoy en día por la inestabilidad económica que presentan las familias con sus bajos ingresos se ha atraso la educación ya que recurren a sacar a los niños de los colegios; lo que produce que el nivel educativo de las fuerzas de trabajo se paralicen a raíz de los cambios tecnológicos en el mundo las organizaciones son cada vez más exigentes con el nivel de educación. Por otro lado la corrupción en la administración pública es unos de los problemas ya que intensifica la desigualdad social afectando el funcionamiento del mercado ya que genera más empleos informales. Otro factor que se ha presentado últimamente es en el sector petrolero ya que se ha estado acabado este recurso dejando a más de 10.000 personas desempleadas generando una disminución en la productividad y la economía de Colombia.

Como ya se han planteado existen unos procesos como la planeación, control, evaluación, ejecución que nos puede ayudar a la exploración y estudio de estrategias para contrarrestar las crisis del desempleo, para esto se quiere crear una empresa con los respectivos estudios de mercado, talento humano, ambiental que ayude a generar aspectos positivos a Colombia.

### **1.2 Formulación del problema:**

¿Cómo los procesos que plantea la administración turística ayudan disminuir los índices de desempleo?

### **1.3 Sistematización del problema:**

¿De qué forma ayuda la creación de una empresa al desarrollo económico local?

¿Se cuenta con la infraestructura y el capital humano para desarrollar una empresa turística?

¿Puede la economía turística ayudar a bajar los índices de desempleo?

¿Se debe considerar que el trabajo informal disminuye los índices de desempleo?

## **2. Objetivos:**

### **2.1 Objetivo general**

Estimular el desarrollo de las empresas turísticas (agencia de viajes, transporte, alojamiento, alimentos y bebidas, recreativas y complementarias) para generar empleo local, tanto directo como indirecto.

### **1.4 Objetivos específicos**

- 1- Oferta, valora, preserva y genera beneficios económicos de los recursos de flora y fauna, en beneficio de las comunidades locales.
- 2- Promover la restauración, conservación y uso de los yacimientos arqueológicos, monumentos arquitectónicos y cualquier obra física de interés colectivo y nacional.
- 3- Inducir a la planificación regional, y lograr un desarrollo integral y armónico de todos los sectores de la economía.
- 4- Estimular la mejoría de las infraestructuras de servicio al turismo (vías de comunicación, telecomunicaciones, aeropuertos, etc.)

### **3. Justificación:**

El objetivo de la investigación es generar empleo a través de la creación de una empresa que prestara servicios turísticos, enfocándose en la economía del país y la satisfacción del cliente, con este estudio se pretende evaluar el desarrollo de las tácticas que se implementan en lo socioeconómico, las proyecciones que se tienen a largo y corto plazo, la sostenibilidad que proporcione el país a los empresarios y sitios turísticos ya que estos contribuyen de forma relevante al aumento de empleo, tecnologías, industrialización, técnicas de gestión y a la investigación de las diferentes objetivos a realizar. Estos nuevos conocimientos técnicos que se están adquiriendo permiten ampliar nuestra capacidad y habilidades.

Estos objetivos nos caracterizan por enfocarse en crear los lineamientos necesarios para la comprensión de los elementos que determinan al turismo como una de las mayores fuentes de rentabilidad para las empresas y el país.

En el turismo hay un intercambio entre los turistas y las empresas, en el que al turista se le satisface prestando un servicio de buena calidad y con la mayor de las comodidades posibles y las empresas obtienen unas ganancias que les servirán para ampliar las compañías, maquinaria, tecnología etc. Para esto se crean las estrategias, para que tanto las personas como las empresas reciban un beneficio mutuo.

Para determinar estos objetivos tenemos que observar en el país los cambios globales según la economía, ya que esto nos permite generar un análisis sobre el costo de los materiales

por efecto de las exportaciones, y la devaluación de la moneda nacional con respecto a las extranjeras y así poder hacer un presupuesto proyectado.

Los objetivos están relacionados con la parte socioeconómica de un país para generar un buen desarrollo.

#### **4. Marcos de referencia:**

##### **4.1 Marco Teórico**

Para poder hablar de turismo primero debemos conceptualizar los destinos turísticos y su naturaleza. Tal y como lo hacen (Alcañiz, Aulet, & Simó, 2000, págs. 30-31-32-487-488-489) Los destinos son combinaciones de productos turísticos que ofrecen una experiencia integrada a los turistas. Ya que tradicionalmente los destinos se consideraban como una zona geográfica definida como un país, una isla, o una ciudad. Sin embargo hoy en día se reconoce cada vez más como un concepto percibido. Es decir que este se puede interpretar subjetivamente por los consumidores en función de su clase de viaje, formación cultural. Motivo de la visita, nivel de educación y experiencia previa.

Los turistas buscan diversidad en sus vacaciones y dependiendo de su expectativa del destino turístico tendrán intención o no de visitarlo. Entonces los organismos que gestionan los destinos, pretenden que los turistas piensen en su destino como un lugar que vale la pena visitar por sí mismo, por ello, la definición de destinos dentro de una región depende del número de recursos concentrados, el posicionamiento del destino, es decir, Su imagen respecto a otros destinos competidores así como el comportamiento de los turistas.

Entonces teniendo en cuenta la distribución de recursos y su utilización aquí cuatro ejemplos de tipos de destinos turísticos:

1. destino Único. Es cuando el destino visitado tiene diversas actividades para realizar.
2. Destino como sede central y visita a los alrededores. El turista viaja a un destino específico, desde el cual se harán visitas cortas a otros lugares
3. Circuito. Algunos turistas deciden ver diversos lugares desplazándose de uno a otro.
4. viaje en ruta. Implica unas vacaciones con diversas paradas en diferentes destinos.

