

**PROYECTO DE GRADO I
GRUPO 10104
CREACION DE EMPRESA**

AGENCIAS DE VIAJES PARANORMAL

ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

**ERICK MONROY
ANGIE PÉREZ
CAMILA APONTE**

INTRODUCCIÓN

Se abarcara una serie de acciones para poder hallar adecuadamente los implementos necesarios para la creación de una agencia de viajes con temática paranormal. El objetivo principal de esta empresa es poder enseñar historias de misterio haciendo que el cliente interactúe de una forma directa para que comprenda la información de una forma más rápida y dinámica.

1. JUSTIFICACIÓN

Para este proyecto nos enfocamos en el ambiente monótono y en lo aburrido que puede llegar a ser esto después de un largo tiempo, para muchos no es un secreto que muchos universitarios estudian y trabajan, en su poco tiempo libre que les queda después de trabajar para conseguir dinero y costear su estudio nos damos cuenta que muchos de ellos viven una vida bastante estresante, sabemos que tanto el cuerpo y la mente se cansan después de tanto correr por asuntos personales, familiares, laborales, etc.

Estos jóvenes, no solo buscan cuidarse física, mentalmente buscan un poco de diversión, adrenalina, algo que los saque del ambiente tan agotador y aburrido en el que viven.

Por ese motivo queremos saber sus necesidades, y la forma en que ellos aprovechan ese tiempo.

También buscamos beneficios y soluciones actuales que se acomoden a ellos, aun así decidimos preguntar, discretamente en cada entrevista.

Por ese motivo buscamos preguntas, perspectivas que se acomoden para hacer una buena entrevista a cada uno de ellos.

2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT

2.1. PERFILACION DE CLIENTE

Universitarios hombres y mujeres de 18 a 26 años de edad

2.2 IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS STAKE HOLDERS

- Creemos que los jóvenes universitarios buscan adrenalina
- Creemos que los jóvenes universitarios no conocen su historia
- Creemos que los jóvenes universitarios buscan nuevas experiencias
- Creemos que los jóvenes universitarios tienen para integrarse socialmente
- Creemos que los jóvenes universitarios en que ocupar su tiempo libre
- Creemos que los jóvenes universitarios quieren salir de la monotonía

2.3 IDENTIFICACIÓN DE LOS BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS

- Los jóvenes universitarios esperan emociones diferentes a las demás
- Los jóvenes universitarios buscan aportes a información nueva
- Los jóvenes universitarios desean que sea dinámico
- Los jóvenes universitarios buscan que sea un ambiente organizado
- Los jóvenes universitarios esperan responsabilidad en el servicio ofrecido

2.4 IDENTIFICACIÓN DE LAS SOLUCIONES ACTUALES

- Bibliotecas
- Museos
- Sitios Web
- Restaurantes turísticos

2.5 ANÁLISIS DE LAS LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES

- Muchas veces en las bibliotecas la investigación es tediosa y existe poco hábito de lectura
- Es muy corto los recorridos en bibliotecas.
- No transmite mucha emoción en los restaurantes temáticos.
- No hay explicaciones en la mayoría de los trayectos de los museos.

2.6 MERCADO

2.6.1 TAM, SAM, TM

TAM: El servicio que se brindara en la Agencia De Viajes Paranormal, se ofrecerá principalmente a estudiantes universitarios, de rango de 18 a 26 años de edad. Estudios de *Ministerio de Educación Superior*, muestra que hay un aproximado de **2.293.550** estudiantes de educación superior, ya sea carreras técnicas, tecnológicas, profesionales, maestrías, doctorados entre otras.

SAM: Este producto se ofrecerá principalmente a personas naturales de las siguientes características:

Estrato Social: 2-6

Edad: 18 – 26 años.

Preferencias del cliente: Personas con gusto a la aventura; en busca de adrenalina, conocimiento de historia y gusto a actividades de terror.

3. VALIDACION DEL MERCADO

3.1 FORMATO DE ENTREVISTA

NECESIDAD

¿Usted como rompe la monotonía?

¿Usted que hace en su tiempo libre?

SOLUCION ACTUAL

¿Que busca para tener experiencias nuevas?

