

Plan de negocios: Agencia de viajes online Oasis Vital

María Paula Montero Mendoza, Julieth Melissa Fernández Alfonso, Alejandra Escalante Pérez

Creación de empresas 1 50101

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior, Sede Bogotá- centro

Notas del autor

María Paula Montero Mendoza, Facultad Administración Turística y Hotelera,

Julieth Melissa Fernández Alfonso, Facultad Administración Turística y Hotelera, Alejandra Escalante Pérez, Facultad Administración Turística y Hotelera, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior Sede Bogotá- centro

La correspondencia con este plan de negocios debe ser dirigida a María Paula Montero Mendoza

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior- Sede centro Cl. 12b ##4-79, Bogotá

Contacto: maria.monterom@cun.edu.co / julieth.fernandez@cun.edu.co

[/alejandra.escalante@cun.edu.co](mailto:alejandra.escalante@cun.edu.co)

Contenido

Compromisos del autor	4
Resumen ejecutivo.....	5
Claves de éxito	6
Introducción	6
Objetivo general	7
Objetivos específicos	7
1.Analiza el sector	7
1.1ODS de la empresa	8
1.2Valor compartido	8
1.3Análisis PESTEL.....	8
2.Identifica la oportunidad.....	13
Tabla 2.....	14
2.1Árbol de problemas y de objetivos	15
3.Autoevaluación de idea de negocio	19
Tabla 3.....	19
4. Innovación	23
5.Fuerzas de la industria	26
5.1 Contextualización de la empresa	26
5.2 Análisis de la demanda:.....	26
5.3 Análisis de oferta:	27
5.4. Análisis de comercialización	28
5.5 Análisis de los proveedores	28
6.Segmentación del mercado	29
6.1 Buyer persona.....	30
7.Propuesta de valor	34
8.Diseño de producto	39
Precio de venta	44
.....	44
Validación y verificación	45
Producción	47

8. Prototipo	51
9. Plantilla running lean	57
10. Validación idea de negocio	59
11. Técnicas e instrumentos de recolección de información	60
12. ENCUESTA.....	60
13. Tabular y analizar información.....	65
14. Análisis general encuestas	75
15. Conclusiones	76

Compromisos del autor

Nosotras: María Paula Montero Mendoza identificada con C.C 1000573755, Julieth Melissa Fernández Alfonso identificada con C.C 1007134978, Alejandra Escalante Pérez identificada con C.C 1233903849 estudiantes del programa Administración Turística y Hotelera declaramos que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firmas:



Resumen ejecutivo

Oasis Vital: Somos una agencia de viajes online especializada en el turismo de bienestar (Wellness) que se enfoca en vender paquetes turísticos hacia la Isla Salamanca, Magdalena Colombia.

Nuestro portafolio de bienestar incluye destinos apropiados para la mejor atención siempre enfocada en el bienestar físico, mental y espiritual; queremos dar un balance perfecto entre la naturaleza, aventura, cultura y sabor. Buscamos ofrecer seguridad y satisfacción a nuestros futuros clientes, estimular, proveer viajes a la Isla Salamanca, lograr el mejor servicio al cliente, brindar un alto nivel de servicios para personas que buscan experiencias relajantes y espirituales. Nuestro plan de negocios es la respuesta a la problemática del estrés laboral que sufren personas en una oficina; para así lograr un beneficio referente a la salud y al bienestar de nuestro cliente y a su vez creando un beneficio económico tanto para la comunidad empresarial e isleña.

Confiamos en que este plan de negocios obtendrá su éxito gracias a la situación actual del confinamiento ya que después de ese capítulo muchas personas querrán salir de sus hogares y trabajos y así poder relajarse, disfrutar y ver por su bienestar. Para obtener un fácil acceso a nuestros servicios todo será por medio de nuestra página web.

Figura 1



Claves de éxito

1. Estudiar muy bien el mercado actual
2. Trabajar siempre con pasión
3. Trabajar en equipo
4. Velar siempre por el bienestar de nuestros huéspedes y de los habitantes de la Isla Salamanca
5. Saber tomar oportunidades
6. Invertir primero tiempo antes que en dinero.

Introducción

“Los paisajes colombianos son ideales para desconectarse de la rutina diaria. Colombia es el segundo país más biodiverso del mundo lo que permite desarrollar actividades de relajación, descanso, conexión con la tierra, introspección, meditación y baños en paisajes naturales hechos con cascadas y pueblos” (Procolombia, 2018), islas que mantienen sus tradiciones como lo es la Isla de Salamanca, magdalena, el turismo de bienestar es de gran demanda ya que aproximadamente entre un 20% y un 30% de los trabajadores en Colombia sufren de estrés laboral.

En la creación de una empresa se abordó el tema del sector turístico específicamente basado en agencias de viajes de la cual salió la idea de “Oasis Vital” se lograron establecer algunos puntos en específico los cuales nos van a servir para poder ir desarrollando y ejecutando la idea de negocio propuesta.

Palabras clave: Turismo de Bienestar, Estrés laboral, isla, agencia de viajes, estadísticas, Colombia, gran demanda.

Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la creación de una agencia de viajes online enfocada en el turismo de bienestar que se pueda desarrollar en la isla salamanca, magdalena, Colombia

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita conocer la oferta y demanda de nuestro servicio
- Determinar los requerimientos técnicos legales, ambientales para la puesta en marcha y operación de nuestra agencia de viajes
- Realizar un estudio económico con el fin de ver la viabilidad financiera del proyecto propuesto

1. Analiza el sector

Nuestra empresa Oasis Vital percibe los siguientes problemas en el entorno en el que nos encontramos

- Personas que sufren de estrés
- Personas que buscan encontrarse consigo mismos
- Lugares que tienen poco reconocimiento

1.1 ODS de la empresa

Oasis Vital se centra en la ODS de salud y bienestar ya que organizamos viajes en grupo facilitando experiencias de crecimiento interno para conectar con nuestro cuerpo y emociones y así generar experiencias más conscientes y transformadoras, mientras visitamos lugares de sabiduría, en contacto con la naturaleza y la cultura local.

1.2 Valor compartido

Oasis Vital abordara los problemas, retos, necesidades u oportunidades que percibimos en nuestro entorno desde la teoría del valor compartido a las cuales llegamos a la conclusión de:

1.3 Análisis PESTEL

Se llevará a cabo el análisis PESTEL de Oasis Vital:

Análisis políticos: “El turismo en Colombia es uno de los más importantes para la economía nacional, por eso que el Gobierno Nacional está generando proyectos para sostener el sector.

Con la pandemia por coronavirus, el turismo se vio afectado por la baja en la demanda de viajes. Sin embargo, se están proponiendo planes para jalonar el sector.

Raquel Garavito, presidenta del Fondo Nacional de Turismo (Fontur) informó que una de las planificaciones para sostener el sector turístico es la implementación de la campaña “Colombia sin ti no es Colombia”.

El proyecto busca reactivar el turismo interno invirtiendo en los 32 departamentos del país en obras de infraestructura para mejorar la calidad de las visitas.

A través de **la acción** “Compra lo Nuestro”, se brinda ayuda a empresas gastronómicas familiares, artesanos y empresas pequeñas que se dediquen al turismo.

Uno de **los últimos planes** para apoyar al sector es conocer las nuevas costumbres de los turistas nacionales e internacionales para ofrecer así un sello de bioseguridad a los visitantes.

Mediante estas **campañas**, se busca reactivar el sector del turismo, pensando también en el año nuevo y las pascuas de 2021.

Cabe recordar que el Gobierno Nacional dispuso estos **proyectos** de reactivación después de seis meses de Aislamiento Preventivo Obligatorio que dejó a muchas familias sin trabajo.”
(Monroy, 2020)

Análisis Económico: “El negocio de los viajes en Colombia representará US\$ 15.000 millones en en 2024, según estudio El estudio ‘Megatendencias que dan forma al futuro de los viajes: edición de 2019’, de Euromonitor, advierte que el tamaño de este mercado en Colombia es de 11.921 millones de dólares, según lo que se calcula hasta el cierre de este año. Cinco años atrás era de 8.023 millones de dólares, y la firma estima que se llegará a 14.785 millones en los próximos cinco años. Este mercado incluye, de acuerdo a la medición, el transporte, alojamiento, atracciones, ventas y reservaciones en línea, alquiler de carros, actividades y experiencias” (Economía y Negocios , 2019)

Análisis social: “Estados Unidos, México, Argentina y Perú, son los países de donde provienen más turistas extranjeros. De 3.161.527 visitantes no residentes, que han llegado a Colombia entre enero y septiembre de 2019, el 77% corresponden a turistas extranjeros.