Por supuesto que es bueno resaltar los potenciales turísticos que se pueden desarrollar en una región tales como:

Parques temáticos: estos están basados en medio de comunicación, cultura popular, nuevas tecnologías, también los que presentan "pasajes del terror" y los asociados con antiguos personajes míticos o reales

Turismo de salud: La salud es una preocupación para muchos europeos, lo cual hace que muchos escojan vacaciones diseñadas, al menos parcialmente para mejorar su salud, esto ha llevado a que hoteles ofrezcan tratamientos de salud basados en el agua del mar por ejemplo.

Juegos de azar: Para este tipo de turismo se pueden seguir ejemplos de ciudades de Estados Unidos tales como las Vegas o Atlantic City. Claro que hay que tener en cuenta que para que un casino funcione debe contar con un cierto nivel de clientela de una población local considerable. Que puede que no exista en ciertos destinos.

Actividades educativas: para este tipo de turismo es necesario que la historia se cuente de manera que atraiga a los mercados de masas, ya que la mayoría de los turistas buscan ocio y entretenimiento en sus vacaciones.

Compras: La mejor oportunidad es desarrollar complejos comerciales que vendan productos artesanales elaborados por artesanos rurales.

Turismo científico: la ciencia y la tecnología están presentes en la vida moderna y las atracciones basadas en la ciencia son cada vez más populares. Para que los turistas mejoren los aspectos medioambientales.

Actividades deportivas: está reconocido el valor del deporte como motivador para viajes turísticos como lo son. Globos aerostáticos, pesca marítima, entre otros.

Fauna salvaje: Es uno de los mercados con crecimiento más impresionante

Turismo centrado en el arte: El turismo cultural basado en las artes, como galerías de arte moderno, talleres artísticos, danzas tradicionales, entre otros.

Turismo de congresos y de negocios: este tipo de turismo ofrece oportunidades de programas sociales para participantes en conferencia, entre otros.

Rutas temáticas: se ha desarrollado más debido al aumento de vacaciones que incluyen coches a elegir y alquiler de bicicletas. Se destacan, descubrir alimentos y bebidas tradicionales, rutas por pueblos tradicionales, entre otros.

Eventos especiales y festivales: Son la forma más barata de desarrollar un turismo temático en los centros turísticos. Algunos temas para eventos especiales y festivales pueden ser:

exposiciones de arte, eventos de cultura regional, eventos deportivos, semanas de salud, festivales gastronómicos y eventos religiosos.

Tal y como lo dice (Barreto, 2007, pág. 1) En si el turismo es la relación que tiene el turista con el ambiente, la sociedad, y gobierno en el que se desarrolla, buscando diferentes experiencias y satisfacciones tanto intelectual como física participando en las actividades, y los recurso que brinde el país anfitrión `` el turismo es un fenómeno social que actualmente abarca el mundo desde el punto de vista geográfico y todos los estratos y grupos sociales``.

(Charles R. Goeldner, J, Brent, R 2011.págs. 1-9-127-146) ya sea por cualquier medio de transporte que los turistas establezcan, están haciendo un viaje, y por lo tanto lo hace participe del turismo. Lo que invita a que todas las personas del mundo se vuelvan partícipes ya sea como anfitriones o como visitantes aportando al crecimiento y evolución de la economía.

Para que el turismo tenga un crecimiento se debe contar con una buena administración en los sectores de la operación en la industria turística. Algunos ejemplos serían los siguientes:

- El sector del transporte: en el que figuran las aerolíneas , compañías de autobuses
- El sector de alojamiento: que incluye muchas marcas como el Marriot
- El sector de alimentos: que contienen marcas reconocidas como McDonald's, Burger King, KFC
- El sector de atracciones: En él se encuentran como ejemplo Disneyland.
- El sector de eventos: en los que se encuentran oktoberfest.

- El sector de aventura y recreación al aire libre: este es uno de los mecanismos de mayor importancia en la actualidad como el esquí, golf, y ciclismo.
- El sector del comercio: Que se encuentra en todos los lugares como las tiendas.

Estos sectores de operación se encargan de llevar un proceso del turismo para proporcionar buena calidad al servicio, y una organización para el turista, logrando una mayor comodidad y experiencia en el que se destacan por su competencia y habilidad para satisfacer la necesidades llevando a cabo una organización, planeación, desarrollo, promoción, proporcionando el conocimiento y el liderazgo necesario para idear políticas que se puedan implementar en los lugares adecuados y disminuir el riesgo de cometer errores.

Según (Acerenza, 1990. pág. 21) Al Hablar de los negocios turísticos y, en especial de las agencias de viajes, tenemos que comenzar necesariamente por preferirnos a los precursores de él, quienes muchísimo tiempo antes de que el turismo se manifestara como un importante fenómeno social capaz de generar beneficios económicos y sociales para la comunidad receptora, ya actuaban con éxito en el comercio de esta actividad.

(Conde, & Covarrubias, 2003.pág. 3.) La importancia de la gestión en el turismo como la satisfacción de cliente, no es sin embargo a cualquier precio, sino que constituye una solución óptima a partir de interpretar correctamente el entorno, aprovechar bien las fuerzas que influyen más directamente en el destino y combinar creadoramente las variables del producto, los precios, los canales y la comunicación promocional.

Por lo cual el marketing turístico implica vigilar constantemente el mercado, las preferencias, y gustos de los consumidores, estar al tanto de la competencia, dominar el producto turístico, mejorar su calidad y diversificarlo, poniéndolo a tono con las necesidades, ajustar los precios, ubicar el producto donde mejor pueda ser vendido y darse a conocer con los mejores atributos que tenga.