¿Usted a que recurre para tener información sobre algo?

EXPECTATIVAS Y BENEFICIOS

¿Qué actividades lo emocionan?

¿Cree usted en lo paranormal?

¿Qué lo asusta?

LIMITACIONES O INCONFORMIDADES

¿Cuánto tiempo dedica a la diversión?

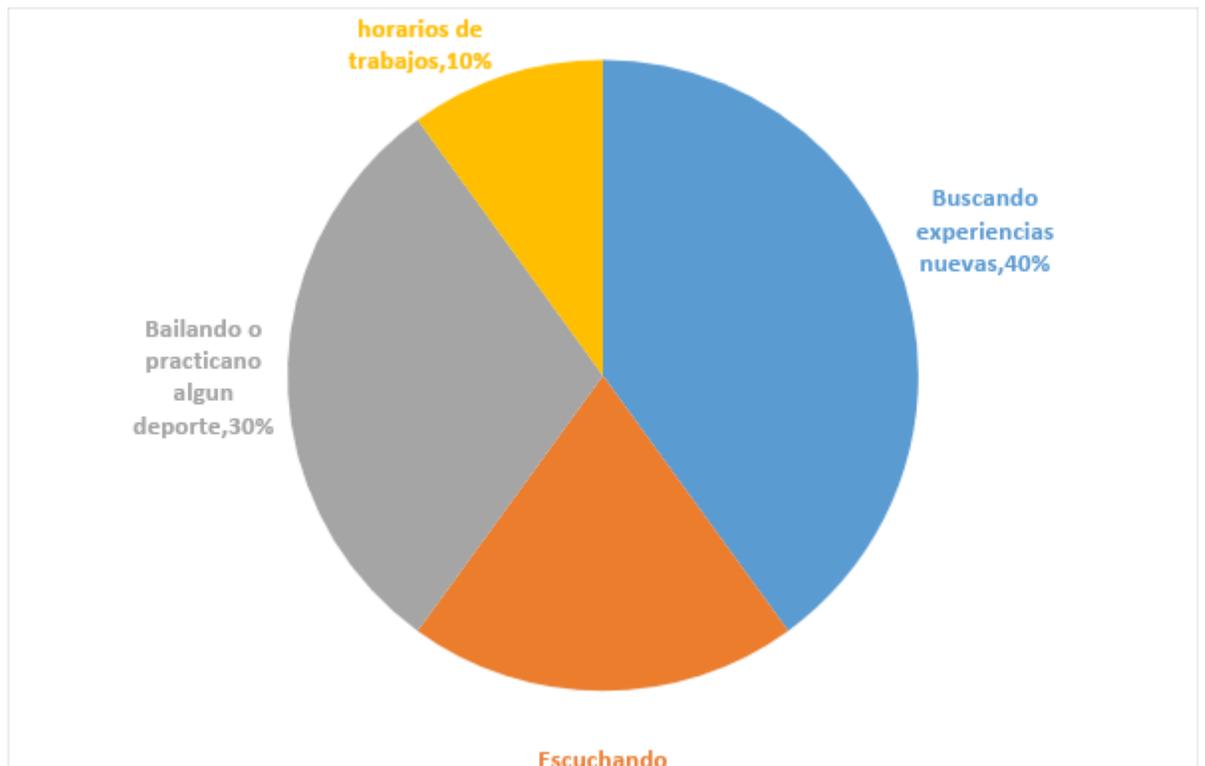
¿Cómo conoce de su historia nacional?