Es decir, 2.416.575 corresponden a turistas extranjeros, revelando así un aumento del 4,4% al compararse con los mismos meses del año anterior. Este es un crecimiento superior al del continente americano (2%) y al de Sudamérica (-5%), de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo-OMT.

Actualmente, según Anato, con base en Migración Colombia, los países que más visitan nuestros destinos son Estados Unidos, México, Argentina y Perú. Pese a que el país gaucho ha reportado una disminución en el flujo de visitantes a Colombia debido a su contexto económico, continúa ubicándose en el top, en el tercer lugar. Así mismo, dentro de las naciones que más crecimiento han mostrado, se encuentran Perú con 19%; Canadá con 18%; y los países europeos con un 15%.

“Cada vez los viajeros hablan más de nuestra biodiversidad, de nuestros escenarios únicos que muestran contrastes en los paisajes, la gastronomía y la calidad de su gente. Hemos aprendido sobre la riqueza que tenemos y las oportunidades que tiene nuestro territorio, por eso es preciso que le sigamos apuntando a crear paquetes turísticos que expongan todo nuestro potencial y que satisfagan las necesidades y gustos del viajero extranjero”, explicó Paula Cortés Calle, presidente ejecutiva de Anato.

Como informó REPORTUR.co, los resultados de la Encuesta de Gasto Interno en Turismo en septiembre, para el Segundo Trimestre de 2019 realizada por el DANE, revelaron que el 10% de un total de 21.325.000 de personas mayores de 10 años realizaron turismo interno dentro del país, lo que consideró en su momento la agremiación de agencias “Anato”, era bajo. (Anato: “Se necesita seguir incentivando el turismo interno”).

Así mismo, los principales motivos de viaje reportados en su momento fueron: visitas a parientes o amigos (45.1%); recreación, vacaciones (43.3%); negocios o motivos profesionales (7.5%) y otros motivos (4.1%).

Cortés agregó: “Sin duda, campañas como “Tú Disfruta. Tu Agencia de Viajes se encarga del resto” creada por Anato y #YoVoy del Gobierno Nacional, son una importante herramienta para cambiar la percepción de los colombianos e invitarlos a que descubran el país.

Entendemos que estas razones están ligadas a temas coyunturales, pero persiste un desconocimiento sobre la oferta para los viajeros connacionales y, por ello, las Agencias de Viajes se han preparado para ofrecer un producto turístico que resalte nuestro territorio dirigido al mercado local”, indicó la dirigente gremial.” (R.R, 2019)

Análisis Tecnológico: “Para concluir las tecnologías son de gran ayuda para el turismo ya que nos proporciona y facilita muchas acciones que puedes realizar hasta internacionalmente, al igual que nos ayuda a tener un mejor control con la administración y función de nuestras empresas. Con ello, tenemos como resultado una industria con un servicio de calidad, rápido, eficaz y llenando todos los requisitos y/o exigencias del cliente.” (Glez, 2011)

“Algunas nuevas tecnologías en el turismo son:

- El uso de herramientas de Big Data
- Software ágil para la gestión
- La importancia de las Redes Sociales
- El móvil en el centro de la estrategia
- Chatbots para mejorar la experiencia del cliente
- Realidad virtual y aumentada
- La importancia de las aplicaciones y los sistemas de pago online” (DIGITAL, 2019)

Análisis Ecológico: “Desde el punto de vista ecológico, esta actividad sí tiene impactos ambientales significativos y aunque el turismo tiene una modalidad más "sustentable"; el ecoturismo, también conocido como turismo ecológico, una tendencia turística que se ejerce sin alterar los ecosistemas de los sitios que visitamos, si pensabas que al practicarlo no le harás ningún daño al medio ambiente, estás equivocado. A pesar de que lo intentes, realmente no se puede lograr no impactar de manera negativa en la naturaleza” (Valentini, 2018)

Análisis Legal:

Tabla 1

Tema	Tipo	Número y fecha	Autoridad	Norma
Ley General de Turismo	Ley	300 de 1996	Congreso de la república	Por la cual se expide la ley general de Turismo y se dictan otras disposiciones
Sostenibilidad	Resolución	3860 del 2015	Ministerios de Comercio, Industria y Turismo	Para renovar el registro nacional de Turismo (RNT) en el 2017 se debe implementar y autoevaluar el cumplimiento de los requisitos exigidos por la norma

Norma técnica	NTSH-08	2006	Ministerios de Comercio, Industria y Turismo	Alojamientos rurales, requisitos planta y equipo
Categorización	Resolución	0657 del 2005	Ministerios de Comercio, Industria y Turismo	Por lo cual se reglamenta la categorización por estrellas de los establecimientos hoteleros o de hospedaje que prestan sus servicios en Colombia.
Explotación Sexual	Ley	1336 de 2009	Congreso de la Republica	Por la cual se adiciona y robustece la ley 679 de 2001, de la lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños, niñas y adolescentes.

2. Identifica la oportunidad

Se realizó un esquema en donde se añadieron los problemas que presenta el entorno y se calificó de 1-5 para así al final poder determinar el tema más favorable a trabajar

Tabla 2

Criterio	Problema 1 Personas que padecen de estrés laboral	Problema 2 Deficiencia de salud mental	Problema 3 Activar sector económico y ambiental de la Isla Salamanca magdalena
Conocimiento o experiencia	5	4	5
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿y lo tenemos?)	5	5	2
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿tenemos acceso a información/datos/cifras?, ¿puedo darle alguna solución?)	5	4	2
Tiempo (posible solución)	4	2	4
Costos (posible solución)	5	4	4

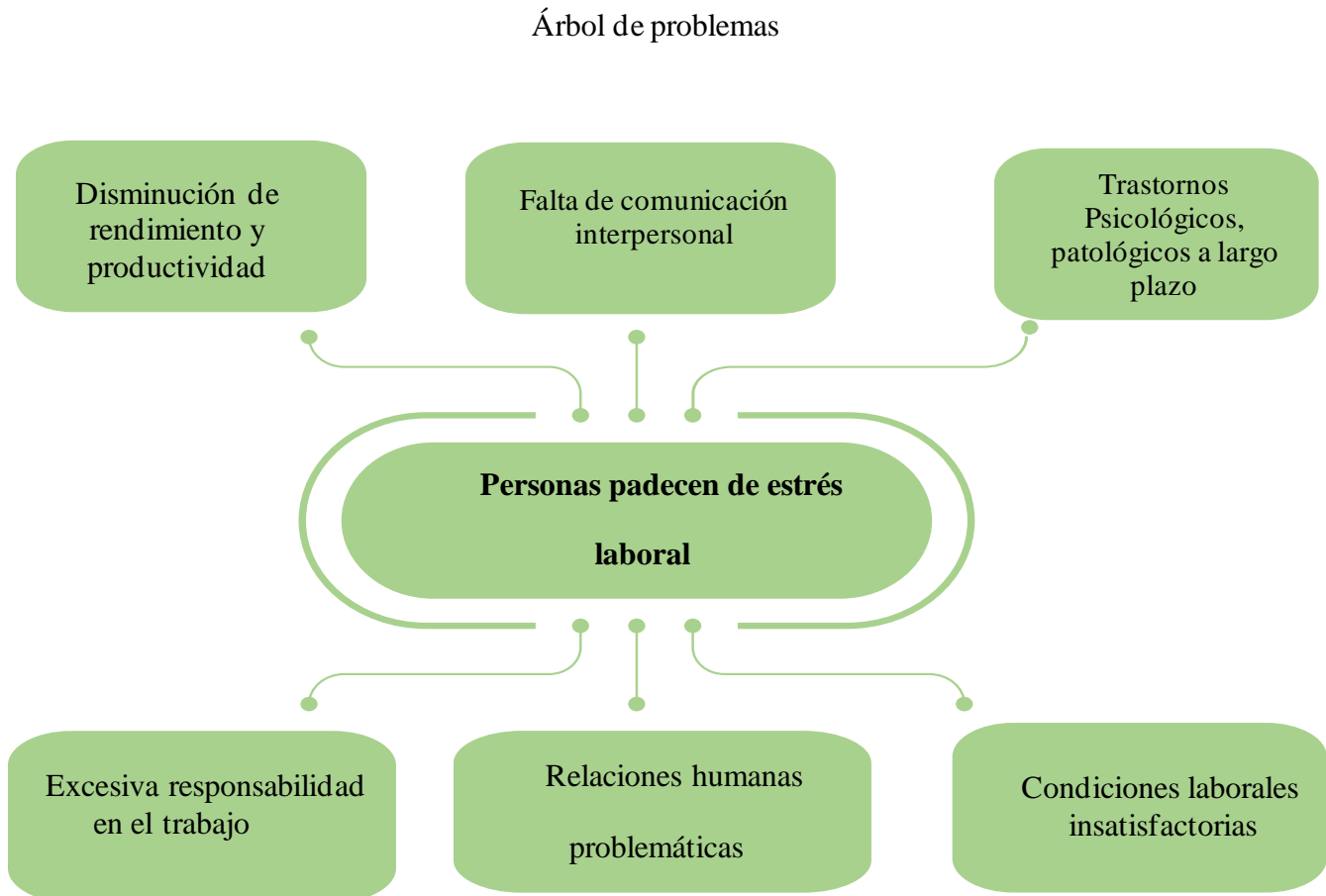
Impacto ¿Es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	5	2	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
TOTAL	34	26	27