Esta es una labor compleja, dada la heterogeneidad del turismo y los diversos componentes que influyen en la satisfacción de un turista, ningún nivel de administración, empresa o actividad por sí sola, puede lograr esto. Si todos los elementos vitales no trabajan como un todo.

Sin embargo no basta solo con la orientación plena hacia el cliente, se precisa para el logro de la excelencia potenciar la gestión del marketing teniendo presente las diferentes oportunidades del mercado; los segmentos; la puesta en práctica de la estrategia de marketing y sus programas por medio del producto turístico, precio, promoción y distribución; finalmente se necesita organizar, ejecutar y controlar las actividades del marketing.

(Guevara, 2010.pág. 4-6) Con esto se busca que la planeación y desarrollo se realice dentro de un marco organizacional, cooperativo en el que se reconozcan los resultados como óptimos y eficientes; para esto es necesario entender la implementación de los procesos y programas que se llevan a cabo dentro del sistema turístico para esto se deben formular estrategias que respalden la iniciativa de la planeación y desarrollo. Por lo cual se realizan estudios que determinan la experiencia del lugar generando impactos ya sean positivos o

negativos, los impactos positivos se reflejan en los beneficios económicos (rentabilidad y empleo) que se derivan del turismo, los aspectos negativos se refieren a la integridad ecológica, social, política. El éxito de estos componentes depende del monitoreo, administración y evaluación mostrando resultados que permitan tomar decisiones para el mejoramiento de las siguientes etapas.

El turismo es una fuente de progreso para el país ya que proporciona empleos, divisas extranjeras, ingresos en el que algunos países invierten en la creación de proyectos que permitan mejorar y brindar mayor comodidad a los turistas. Los componentes de un proyecto turístico se dividen en tres categorías principales

#### Beneficios directos

- a) Beneficios que se relacionan con el proyecto
- b) Beneficios a disminuir los costos
- c) Ahorro de divisas

#### Beneficios indirectos

- a) Beneficios tangibles en otras actividades distintas al proyecto
- b) Beneficios intangibles en otras actividades distintas del proyecto

#### Costos directos e indirectos

- a) Costo de inversión
- b) Costo de funcionamiento y mantenimiento

Estas categorías permiten establecer una relación entre Beneficios/Costos en el que se mide la eficiencia del proyecto en las actividades asociadas con la producción buscando como objetivo

1. Aumentar al máximo la cantidad de experiencias placenteras para los turistas
2. Aumentar las ganancias para las empresas que prestan bienes y servicios
3. Aumentar los beneficios directos e indirectos

Intentando resolver el problema de lograr una optimización económica a los recursos turísticos.

(Panesso, 2006. págs.4-5-17-20-21) El turismo se ha vuelto el único renglón importante de la economía mundial que no está sujeto a pactos, convenios, aranceles o cuotas, por mucho, se entorpece ocasionalmente con visados e impuestos, lo que hacen que no operen cierres de mercado, bloques regionales ni mucho menos sistemas de preferencias. Con TLC o sin él, con la comunidad andina o sin ella. O cualquier acuerdo comercial. Esto quiere decir que para Colombia el turismo es una de sus verdaderas oportunidades a futuro. Cabe resaltar que de no haber sido por la racha de inseguridad y narcotráfico que padeció los últimos veinte años del siglo pasado. Colombia hoy sería el tercer receptor latinoamericano. Después de México y Brasil, por encima de países como República Dominicana, Argentina, Cuba o Perú. Pero esto no quiere decir que todo el tiempo se haya perdido de manera definitiva, ya que esta opción sigue siendo posible, así que con algo de voluntad y disciplina, el tiempo perdido podría recuperarse en pocos años. Ya que el turismo es por

esencia globalizado. Y su desarrollo consiste en mover gente por toda la geografía mundial y por todas las culturas y ambientes.

Por otro lado en el pasado hace un cuarto de siglo Colombia ocupó un lugar de vanguardia en el turismo suramericano y que muchas de sus experiencias fueron ejemplo en la región, lastimosamente en un bienio perdimos todo el turismo extranjero vacacional que habíamos conquistado en dos décadas de mucho esfuerzo al inicio de los ochenta.

Por ello es bueno saber cuáles de todos los atractivos turísticos colombianos son los que más llamaban la atención y se encontraban entre los favoritos de los extranjeros para entonces: Los productos colombianos más vendidos en el exterior a fines de los sesenta y durante los setenta fueron:

Para los norteamericanos:

- Una escala en Bogotá de dos a tres noches, en distintos "paquetes" que ofrecían el circuito de Suramérica, en combinación con Quito, Lima, Santiago, Buenos Aires y Río de Janeiro
- Cartagena
- Santa Marta
- San Andrés
- Leticia

Para los europeos:

- Bogotá y Cartagena

- El circuito arqueológico San Agustín- Tierradentro
- La sierra Nevada, pueblito (parque tayrona) y Santa Marta
- Boyacá y la ruta del libertador (Principalmente para el mercado "mochilero" que viajaba por tierra con ánimo de recorrer varios países)

Con oficinas y operadores que se dedicaban a mover sus propias excursiones, y dedicados absolutamente al turismo receptivo. También Habían aerolíneas y líneas de cruceros que por su cuenta hicieron campañas de promoción de destinos colombianos .