3.2 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RESULTADOS

3.2.1 VALIDACION DE LA IDENTIFICACION DE NECESIDADES

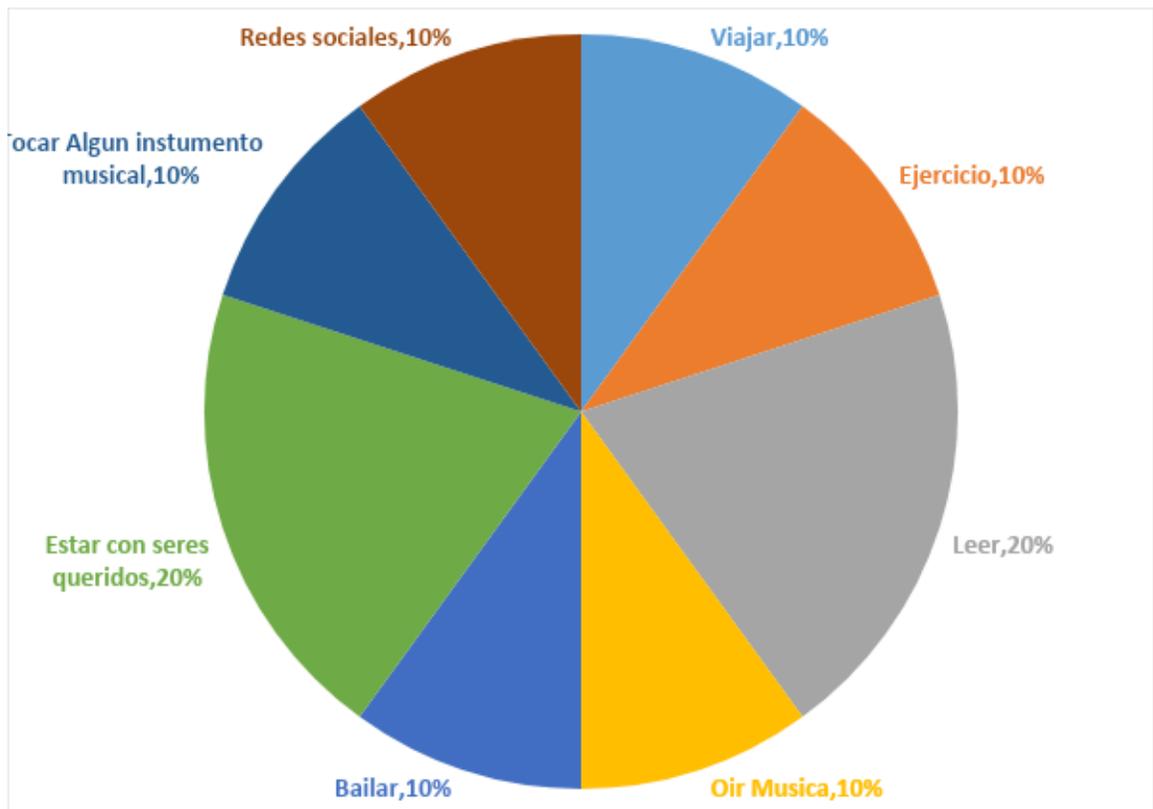
¿Usted como rompe la monotonía?

Hipótesis	Análisis
Encontrar una actividad dinámica en la que nuestros clientes se entretengan de una forma distinta e innovando constantemente.	Los estudiantes universitarios buscan una actividad donde encuentren algo nuevo, que no se encuentre en cualquier lado, algo más exclusivo, sin correr ningún tipo de riesgo físico o mental, pero que aun así genere una adrenalina peculiar.



¿Usted que hace en su tiempo libre?