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de los problemas del entorno

2.1 Árbol de problemas y de objetivos

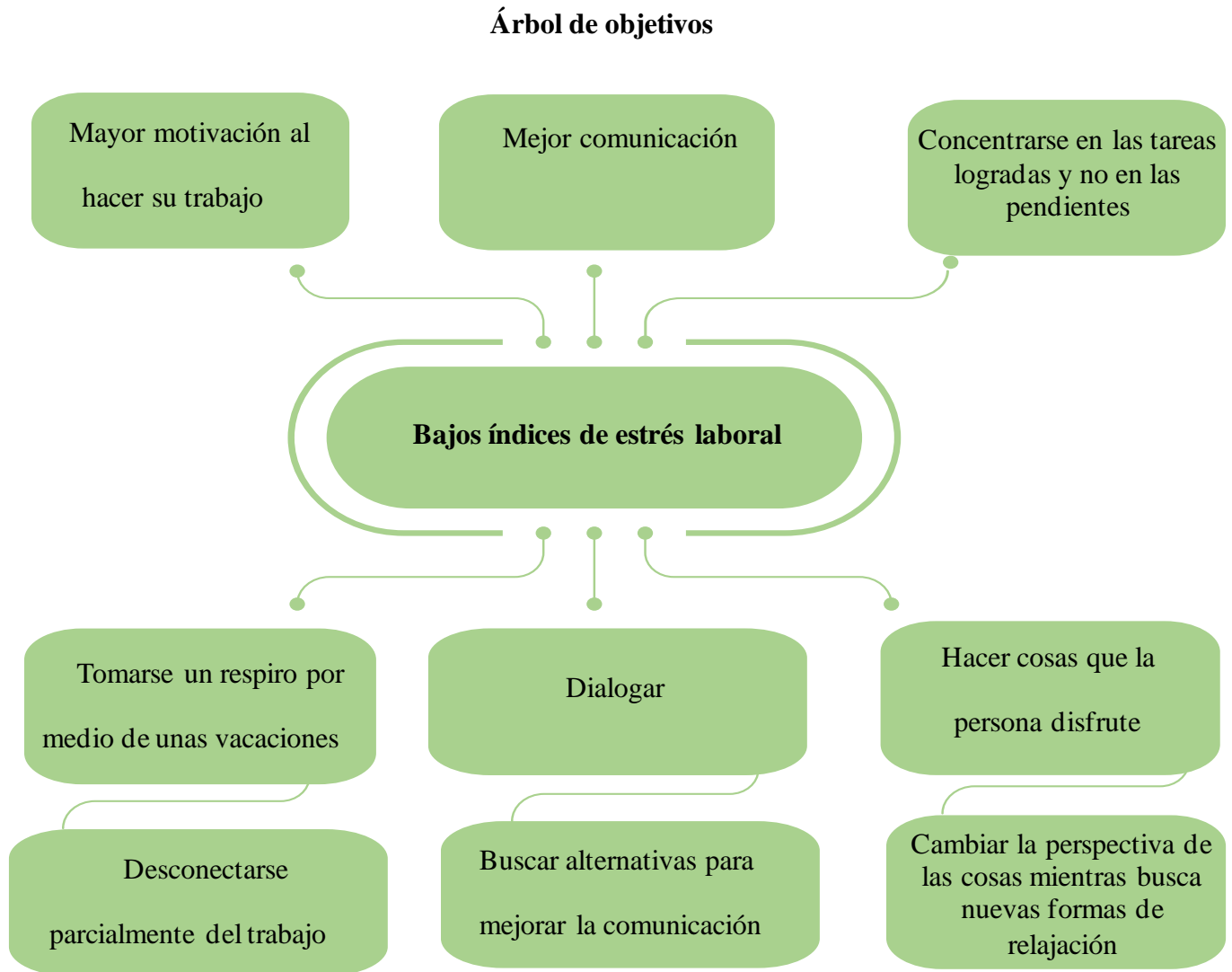
El árbol problema y oportunidades nos ayudará a identificar un problema central la cual se tratará de solucionar analizando relaciones tipo causa efecto que en este caso es “personas que sufren de estrés laboral”

Figura 2: Árbol de problemas



Fuente: Elaboración propia a partir de la información del problema central

Figura 3: Árbol de objetivos



Fuente: Elaboración propia a partir de la información del problema central en positivo

Pregunta problema

¿Cómo tratar de disminuir el estrés laboral situado en un ambiente de trabajo complejo?

Reto1: ¿Cómo mejorar la cobertura de conexión de internet y telefonía para que estas mismas nos puedan ayudar como herramientas para poder tener comunicación con nuestros clientes?

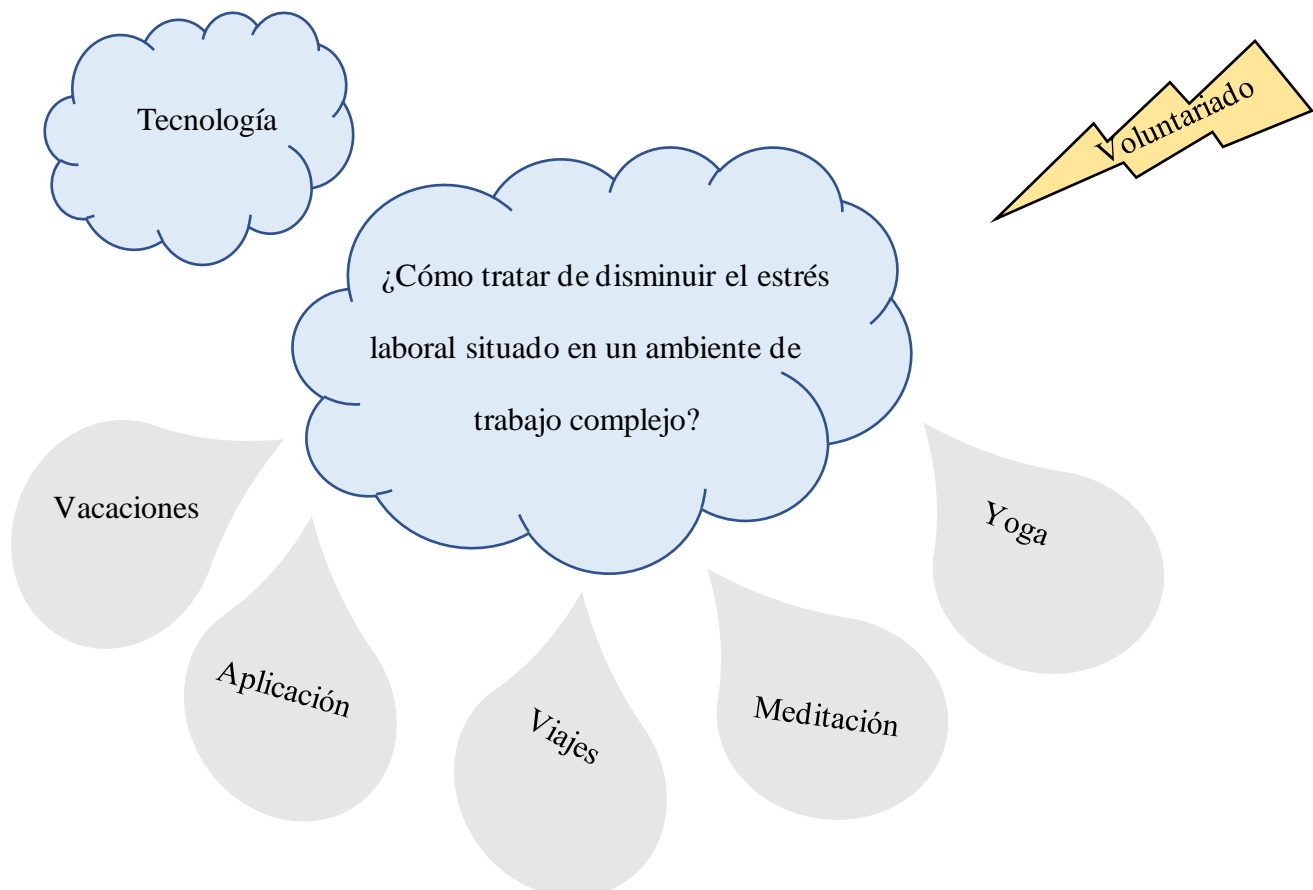
Reto2: ¿Que métodos podremos apropiar para la perfecta inclusión de cada uno de nuestros clientes/huéspedes?