Hacia los finales de los sesenta. Colombia era el país suramericano con el crecimiento turístico más acelerado en la región, alcanzando tasas que se sostuvieron por encima del 17% promedio anual por más de un decenio. Pero además ya era el tercer receptor internacional suramericano en 1978, después de Brasil y Argentina, tenía un turismo interno floreciente, superior al de todos sus vecinos. Contribuía a esa circunstancia el ser un territorio muy diverso y contar con varias ciudades de más de un millón de habitantes, geográficamente bien repartidas. Pero, sin duda la clave mayor era disponer de una infraestructura aeroportuaria bastante avanzada y una tradición de aviación comercial que supera la de toda Latinoamérica-excepto Brasil y México e incluso la de muchos países europeos. Pues en Colombia viajar en avión en los años sesenta era casi tan corriente y tan barato como viajar en bus o en tren. El país había sido líder en la suscripción de convenios bilaterales aéreos, por lo cual nuestros principales aeropuertos eran frecuentados por un importante número de aerolíneas internacionales. Es decir que todos los destinos Colombianos sin excepción, han sido desarrollados por el turismo nacional y casi siempre vía aérea, a lo largo de cincuenta años.

Es bueno dar a entender que el progreso económico en el mundo desarrollado tiene que ver directamente con un mayor gasto económico turístico.

Si tenemos en cuenta que Colombia es un paraíso en especies de flora y fauna, y que cuenta con la mayor diversidad de aves en todo el mundo. Lo que hace que sea un país comprometido con el planeta, tiene más de 700 fiestas entre festivales y carnavales que expresan la alegría de la gente colombiana, exporta el mejor café suave del mundo, también se expresa a través de las artes, la literatura, los deportes, la ciencia y el emprendimiento. Mostrando una Colombia más productiva e innovadora . Integrándose al mundo gracias al trabajo y esfuerzo de su gente por mejorar día a día. Lo cual ha convertido a Colombia en uno de los principales referentes económicos de América latina. Por todas estas razones, para los extranjeros el único riesgo de venir y recorrer Colombia es el de querer quedarse. Ya que para nosotros los colombianos pensar en Colombia sin llenarse de orgullo es prácticamente inevitable.

#### **4.2 Marco conceptual**

El enfoque al turismo en Colombia puede llegar a crear un gran impacto social. Ya que hay un abundante patrimonio artístico y cultural del país y la variedad de ofertas gastronómicas. En el que queremos promover la cultura inculcando un mayor reconocimiento formativo para las personas de este país y para los extranjeros.

El país enfatiza en el turismo exaltando los territorios, historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes que componen dentro del marco cultural las fiestas y fechas de mayor importancia y los lugares con potencial en desarrollo.

La investigación lo que quiere es dar a conocer los efectos positivos que se pueden generar en el desarrollo del turismo tanto, económicos, sociales y medioambientales. Está claro que para maximizar los efectos positivos del turismo se hace necesario conocer los factores que influyen directamente en el mismo. Para ello se requiere un enfoque de desarrollo integrado de las empresas turísticas.

Es importante resaltar que el turismo no es simplemente otro producto que lo que busca es solo incrementar el número de visitas. Por lo que tradicionalmente no se tenían en cuenta los impactos del desarrollo turístico. No basta con solo promocionar el destino, sino, también buscar la satisfacción de las necesidades de los turistas y la comunidad local. Es muy importante controlar, de forma continua, las reacciones de los residentes ante los turistas, así la interacción residente-turista se debe tener muy presente, pues esto también hace parte importante en la experiencia del turista. El desarrollo de la infraestructura también tiene implicaciones para los tipos de turistas que se atraen, por lo que el bienestar e intereses de los turistas a largo plazo son condicionados también por los recursos medioambientales y la población residente.

Por lo que basándonos en las consultas recientes se puede decir con certeza que los turistas durante sus vacaciones de alguna forma consumen destinos como una experiencia integrada, y que la experiencia global del turista se compone de múltiples pequeños encuentros con una variedad de agentes turísticos como los taxistas, hoteleros, camareros y por supuesto otros no turísticos como lo son el acceso al comercio, infraestructuras y similares, los elementos de las atracciones locales también cuentan tales como los museos, parques, teatros, etc.

Por lo que básicamente el enfoque en el desarrollo del turismo se puede clasificar en dos categorías: que vienen a ser el sector empresarial y el sector público, por lo que conforman y toman decisiones en cuanto a la oferta turística. Y ya que los objetivos de estos dos grupos individuales difieren al menos en los objetivos de primer orden. El sector empresarial: Como la rentabilidad y beneficios. Sector público: Tales como la regulación y control de desarrollo. Su enfoque se hace necesario para la gestión y desarrollo del destino turístico.

Hablando de la influencia que tiene el consumidor, se puede determinar qué hoy en día, los turistas consideran las cuestiones medioambientales cuando deciden ir de vacaciones, o comprar productos de limpieza o cosméticos, y si los destinos turísticos logran demostrar su sensibilidad por el entorno tendrán mayor éxito, es por esto que Colombia con una clara ventaja en cuanto a biodiversidad debe mostrar el compromiso que tiene con la naturaleza. Esto se hace necesario ya que el perfil de la emergente demanda turística apunta a nuevos elementos vinculados a la conservación y respeto del medio ambiente. Entonces para poder satisfacer plenamente al cliente, es necesario que se cubran estas expectativas.

Por supuesto que Colombia tiene con que desarrollar un turismo sostenible, después de todo Fue uno de los países en Latinoamérica en estar a la vanguardia en cuanto a turismo, y porque lo fue, lo puede volver hacer gracias a que aún cuenta con unos paisajes hermosos, cultura, arte, gastronomía, historia y hospitalidad de su gente que cumplen plácidamente con las exigencias de los turistas. Por lo que ya es hora de que como colombianos tomemos más conciencia sobre el gran país que tenemos y el potencial de desarrollo que tenemos como región.