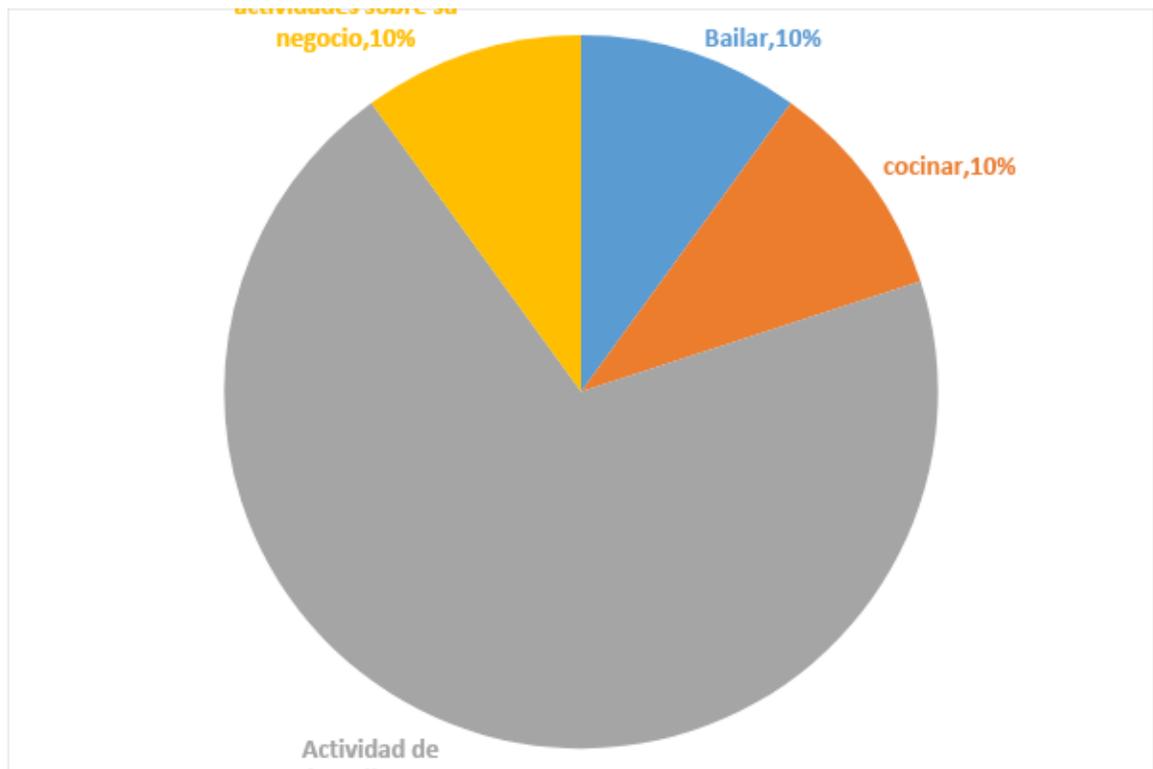
Hipótesis	Análisis
Existen una gran variedad de distracciones que tienen los estudiantes universitarios. Así que hay buscar una variedad en la exposición de nuestro servicio.	En el momento de hacer la encuesta se encontró que cada persona tiene una distracción distinta. Esto hace que para exponer nuestro servicio hay que buscar puntos estratégicos o variedad de lugares donde se pueda ofrecer nuestros servicios.



3.2.2 VALIDACION DE LAS EXPECTATIVAS Y BENEFICIOS

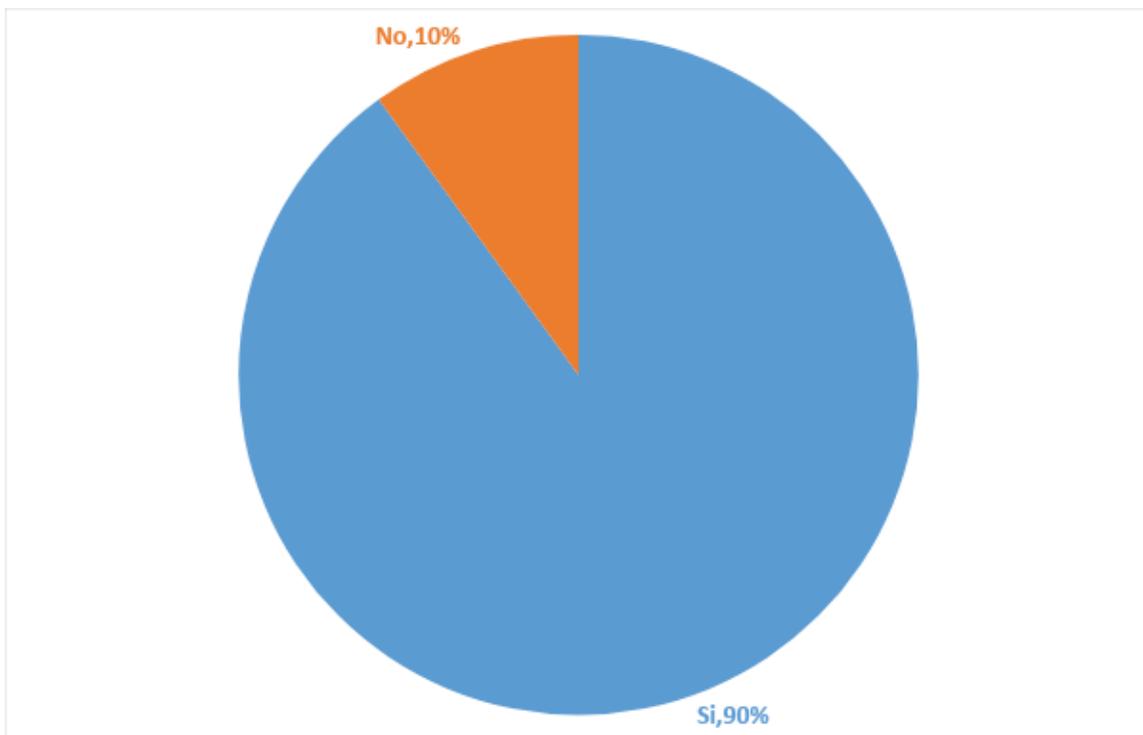
¿Qué actividades lo emocionan?