Reto3: ¿Qué tipo de organización optara Oasis Vital para llevar acabo perfectamente las clases sobre el cuidado ambiental?

Lluvia de ideas

Se aplicará una técnica de ideación para lograr tener más ideas al respecto al problema central

Figura 4: Lluvia de ideas



Fuente: Elaboración propia a partir de lluvia de ideas

3. Autoevaluación de idea de negocio

Con las ideas más claras se logró realizar una idea de negocio la cual se va a autoevaluar con el siguiente cuadro

Tabla 3

Interés/ Disposición Afirmaciones	Escalas de Valoración				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer	1	2	3	4	5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	2	3	4	5
Considero que en 6 meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	1	0	0	1	2

	A	B	C
Total, de afirmaciones valoradas en 1	1	1	1
Total, de afirmaciones valoradas en 2	0	2	0
Total, de afirmaciones valoradas en 3	0	3	0
Total, de afirmaciones valoradas en 4	1	4	4
Total, de afirmaciones valoradas en 5	2	5	10
		Puntaje total	15

Fuente: Elaboración propia

Interpretación del puntaje total: tenemos una idea de negocio que nos interesa realmente y vamos a continuar realizándola

Estructura la idea

Se realizará una indagación sobre la estructuración y presentación de nuestro servicio que son paquetes turísticos hacia la Isla de Salamanca

Tabla 4

¿Cuál es el producto o servicio?	Paquetes turísticos hacia la isla de Salamanca especializados en disminuir el estrés
¿Quién es el cliente potencial?	Personas con problemas de estrés severo, que aproximadamente se trata de un 20% a 30% de los trabajadores en Colombia.
¿Cuál es la necesidad?	Satisfacer la necesidad de sentirse bien con ellos mismos, sentir tranquilidad y no caer en colapsos de estrés.
¿Como funciona el producto o servicio?	Consulta previa para poder agendar al viaje según las necesidades, actividades especiales para pasar el tiempo.
¿Por qué lo preferirían?	Porque podrán contar con el apoyo de psicólogos capacitados en el tema, diferentes especialistas, clases de yoga, meditación y actividades de conexión con la naturaleza, más apertes disfrutar de hermosas vistas en la Isla de Salamanca

Fuente: Elaboración propia a partir de investigaciones sobre el estrés en Colombia y métodos

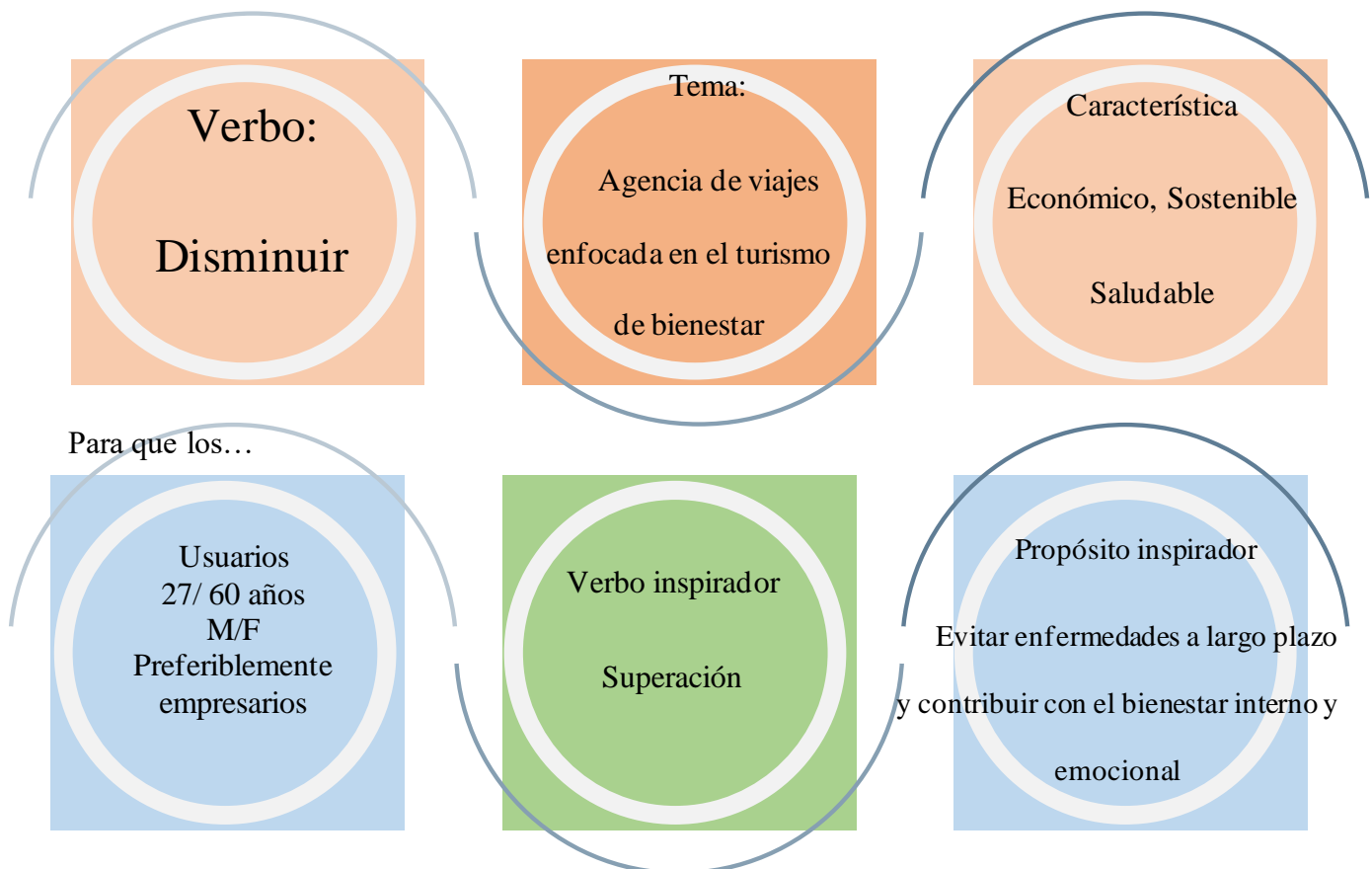
Evitarlo

Según cifras de la OMT se dice que las personas que sufren más estrés son las personas que están en el ámbito laboral, se puede decir que preferirían nuestro servicio ya que les traerá más relajación y bienestar consigo mismo.

Idea de negocios estructurada

Continuando con el tema de estructurar una idea se realizó un esquema de la idea de negocio más consolidada Figura 4

¿Cómo tratar de disminuir el estrés laboral situado en un ambiente de trabajo complejo?



Fuente: elaboración propia a partir de estadísticas y porcentajes de personas que sufren de estrés

En el mercado del turismo de bienestar se destacan los usuarios de entre 27/60 años ya que tienen una situación económicamente estable pero igualmente sufren de estrés laboral.

4. Innovación

Desarrollaremos 4 alternativas a nuestra idea de negocio inicial, nos estaremos guiando con las estrategias de innovación presentadas para así poder tener en cuenta que una nueva idea puede salir de combinar diferentes estrategias:

1. Agencia de viajes enfocada al voluntariado en donde personas de diferentes países quieran y estén interesados en ayudar a las personas de la Isla de Salamanca, Colombia, podrán compartir cosas de su cultura y ayudar a deficiencias que tengan los isleños para que más adelante se mejoren esos aspectos como enseñar en las escuelas diferentes idiomas, y estilo de vida.
2. Crear una aplicación/ página en donde los isleños puedan hacer postulaciones para empleos nacionales/internacionales ya que en la isla hay poca demanda en empleo. Personas que estén interesadas en viajar con nosotros que tengan una empresa o un negocio voluntariamente accederán al sitio web o aplicación y podrán hacer vacantes de empleo para sus negocios a personas de la Isla Salamanca uno de estos beneficios es que contarán con el 50% del viaje deseado.