### **4.3 Marco Temporal:**

Estamos ubicados en Colombia en el nuevo milenio del año 2015, en los momentos donde la economía de Colombia está regular y no hemos avanzado mucho tecnológicamente.

Luego de mucho tiempo Colombia especialmente Bogotá (Cundinamarca), ha sido uno de los lugares más visitados de Colombia por su historia, sus parques extremos y su flora y fauna.

Es decir que el turismo a futuro será una de las mejores formas que un país tendrá como fuente de ingresos para su economía, y uno de los principales generadores de empleo, y reconocimiento cultural. Lo que permitirá eliminar barreras.

### **4.4 Marco Espacial:**

El proyecto de grado se está realizando en un lapso de tres meses (marzo, abril y mayo), el cual tiene como objetivo la creación de una agencia de viaje que estará ubicada en el país de Colombia, la ciudad de Bogotá, la localidad dos (2) del barrio chapinero, la cual prestara sus servicios a la gente que nos rodea.

Nuestros planes turísticos son específicamente en el departamento de Cundinamarca, y serán lugares como Guatavita, Zipaquirá, Nemocòn, Subachoque, Suesca, Cota, La Calera, Mosquera, Etc.

Principalmente nos enfocamos en el estudio de lugares turísticos, religioso y deportes extremos, ya de esta manera obtener las herramientas necesarias para realizar un informe especial.

## **5. Metodología**

### **5.1. Tipo de estudio**

El tipo de estudio que utilizó la empresa fue el estadístico ya que este nos ayudó a medir a tomar un muestreo y tener ideas como vamos a proyectar la empresa, permitiéndonos planear, controlar y ejecutar los planes de acción

### **5.2 Método de estudio**

La empresa ha realizado encuestas para determinar y comparar el mercado en el que se va a desenvolver observando la cantidad de demanda que está dispuesta a adquirir nuestros planes, la cantidad de tiempo definido, los lugares, los medios de transporte, los precios que están dispuestos a pagar por cada plan de viaje y la cantidad de dinero que gastaron; en el que se realizará un pronóstico de la demanda futura, esta información será de gran ayuda para los ingresos determinando la viabilidad financiera del servicio.

También recopilado información de las diferentes agencias de viajes para la comparación de precios y planes turísticos para así tener una base de cómo se desenvuelve la competencia y realizar las alianzas estratégicas con los hoteles, restaurantes, parques turísticos

### **5.3 Método de recolección de información**

Para la recolección de la información les realizamos encuestas a personas de los diferentes estratos socioeconómicos

## **5.4 Fuentes de información**

- Primarias: encuestas, las agencias de viajes, hoteles, restaurantes, parque eco turísticos
- Secundarias: bibliográficas

## **5.5. Población, Universo y Muestra**

Le realizamos la encuesta a 60 de los diferentes niveles socioeconómicos (los diferentes estratos), tanto mujeres como a hombres de entre la edad de 25 años a los 50

## **6. Estudio de la naturaleza del proyecto.**

### **6.1 Lluvia de ideas que puedan transformarse en un producto o servicio**

Nos reunimos un grupo de compañeros para la conformación de una empresa ya fuese comercial o de servicio, estudiando el sector y los parámetros o requisitos para poder crear una empresa en Colombia.

Hicimos un estudio del mercado y nos dimos cuenta que en Bogotá llega mucho turista, y también que a la gente de Bogotá le gusta viajar mucho y hacer actividades con su familia o amigos.

Ya habiendo analizado el tema de turismo nos decidimos por la conformación de una empresa prestadora de servicios turísticos.

### **6.2 Justificación de la empresa**

Nuestra empresa está enfocada en prestar un servicio, que es el de turismo.

Ofreciendo varios planes turísticos ya sean de descanso, deportes extremos o interés social,

religioso y cultural, teniendo como objetivos la satisfacción de nuestros clientes y también ser una empresa reconocida por su calidad.

### **6.3 Nombre de la empresa**

EXCURSIÓN COLOMBIA.

### **6.4 Tipo de empresa**

Pequeña empresa, prestadora de servicios turísticos y vacacionales.

## **7. Análisis de la información**

### **7.1 Análisis de fuentes primarias**

Se puede deducir que los destinos hoy en día son más percibidos e interpretados subjetivamente, esto de acuerdo con sus experiencias previas, formación cultural, nivel de educación, etc.

Por lo cual los productos turísticos deben estar a la altura de la expectativa de un turista tanto intelectual como física, ya que estos relacionan el turismo con el ambiente, sociedad y en ocasiones gobierno en el cual se desarrolla dicha actividad, y es aquí cuando entra a ser un papel muy importante la planeación y desarrollo que se le dé a una empresa enfocada al sector turístico, todo esto dentro de un marco cooperativo, organizacional, para lograr resultados eficientes y óptimos

## **8. Estudio administrativo:**

### **8.1 Misión**

Brindar un servicio turístico a todos nuestros clientes mostrando toda la grandeza y hospitalidad que tiene Colombia y su gente. Apoyándonos en nuestro recurso humano y siempre buscando mejorar continuamente como empresa para lograr un desarrollo social en el país. Rescatando y conservando nuestro patrimonio cultural.

### **8.2 Visión**

Ser la empresa líder en servicios turísticos, a nivel nacional. Y luego a nivel internacional. Siendo reconocida por otras agencias turísticas, y por qué no por sus propios empleados. Como una organización sólida, eficiente y comprometida. Para así seguir proyectando una excelente imagen.

### **8.3 Objetivos**

1. Lograr una mayor participación en el mercado promoviendo el turismo en la capital y el resto del país.
2. Satisfacer a nuestros clientes con un servicio de excelente calidad y a un buen precio.
3. Capacitar el talento humano para lograr mantener un excelente servicio.
4. Crecer como una buena empresa para poder generar empleo.