Hipótesis	Análisis
A base del recorrido, generar una sensación de adrenalina en la explicación de las diversas leyendas locales.	Los universitarios entre los 18 años hasta los 25, buscan de una forma constante un impacto de adrenalina, ya que es poco habitual que algo lo genere e impacte de una forma directa a estos.



¿Cree usted en lo paranormal? ¿Qué lo asusta?

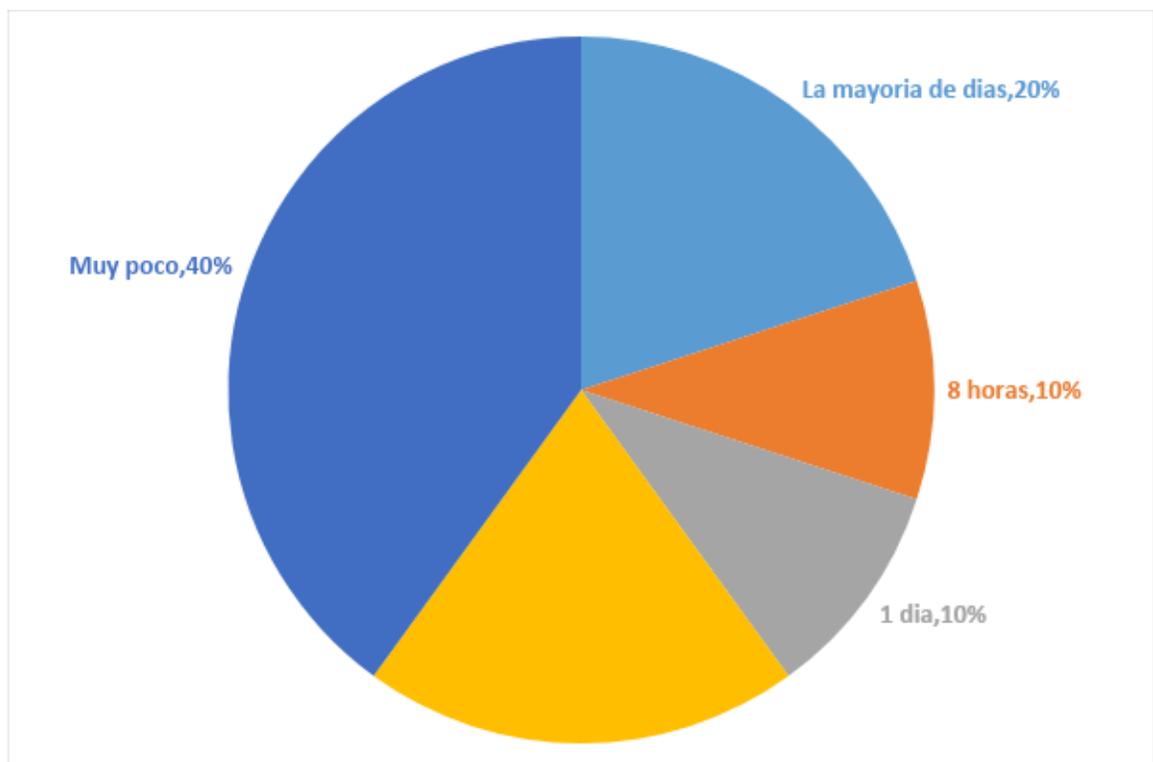
Hipótesis	Análisis
La gran mayoría de personas creen en que exista algo paranormal. Pero hay muy pocas cosas en las que pueden producir una sensación de temor o miedo.	Al transcurrir el tiempo, las personas ya no le temen a historias o leyendas tradicionales de terror, a cambio están basados en conocimientos empíricos, donde ellos mismos son los que exploran tales experiencias. Sin embargo, no niegan de que exista algo que no se pueda explicar de una forma lógica y racional.