Contaremos con una persona especializada en el área de trabajo la cual le hará seguimiento a las personas que accedan a las vacantes cerciorándose de que todo esté en regla y con las mejores condiciones.

3. Destinar un porcentaje de las ganancias anuales a proyectos sociales que podrán sustentar mejor la educación de la Isla Salamanca
4. Comprar un software de realidad virtual en donde las personas que vengan a nuestra agencia de viajes y quieran cotizar algunos paquetes puedan probar gafas de realidad virtual y puedan tener una experiencia única conociendo virtualmente la Isla de Salamanca
5. Trabajarán con nosotros algunas familias de la isla las cuales les pueden servir de anfitrionas a las personas que viajen con nosotros para así poder tener un intercambio de cultura mas cercano

Se realizó una investigación en las diferentes agencias de viajes que ofrecen turismo de bienestar en Colombia (competencia) así mismo comparamos sus precios y cercanía con nuestra empresa

Tabla 5

Nombre de la competencia	Servicio	Ubicación
CJ tours	Agencia de viajes (ofrecen una amplia gama en donde se destacan la línea corporativa y la línea vacacional)	Antioquia
Living Trips	Agencia de viajes	Risaralda
Wellness Trip Colombia	Agencia de viajes (Realizan viajes de conexión, relajación, transformación e interconectados a través de la naturaleza, las culturas, las tradiciones de los territorios; promoviendo el respeto y cuidado de los mismos.)	Risaralda
Lamar Tours	Agencia de viajes (especializada en la planeación, organización y ejecución de planes de viajes de bienestar, salud, negocios, familiar, aventura o placer, dentro y fuera de Colombia.)	Santander

Fuente: Elaboración propia con información de wellness Colombia

Conclusión con respecto a las competencias

Se puede concluir a partir de la tabla anterior que contamos con competencia en el área de turismo de bienestar, pero son muy pocas las empresas que van más allá de vender paquetes y que se preocupen por el bienestar de sus clientes potenciales.

Tabla 6

Oasis Vital	Competencia
Oasis vital trabajara con paquetes turístico enfocado en el bienestar de nuestro cliente potencial que oscilara aproximadamente entre 3.500.000 con una duración de 7 días, donde las actividades que se realizarán serán de tipo: avistamiento de aves, actividades de espiritualidad y conexión, actividades cuerpo-mente, ecología y aventura, crecimiento personal y entre otras. También vendrá incluido la estadía del hotel, traslado y alimentación.	Las competencias demás mostradas se enfocan más en vender paquetes ya preestablecidos sin tanto detalle en el bienestar del cliente potencial, 2 días 1 noche esta aproximadamente entre 420.000 y cubre solo la estadía por esos días y algunas actividades que no son muy completas para lo que se requiere en el tratamiento de un paciente que busca bienestar.

Fuente: Elaboración propia a partir de investigaciones sobre costos de paquetes turísticos de la competencia

Según lo analizado anteriormente sobre la competencia en el área, nuestras ideas innovadoras y lo que ya hay en el mercado destacamos las siguientes ideas que nos pueden hacer sobresalir más de la competencia las cuales son:

1. Crear una aplicación/ página en donde los isleños puedan hacer postulaciones para empleos nacionales/internacionales ya que en la isla hay poca demanda en empleo. Personas que estén interesadas en viajar con nosotros que tengan una empresa o un negocio voluntariamente accederán al sitio web o aplicación y podrán hacer vacantes de empleo para sus negocios a personas de la Isla Salamanca uno de estos beneficios es que contarán con el 50% del viaje deseado.
2. Trabajarán con nosotros algunas familias de la isla las cuales les pueden servir de anfitrionas a las personas que viajen con nosotros para así poder tener un intercambio de cultura más cercano
3. Comprar un software de realidad virtual en donde las personas que vengan a nuestra agencia de viajes y quieran cotizar algunos paquetes puedan probar gafas de realidad virtual y puedan tener una experiencia única conociendo virtualmente la Isla de Salamanca

5.Fuerzas de la industria

5.1 Contextualización de la empresa

OASIS VITAL, es una empresa dedicada hacia el bienestar mental, tiene una estabilidad económica modesta, es una empresa de mediana amplitud ocupa el 2,1% del Producto Interno Bruto del país, y se encuentra ubicada en la isla de salamanca (magdalena).

5.2 Análisis de la demanda:

Oasis Vital Tiene como objetivo buscar o atraer personas, interesadas en su bienestar mental, emocional y espiritual (personas que actúan bajo los secuestros emocionales), que creen que con ayuda de nuestros paquetes de viajes podrán distraerse y relajarse con merecidas vacaciones. Es empresa de mercado medio que busca crear una buena demanda que conlleve compradores fijos,

nuestra idea de negocio si tendrá lugar ya que actualmente se presenta un alto índice de estrés laboral en Colombia.

El turista de bienestar es una persona mayor de 30 años, que ha viajado al exterior en el último año y en alguno de sus viajes internacionales ha pagado por dos o más actividades enfocadas en bienestar.

Tabla 7

Nacionalidad	Muestra efectiva
Alemania	106
Estados Unidos	105
España	102
Brasil	101
Francia	101
México	100
Otros	33
Total	648

Fuente: Procolombia

5.3 Análisis de oferta:

A nivel Colombia hay 4 agencias especializadas en el área de turismo de bienestar ejemplo: Cj tours, Lamar Tours, Living Trips, Wellness trip Colombia; con estas empresas tendríamos que afrontar competencias directas como lo son las ventas online de paquetes turísticos, promoción de la empresa por medios online (redes sociales, páginas web, aplicaciones). Oasis Vital buscara trabajar en lo posible con una persona de marketing la cual nos pueda tener siempre actualizados en las nuevas tendencias tecnológicas para así poder proyectar mejor nuestra empresa.

Tabla 8

Nombre del competidor	Servicio	Precio x 1 día (Paquete turístico)	Servicio – (ventaja competitiva)	Ubicación
Cj Tours	Agencia de viajes	Desde 420.000	Ofrecen una amplia gama en donde se	Antioquia

			destacan la línea corporativa y la línea vacacional	
Living trips	Agencia de viajes	Desde 550.000	Creamos experiencias únicas. Transporte especializado, viajes de incentivos, viajes por Colombia y el mundo, eventos MICE, alquiler de sonido y más	Risaralda
Wellness Trip Colombia	Agencia de Viajes	Desde 600.000	Agencia de viajes (Realizan viajes de conexión, relajación, transformación e interconectados a través de la naturaleza, las culturas, las tradiciones de los territorios; promoviendo el respeto y cuidado de los mismos.)	Risaralda
Lamar Tours	Agencia de Viajes	Desde 500.000	Especializada en la planeación, organización y ejecución de planes de viajes de bienestar, salud, negocios, familiar, aventura o placer, dentro y fuera de Colombia	Santander

Fuente: Elaboración Propia a partir de investigación de paquetes turísticos de bienestar

5.4. Análisis de comercialización

5.5 Análisis de los proveedores

Según investigación llegamos a la conclusión de que los proveedores que podrían ayudarnos en la creación de nuestro servicio turístico online son:

- Transporte: Alkiautos empresa de alquiler de autos ubicada en barranquilla \$ desde 100.000 pesos, renta car empresa de alquiler de autos ubicada en santa

marta, \$ desde 100.000 pesos.

- Alcaldía municipal del Magdalena
- Hotel: Hotel Casa Colonial (Barranquilla): 125.000 pesos la noche
- Instructores de Yoga y meditación: Yoga Caribe (barranquilla): 20.000 x hora
- Aerolíneas: Avianca, LAN
- Computador con Windows : Fallabella 2.000.000
- Licencia anual para software Antivirus: Panda . 120.000 xmes
- Licencia anual para software MS-Office: Office 179.999 (x mes)
- Internet: Movistar 173.400 (x mes)
- Telefonía: Movistar 79.900 (x mes)
- Valor dominio (.com) : GoDaddy 35.059 (x año)

6.Segmentación del mercado

Oasis Vital para la segmentación de su mercado hizo un análisis en donde destaca 9 bondades que ofrece nuestro producto


- **Apoyo:** Un equipo profesional te apoyará y guiará en tus esfuerzos para alcanzar tus metas de bienestar.
- **Desconexión:** Con nuestras múltiples actividades te ayudaremos a desconectarte de las tensiones y distracciones de la vida cotidiana
- **Relajación:** Viajar hace que nuestro sistema inmunológico recupere un poco las fuerzas
- **Apoyo al Turismo sostenible:** fomenta el consumo responsable y logra un desarrollo equilibrado con el medio ambiente
- **Ayuda a disminuir la tasa de desempleo en la Isla de Salamanca:** Las personas que viajen con nosotros tendrán la oportunidad de llevarse con ellos a jóvenes aspirantes de la Isla Salamanca para así poderles ofrecer un buen empleo en sus empresas
- **Encontrarse con uno mismo:** Te ayudáramos a redescubrirte y darte cuenta de lo que es importante en tu vida
- **Apoyar sector económico de la Isla de Salamanca:** Optaremos por tener proveedores artesanales para abastecer nuestro hotel preferiblemente que sean propios de la Isla de Salamanca o de sus alrededores.
- **Ayudar a cuidar los recursos naturales de la Isla de Salamanca:** Se crearán grupos de apoyo para limpieza a profundizar de la Isla a raíz de su incendio reciente, también se prestará charlas de concientización para el buen cuidado de esta.