8.4 DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANÁLISIS INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Podemos generar una gran competencia</li> <li>● Presentación de nuestra empresa a los clientes</li> <li>● Ideas innovadoras para mayor accesibilidad al servicio</li> <li>● Calidad del servicio que se ofrece</li> <li>● Mayor eficiencia, eficacia del servicio</li> <li>● Buscar permisos a lugares turísticos poco habitables</li> <li>● Ofertas en el servicio prestado</li> <li>● Personal experto en el servicio a prestar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lugar en que se ubica el local</li> <li>● Restricciones de lugares turísticos</li> <li>● No poseer el conocimiento necesario de cada lugar del país</li> <li>● Recurso económicos</li> <li>● Costos de los servicios que ofrezcan</li> </ul>
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANÁLISIS EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Acuerdos de pago con los clientes</li> <li>● Alternativas turísticas</li> <li>● Incentivo que se pueda generar a clientes</li> <li>● Alianzas estratégicas</li> <li>● Préstamos bancarios para cubrir costos y gastos</li> <li>● Capacitar al personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Competencia</li> <li>● Segmentación del mercado</li> <li>● La normatividad respecto a servicios contratados</li> <li>● Variación de la economía del país</li> </ul>

## **8.5 Viabilidad del negocio**

En cuanto a la viabilidad del negocio, se puede decir que es viable, ya que Colombia cuenta con una gran biodiversidad, la cual le permite competir como uno de los países referentes en Latinoamérica en cuanto a turismo. Por lo que una empresa con la cual se busca reforzar el turismo en nuestro territorio, tendría una gran oportunidad en este tipo de mercado. Por supuesto, iniciando lo más normal es que haya obstáculos que vencer. Para lo cual hemos establecido un análisis DOFA. Y también determinar precios que estén al alcance de las personas tanto de Colombia como del exterior.

## **8.6 Impacto legal:**

MARCO LEGAL

LEY 1558 – 10 DE JULIO DE 2012

Artículo 1. Objeto. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la ' calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

Artículo 1. Importancia de la industria turística: El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales y cumple una

función social. Como industria que es, las tasas aplicables a los prestadores de servicios turísticos en materia impositiva, serán las que correspondan a la actividad industrial o comercial si le es más favorable. El Estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional.

Fomento. En virtud del cual el Estado protegerá y otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades turísticas, recreacionales y en general, todo lo relacionado con esta actividad en todo el territorio nacional.

Desarrollo social, económico y cultural. El turismo conforme al artículo 52 de la Constitución Política, es un derecho social y económico de *las* personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades.

Desarrollo sostenible. El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.

Competitividad. En virtud del cual, el desarrollo del turismo requiere propiciar las condiciones necesarias para el mejoramiento continuo de la industria turística, de forma que

mediante el incremento de la demanda genere riqueza y fomente la inversión de capital nacional y extranjero.

Accesibilidad. En virtud del cual, es deber del sector turístico propender conforme al artículo 13 de la Constitución Política, la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los sectores de la sociedad, incentivando la equiparación de oportunidades.

Protección al consumidor: Con miras al cabal desarrollo del turismo, el consumidor será objeto de protección específica por parte de las entidades públicas y privadas."

Turismo Interno: El realizado por los residentes en el territorio económico del país.

Turista: Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, descanso, ocupación del tiempo libre, peregrinaciones, salud, u otra diferente a una actividad en el lugar de destino.

De la publicidad turística. El número que corresponda al Registro Nacional de Turismo deberá ser incluido en toda publicidad del prestador de servicios turísticos. Tanto los prestadores de servicios turísticos como las empresas de transporte en el caso de anunciar precios, deberán incluir todos los impuestos del país o del exterior, tasas, cargos, sobrecargos o tarifas que afecten el precio final, la moneda de pago de los servicios ofrecidos y el tipo de cambio aplicable si el precio estuviere indicado en moneda diferente a la de curso legal en Colombia. La infracción a lo dispuesto en este artículo se considerará publicidad engañosa.

Artículo 36: Exigir a los prestadores de servicios, la constitución de garantías expedidas por empresas de seguros o por entidades financieras constituidas legalmente en Colombia que amparen el cumplimiento de los servicios contratados por los turistas y las devoluciones de dinero a favor de los usuarios cuando haya lugar a ello.

La no presentación de la garantía ocasionará la suspensión automática del Registro Nacional de Turismo y en consecuencia los prestadores obligados no podrán prestar dichos servicios, hasta tanto acrediten su cumplimiento.

Los prestadores de servicios obligados a constituir las garantías establecidas en el presente artículo, son las siguientes:

1. Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente.
2. Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.
3. las oficinas de representaciones turísticas
4. Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
5. Los arrendadores de vehículos para el turismo nacional e internacional.
6. las empresas operadoras, promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.