3.2.3 VALIDACION DE LAS LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES

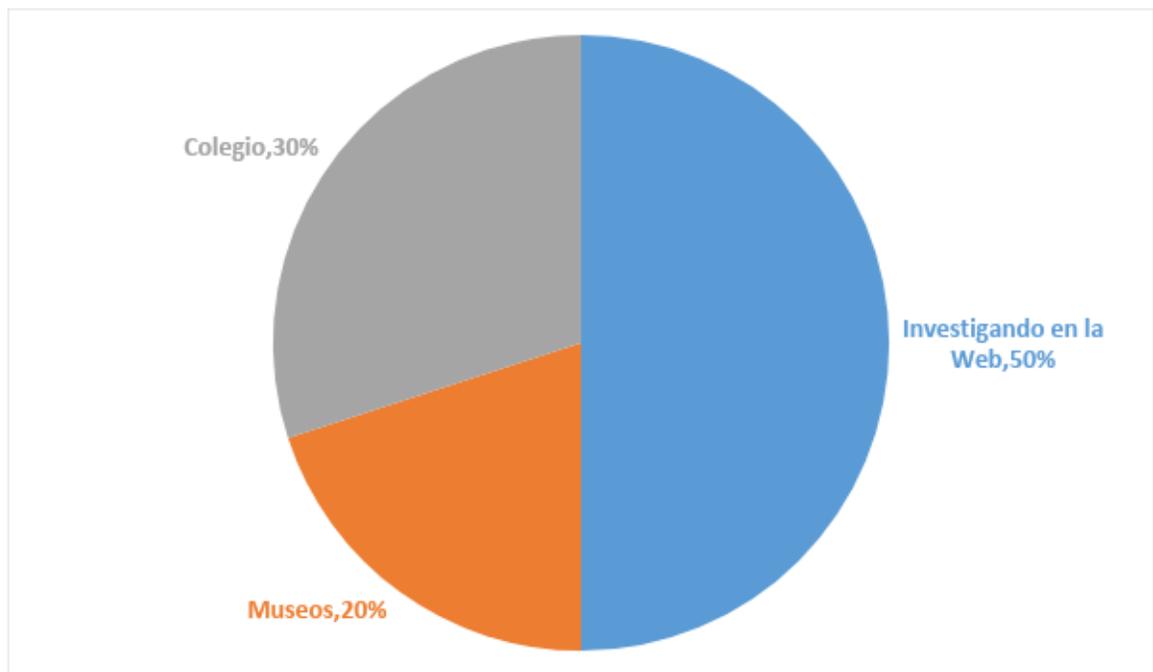
¿Cuánto tiempo dedica a la diversión?

Hipótesis	Análisis
Hay que buscar una facilidad para que nuestros clientes puedan acceder a nuestro servicio de nuestra Agencia de Viajes Paranormal.	Por varias razones de responsabilidades o conocimientos de distracción, los estudiantes universitarios dedican poco tiempo a su diversión. Teniendo una monotonía tradicional, con poca actividades



¿Cómo conoce de su historia nacional?

Hipótesis	Análisis
Muy pocas personas conocen a fondo su historia local en una forma detallada.	Los conocimientos que se tienen sobre la historia nacional, se limitan mucho; ya que solo han tenido la información básica del colegio; cuando tienen algún tipo de duda histórica adicional, hacen una breve investigación (no muy a fondo) de la duda que tiene.



5. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA

5.1 MISION.

Estamos comprometidos con la integridad y buen nombre de los turistas a través de planes paranormales, que los lleve al conocimiento de historias ocultas del mas allá, generando experiencias únicas, para aquellas personas que son amantes de actividades fuera de lo cotidiano, contando con personal capacitado, logrando vivencia única para los turistas.