- **Apoyo educativo:** Destinar un porcentaje de las ganancias anuales a proyectos sociales que podrán sustentar mejor la educación de la Isla Salamanca

6.1 Buyer persona

Nos daremos una idea a partir de un esquema de cómo será nuestro cliente ideal al cual estaremos destinados a ofrecerles nuestro producto

Tabla 9

<p>Inserte una foto del cliente (Empresarios con estrés laboral)</p> 	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene muy poco apoyo en su empresa y eso lo hace estresarse • Miedo al fracaso • Perder o ganar mucho dinero • Sentimientos de desesperanza o abandono • Cansancio y falta de energía 	<p>Desea, necesita, anhela y sueña.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sentirse realizado consigo mismo y con su negocio • Control personal y financiero • Superación de problemas emocionales
<p>Demográficos y Geográficos</p> <p>Empresarios con estrés: 27- 60 Sexo: Masculino, que se encuentren en cualquier región de Colombia</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y porque es importante para ellos?</p> <p>Buscan su superación de problemas emocionales, a partir del turismo de bienestar, buscan</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p>Con actividades prestadas en nuestros paquetes turísticos contaremos con actividades relacionadas</p>

	relajación, estar bien consigo mismos.	con las conexiones con la naturaleza y diferentes culturas. La barrera se podría presentar si ellos deciden no recibir la ayuda que les brindamos.
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p> <ul style="list-style-type: none"> • “No hay nada más deprimente que tenerlo todo y aun sentirse solo” • “Las creencias limitantes interfieren en nuestro desarrollo personal y, por tanto, en nuestra felicidad.” 		
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que sean personas que estén dispuestas a ayudar a la Isla en aspectos, ambientales y de desempleo. • Que sean personas que estén dispuestos a participar de todas las actividades sin objeciones 		

Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas sobre el estrés laboral en Colombia y el turismo de bienestar

Podemos encontrar a nuestro cliente ideal (empresarios que sufren de estrés) en lugares que recurrentemente transitan como: oficinas, compañías y empresas multinacionales; de estos clientes buscamos que posean los siguientes valores ya que así será más ágil y más fructífero su proceso de superación

- Paciencia
- Honestos
- Voluntad
- Perseverancia
- Superación
- Optimismo

En el diario vivir de nuestro cliente empresario, prima su familia (hijos, esposa, padres etc..) estos hacen gran parte de su día a día, aunque no están mucho tiempo juntos, en el ámbito laboral el empresario convive con: compañeros de trabajo, socios, futuros compradores; en el ámbito laboral se mantiene un frecuente ambiente de tensión y estrés; nuestro cliente al acudir a nosotros busca que se satisfagan sus necesidades las cuales son:

- Poder recuperar un poco de tranquilidad
- Tener espacio solo para el
- Sentirse bien consigo mismo
- Encontrar la felicidad
- Superarse el mismo y a los problemas

Obtuvimos una relación entre las bondades que ofrece nuestro servicio y entre nuestro cliente ideal en el sentido en que nuestros servicios siempre buscaran darles el apoyo que necesiten en todas las formas posibles mediante las actividades de nuestros paquetes turísticos las cuales son: actividades sostenibles para la conexión con la naturaleza. Oasis vital busca que nuestro cliente se conecte más con los habitantes de la isla y se una a nuestro propósito de reactivar el sector económico y ambiental de la isla salamanca, a partir de la solución del problema principal surgirán nuevas ayudas las cuales son: apoyo ambiental, desempleo, educación y todo esto lo lograremos con los recursos que logremos recaudar y por supuesto con ayuda de nuestros clientes potenciales que se ofrezcan a colaborar.

Estos actores del mercado ofrecen servicios turísticos similares al de Oasis Vital

- CJ Tours
- Lamar Tours
- Living Trips
- Wellness Trip Colombia

Según estudios de la OMS (Organización Mundial de la Salud) se estima que 1 de cada 5 trabajadores en Colombia sufre de estrés laboral y fatiga, siendo estos los factores más perjudiciales para la salud de los trabajadores y detonantes para los altos índices de rotación de personal en las organizaciones; estos oscilan entre 27/60 años y también se realizaron encuestas a nivel mundial, en la que se comprobó que el 58% de las compañías experimento un incremento significativo del estrés laboral en los últimos 2 años. Según el informe, el 64% de los empleados en Pymes reportaron mayores niveles de estrés, contra 60% de la gente que trabaja en empresas multinacionales. Esto se debe a la ansiedad de retener ingresos suficientemente altos para que las Pymes sobrevivan.”

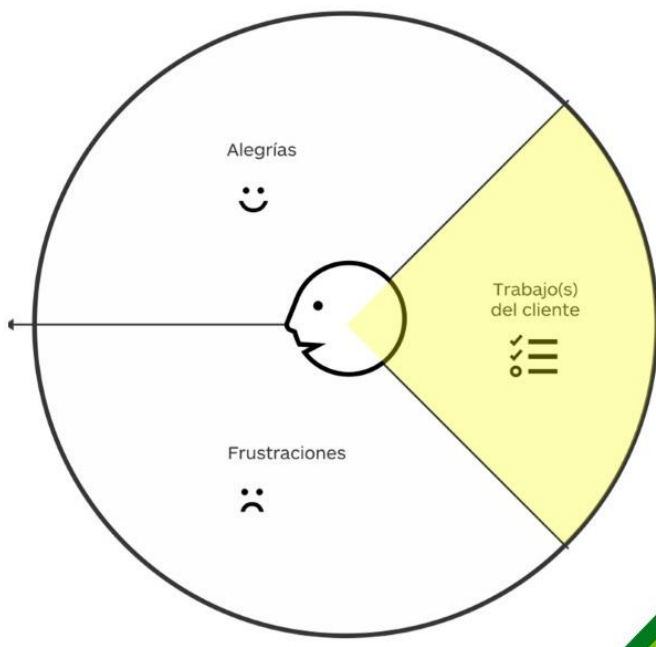
Según las investigaciones sobre el estrés laboral y el turismo de bienestar, el alto potencial de personas que puede adquirir nuestro producto son los empresarios, personas que pasan mucho tiempo en oficinas y personas recargadas de trabajo que se estima que son el 33% de los trabajadores en Colombia contando que 3% de estos definitivamente supliría sus necesidades con nuestro servicio.

7.Propuesta de valor

Se utilizo la propuesta de valor como una herramienta para poder destacar las ventajas de la empresa y de que manera puede aportar a nuestros clientes

Personas que trabajen una empresa y sufran de estrés laboral

Figura 5

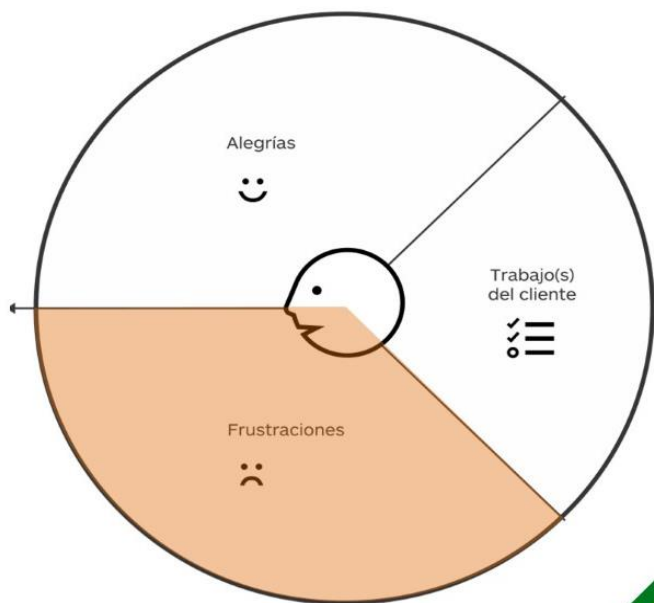


Fuente: strategyzer.com

Trabajo del cliente

- Trabajar en empresa
- Estudiar
- Generar ingresos
- Eliminar estrés
- Posicionar a su compañía para generar estatus
- Salir de la monotonía
- Encontrar paz mental
- Sentirse competente
- Verse servicial