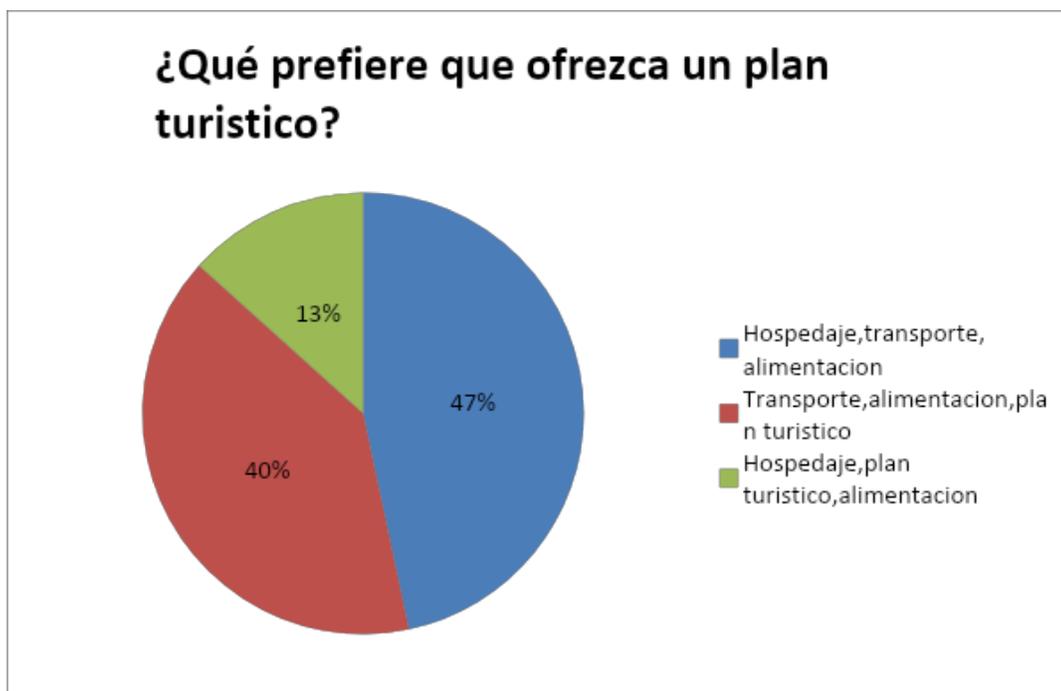
## 9. Resultados encuesta:

1. La respuesta que más predomina entre la comunidad encuestada es el turismo de aventura con 37%

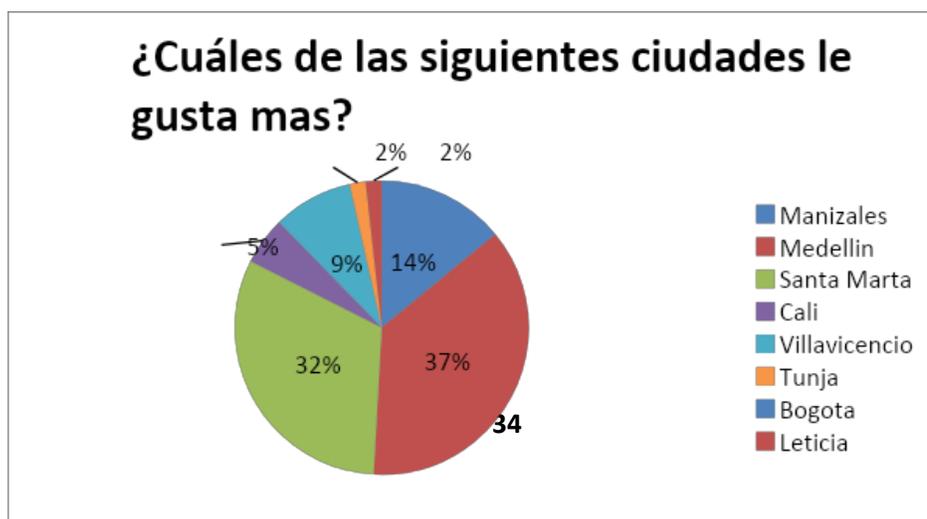
Se realizó la encuesta a personas entre los 20 a 45 años. Si bien es cierto que la aventura es agradable. El descanso aún representa la mejor forma de pasar unas buenas vacaciones.



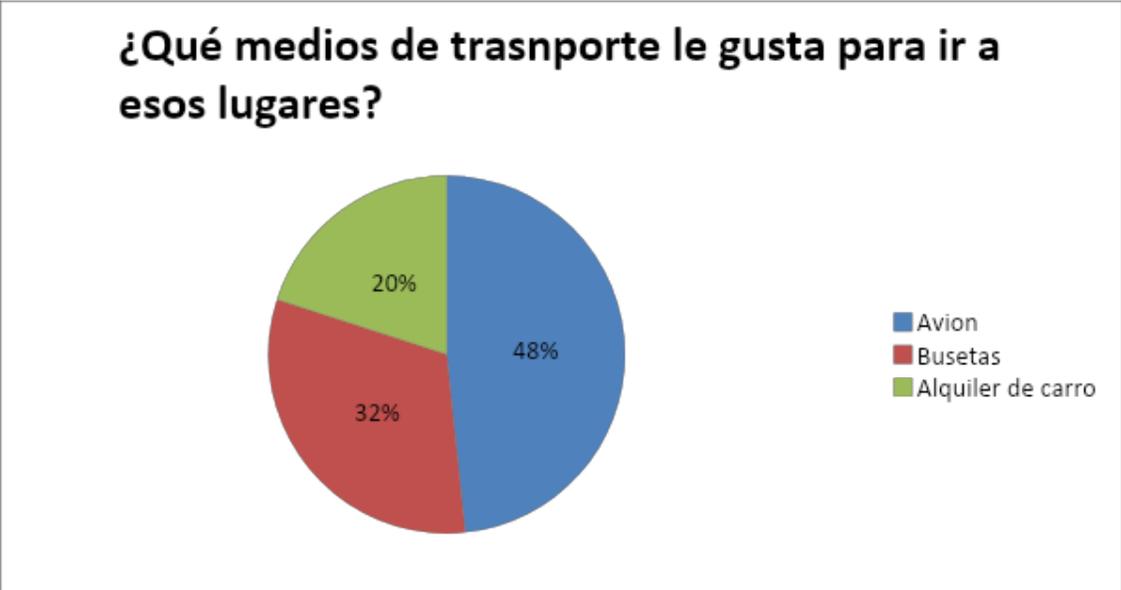
2. La respuesta que más prevaleció fue el Hospedaje, transporte y la alimentación con un 47%. Lo que quiere decir que la gente busca que un plan turístico cubra las necesidades básicas.