5.2 VISION.

Llegar a ser una agencia de viajes con temática paranormal líder en el mercado recreativo, reconocida nacional e internacionalmente, por la calidad de servicio, contando con un amplio conocimiento sobre las historias ocultas, brindando conocimientos de parapsicología, así permitiendo mejores experiencias turísticas.

5.3 OBJETIVOS.

5.3.1 OBJETIVO GENERAL.

Extendernos como empresa, dándonos a conocer nacional e internacionalmente.

Ser reconocidos como una empresa del sector turístico, experta en planes paranormales, que ofrece a sus clientes aventura, adrenalina, y confianza, para conocer lugares pocos conocidos, llenando las expectativas de los mismos.

5.3.2 OBJETIVO ESPECIFICO.

Área Comercial	Crear nuevas formas para hacer conocer a la agencia de viajes en diversas universidades.
----------------	--

Área Administrativa	Crear cada semestre incentivos para que los empleados tenga una mejor labor en su cargo.
Área de Recursos Humanos	Producir diversas capacitaciones para que el empleado este actualizado en su cargo.
Área Financiera	Diseñar diversas posibilidades para aumentar ingresos y disminuir los egresos.
Área de producción	Investigar cada 6 meses de por lo menos 3 lugares con historias o leyendas paranormales, para poder crear un nuevo atractivo turístico paranormal.

5.4 VALORES.

- **RESPONSABILIDAD:** Tenemos la responsabilidad con cada uno de nuestros clientes, de cumplir lo pactado en el contrato de venta de los planes turísticos paranormales, teniendo la excelencia como un punto de referencia para nuestra Agencia.
- **COMPROMISO:** Unidos de la mano con la excelencia, buscamos siempre la satisfacción de nuestros clientes, para que sus experiencias sean inolvidables.
- **CREATIVIDAD:** Creando mejores opciones de entretenimiento, permitiendo así que nuestros turistas, vivan realidades que les ayuden a disfrutar más del recorrido.
- **RESPECTO:** Es la base de lo que hacemos, valorando la integridad de cada cliente y empleado, así creando un clima de armonía integral.

- **CALIDAD DE SERVICIO:** Estamos enfocados a satisfacer y superar las expectativas de nuestros clientes, ofreciendo servicios de calidad, llevando de la mano nuestra visión, buscado cada día ser una de las mejores Agencias De Viajes con Tematica Paranormal.

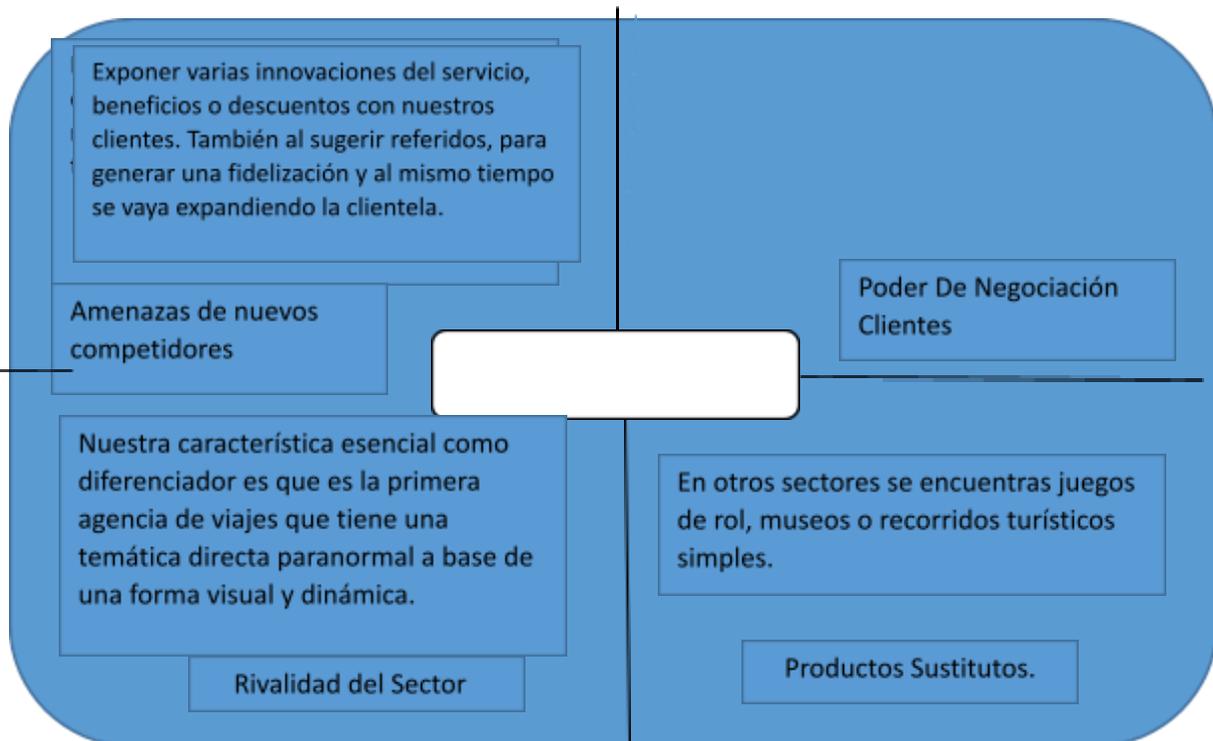
6. ANALISIS DE MACROENTORNO.