Figura 6

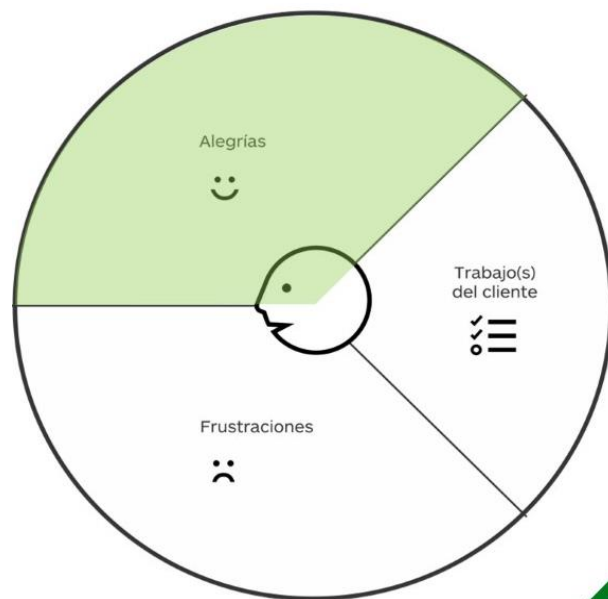


Fuente: strategyzer.com

Frustración

- No tiene tiempo para realizar actividades
- No conseguir su objetivo esperado
- Sentirse invadido en su espacio
- Dudar de las capacidades del personal
- Contar con un nivel de estrés muy alto
- No sentirse satisfecho con los resultados
- No sentir afinidad con de personal de ayuda

Figura 7

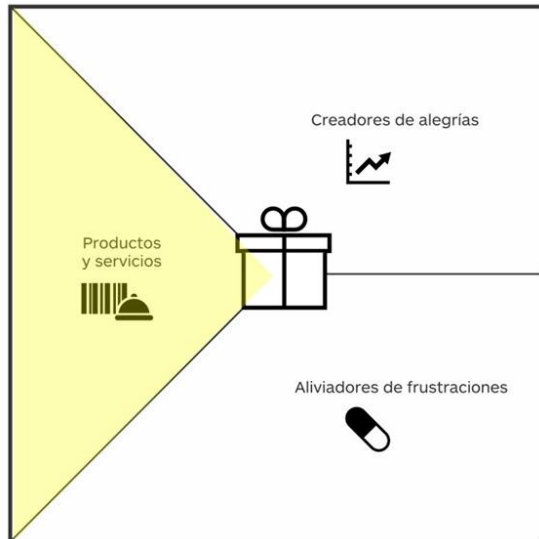


Alegrías

- Precios accesibles
- Terapias de calidad
- Conocimiento cultural de la Isla
- Lograr superación personal
- Quedar satisfecho y ser cliente frecuente
- Tener una experiencia única
- Todo organizado con antelación

Mapa de valor

Figura 8

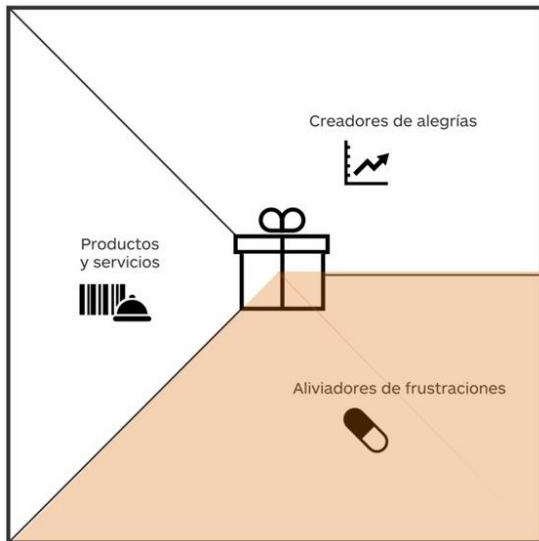


Fuente: strategyzer.com

Productos y servicios

- Propuestas turísticas del destino, así como excursiones y salidas
- Capacitaciones para la superación personal del cliente
- avistamiento de aves
- actividades de espiritualidad y conexión
- actividades cuerpo-mente
- ecología y aventura
- crecimiento personal y entre otras

Figura 9

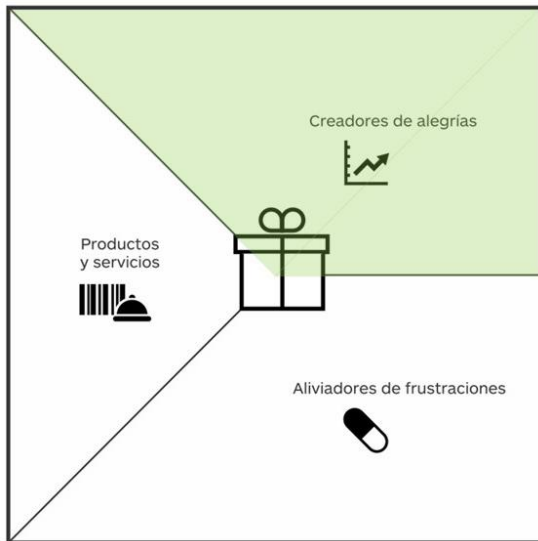


Fuente: strategyzer.com

Aliviadores de frustraciones

- Se realizará un cronograma de acuerdo a la disponibilidad de tiempo del cliente
- En la página web de la agencia se encontrará un apartado específico de testimonios de personas que hayan viajado con nosotros y cuente su experiencia de cómo se superaron a sí mismos
- Actividades espaciadas para que no haya tanta aglomeración de personas
- Registro de evidencia de tarjetas profesionales del personal capacitado
- Charlas con el personal capacitado

Figura 10



Fuente: strategyzer.com

Creadores de alegrías

- Descuentos especiales
- Contar con prestadores de servicios turísticos capacitadas
- Mediante actividades de bienestar podrán conocer la isla en diferentes aspectos
- El cliente tendrá la satisfacción de saber que estarán dándole variadas oportunidades a la gente de la isla solo con comprar nuestro viaje.
- Hacer seguimientos después de su viaje

Oasis Vital les brindara a sus clientes ideales toda la capacitación y apoyo que necesiten, haciendo desaparecer sus frustraciones con nuestros servicios.

Declaración propuesta de valor Oasis Vital

“Construimos bienestar creado por la naturaleza”

8. Diseño de producto

Legalización vigente para el turismo en Colombia

En cuanto al panorama legal de la actividad turística en Colombia, según el ministerio de industria y turismo hay varias consideraciones importantes que se deben tener en cuenta para cualquier operador que pretenda prestar ese servicio bajo el marco de la ley.

Tabla 10

Tema	Tipo	Número y fecha	Autoridad	Norma
Ley General de Turismo	Ley	300 de 1996	Congreso de la republica	Por la cual se expide la ley general de Turismo y se dictan otras disposiciones
Sostenibilidad	Resolución	3860 del 2015	Ministerios de Comercio, Industria y Turismo	Para renovar el registro nacional de Turismo (RNT) en el 2017 se debe implementar y autoevaluar el cumplimiento de los requisitos exigidos por la norma
Norma técnica	NTSH-08	2006	Ministerios de Comercio, Industria y Turismo	Alojamientos rurales, requisitos planta y equipo

Categorización	Resolución	0657 del 2005	Ministerios de Comercio, Industria y Turismo	Por lo cual se reglamenta la categorización por estrellas de los establecimientos hoteleros o de hospedaje que prestan sus servicios en Colombia.
Explotación Sexual	Ley	1336 de 2009	Congreso de la Republica	Por la cual se adiciona y robustece la ley 679 de 2001, de la lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños, niñas y adolescentes.