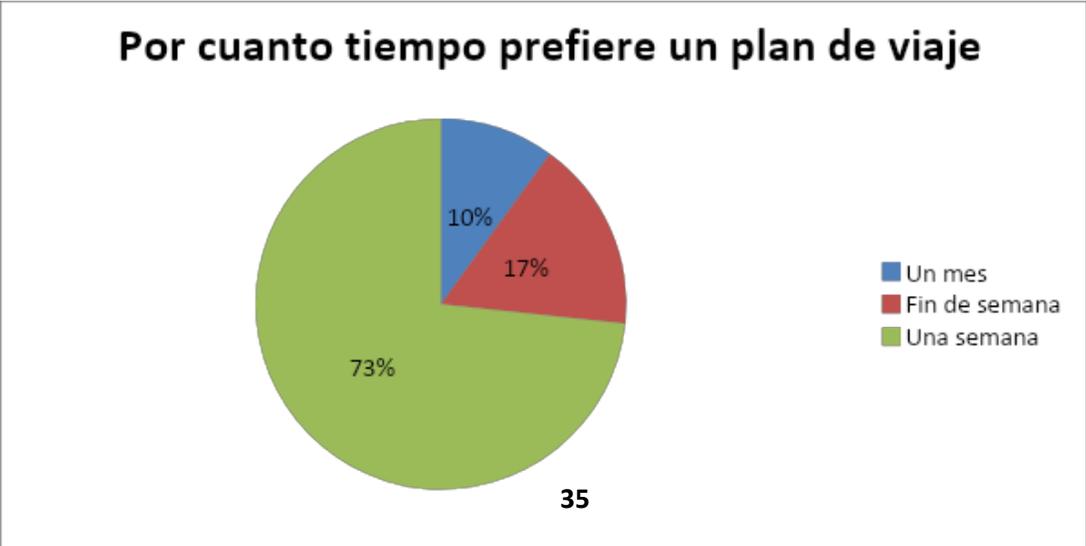
3. La respuesta que más predomina entre los encuestados son las ciudades de Medellín con un 37% y Santa Marta con un 32%. Al parecer estas son las ciudades que generan mayor expectativa y son más interesantes de visitar a la hora de pensar en qué lugar se quieren pasar unas buenas vacaciones.



4. El avión es el medio de transporte favorito entre los encuestados con un 48%. Ya que no solo es rápido sino cómodo a la hora de hacer un viaje, seguido por los buses con un 32% el cual también resulta en un viaje cómodo y en varios casos mucho más barato.



5. El tiempo que en la mayoría de los casos emplean las personas encuestadas en sus vacaciones es de una semana, dicha respuesta se refleja en la encuesta con un contundente 73%. Luego sigue un fin de semana con un 17% y por último está un mes con un 10%. Se especula que tal vez un mes es demasiado tiempo.



## **Conclusiones:**

Los destinos hoy en día son más un concepto percibido que ofrecen una experiencia integrada y para esto La interpretación acertada del entorno, ayudará a establecer de manera correcta los precios, los canales y la comunicación promocional, el tipo y calidad del producto a ofrecer. Por esta razón Colombia tiene fortalezas, como lo son sus recursos naturales y culturales de los cuales puede sacar ventaja, ya que a nivel mundial se encuentra en el puesto número doce en cuanto a atractivos naturales y el 62% del país cuenta con diferentes actividades atractivas como el buceo, patrimonio, lujos, deportes náuticos, luna de miel, convenciones, golf, ferias y fiestas, compras, bienestar, gastronomía, moda, avistamientos de aves y naturaleza. Es decir que a cualquier cliente a nivel internacional y nacional se le puede ofrecer diversidad de productos y esa es una de las ventajas de Colombia como destino. El turismo puede ser un estimulante de la identidad, mostrando a Colombia como un destino paraíso, ya que cada región tiene algo especial que aportar. En otras palabras, o nos preparamos para el futuro o nos quedamos en el presente, pero este es un país que se merece tener más turistas, así como empresarios con mayores negocios. También es importante resaltar los esfuerzos del gobierno por cambiar la imagen del país en ferias internacionales. Es bueno resaltar que Colombia registra avances en algunos subsectores, como el requerimiento de visas, expansión y acceso a internet sobre casi todo el territorio nacional y una apertura de fronteras aéreas. Por lo cual crear una empresa que impulse el turismo en Colombia siempre tendrá algo bueno que ofrecer.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Alcañiz, E, Aulet, X & Simó L (2000) *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC editorial.

Jaramillo, Raúl (2006) *La hora del turismo*. Bogotá: Grupo editorial Norma.

Barreto, M (2007) *Turismo y cultura*. (España) Grupo editorial Colección PASOS edita.

Charles R. Goeldner, J.R. Brent, R (2011) *Turismo planeación, administración y perspectiva*: (España) Grupo editorial Limusa Wiley.

Acerenza, Miguel (1990) *Agencias de viajes*. México. Editorial trillas.

Conde, E, & Covarrubias, R (2003) *La gestión de marketing y la orientación al mercado en hoteles*. Málaga: Editado por la fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.

Guevara, A (2010) *Economía del turismo técnicas y procedimientos de valoración*: (Venezuela) Grupo editorial Ediciones de la U.