6.1 PESTEL

Análisis	Situación
Político	Con base en la ley 181 de 1995 "Por la cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física y se crea el sistema nacional del deporte" se busca encontrar nuevas formas para las actividades del tiempo libre de los Universitarios.
Económico	Al ir creciendo como empresa, se crearán nuevas formas de publicidad y asociaciones internacionales, para fomentar el turismo en Colombia, y viceversa.
Social	Crear con nuestro programa y empresa, diversas formas para fomentar la historia nacional, con una interacción paranormal.
Tecnológico	Con las nuevas actualizaciones tecnológicas, se creará una interacción presencial, con audífonos que tengan sonidos específicos para que la sensación sea más profunda ante el recorrido con situaciones paranormales, teniendo en cuenta los espacios que están fomentados en el establecimiento.

Ecológico	Todos los recursos que se utilicen, va a ser con materiales reciclables o virtuales. Como por ejemplo que el ingreso sea con huella dactilar.
Legal	Estar con toda las documentos correspondientes para elaborar la empresa, tanto para beneficiar a los clientes como para los empleados.

6.2 MATRIZ DE ANALISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER



7. CONCLUSION

Llegamos a la conclusión de que cada una de las personas entrevistadas tanto hombres como mujeres cuenta con poco tiempo libre, algunos de ellos son padres, otros trabajan y estudian, otros solo estudian, pero muchos de ellos buscan sensaciones nuevas, experiencias, algunos les gustan los deportes extremos, otros la cocina, la música, los viajes, pero a ellos estas actividades no les gusta hacerlos solos, les gusta ir en compañía de amigos y familiares, también llegamos a la conclusión de que algunos no han vivido este tipo de experiencias, algunos creen en estas actividades y muchos si no saben una historia la buscan para poder estar informados, de alguna manera no solo se quedan con lo poco que saben, tratan de conseguir información en videos, historias, en otra persona que sepa muy bien cómo fueron las cosas o que pueda darle un poco más de confianza a la hora de mostrarle la verdad.

A esto queremos llegar que nuestro cliente si busca despejar un poco todo el peso que tiene durante la semana y se quiere escapar de la monotonía y los problemas de una manera tranquila, buscando enriquecer sus conocimientos, con una disposición de mente y cuerpo para poder disfrutar en paz de un viaje, una caminata y un respiro del aire libre por la ciudad, muchos buscando relajación en un deporte extremo y sacando lo mejor de sí para disfrutar y ser feliz.

8. BIBLIOGRAFIAS

- [articles-212350_Estadisticas_de_Educacion_Superior_](#)
- <http://activaconocimiento.es/las-cinco-fuerzas-de-porter/>
- <http://www.educacionbogota.edu.co>
- www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3424