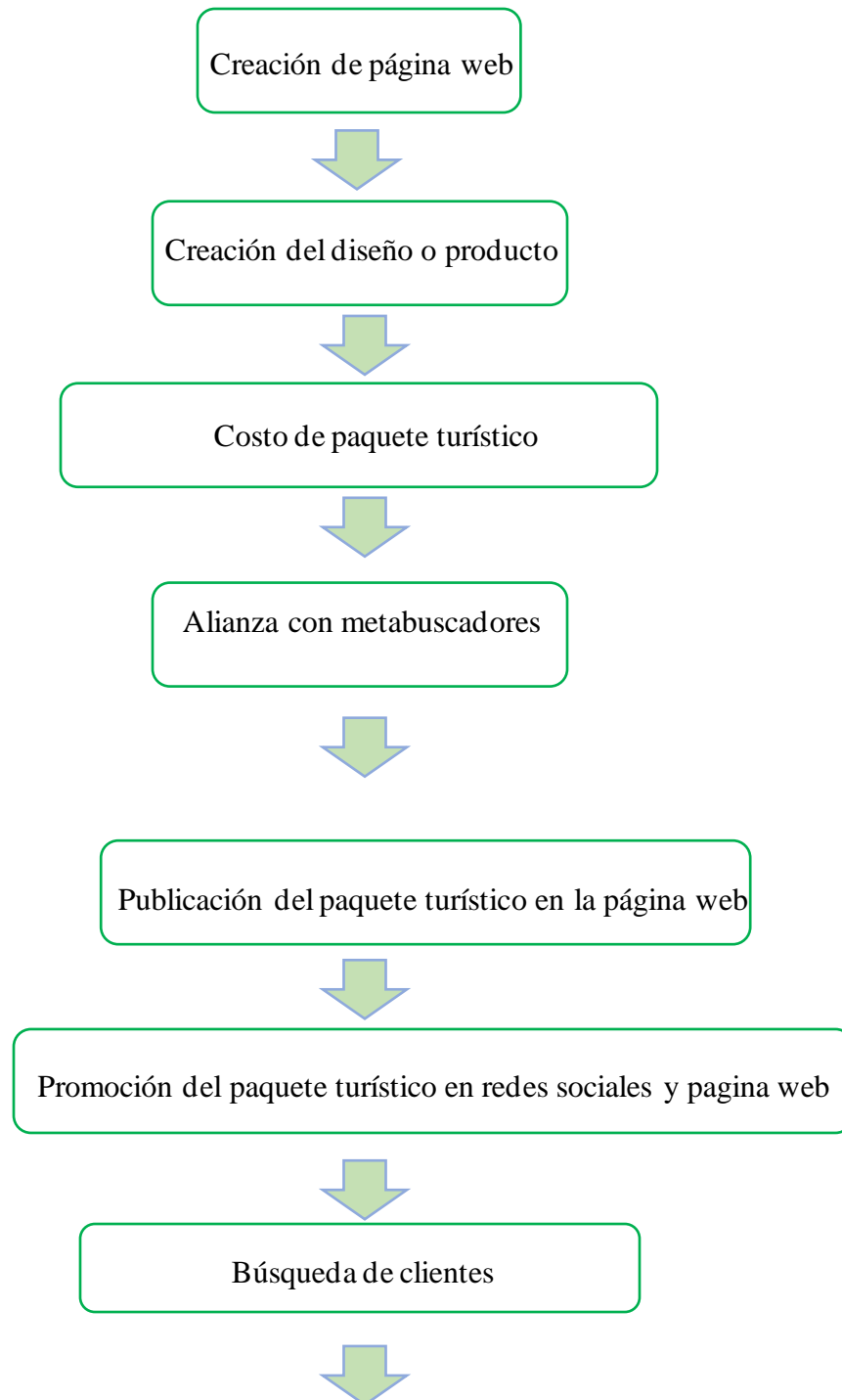
Fuente: Elaboración propia a partir de la búsqueda de leyes que rigen al turismo

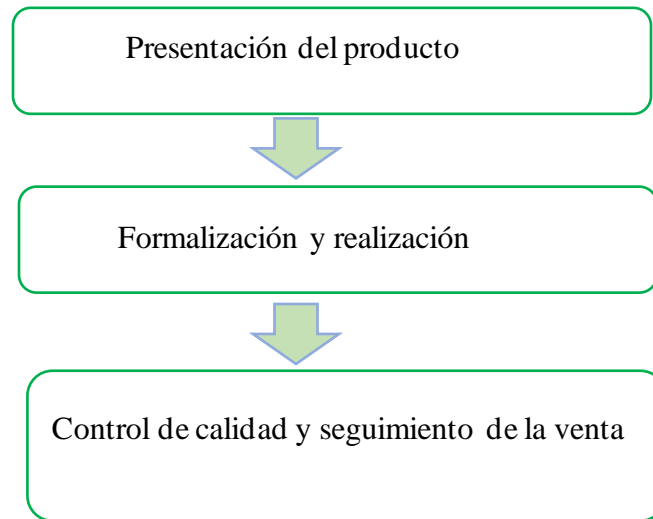
Para la elaboración del servicio turístico se necesita lo siguiente:

- Página web: Web hostig, diseño, Plan de marketing digital, Google analytics
- Personal capacitado
- Permisos de la alcaldía de la isla
- Contratos con prestadores de servicios cercanos

Oasis Vital será una empresa netamente Online en donde se requerirá este proceso de producción

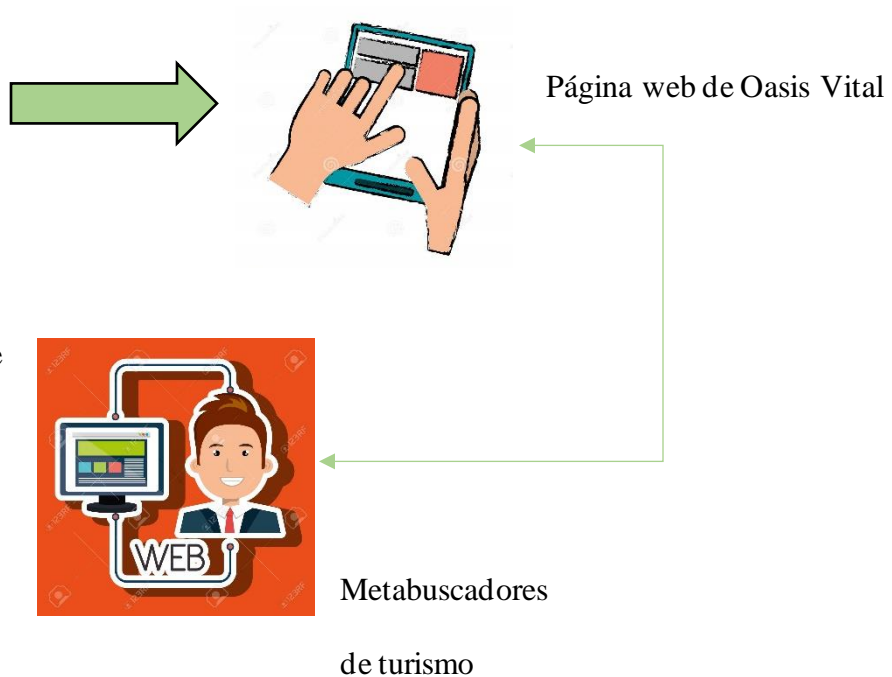
Figura 11














La cadena de distribución que tendrá Oasis Vital es la siguiente

Figura 12



Oasis Vital hará la distribución de sus paquetes turísticos directamente por medio de su página web ya que esta es la herramienta ideal para podernos acercar más a nuestros clientes, también trabajará en conjunto con metabuscadores de turismo globales para que así podamos llegar a un público más amplio

Tabla 11

Costos de produccion				
Nombre	Cantidad	Valor Unitario	Valor x año	Fotografia
Computador con Windows	6	2.000.000 x 6 = 12.000.000	12.000.000	
Uniformes	6	60.000 x 6 = 360.000	360.000	
Salarios	6	877.803 (x mes) x 6= 5.266.818	63.201.816	
Mantenimiento equipo de cómputo (Hardware y/o software)	1	50.000 x mes	600.000	SOFTWARE DE SISTEMA 
Licencia anual para software MS-Office	1	179.999 (x mes)	2.159.988	
Licencia anual para software Antivirus.	1	120.000 (x mes)	1.440.000	
Internet	1	173.400 (x mes)	2.080.000	
Telefonia	1	79.900 (x mes)	958.800	
Fotocopias y papeleria	1	25.000 (x mes)	300.000	
Impresora	4	300.000 x 4 = 1.200.000	1.200.000	
Celulares Android	6	700.000 x 6 = 4.200.000	4.200.000	
Dominio (.com)	1	35.059 (x año)	35.059	
Servicios Publicos	1	400.000 x 1 mes	4.800.000	
Tranpsorte	-	desde 100.000	-	
Hotel	-	noche desde 125.000	-	
Instructores de yoga	-	20.000 x hora	-	

Fuente: Elaboración propia

Total, valores fijos: 17.760.000

Total, Valor x mes: 6.295.117

Total, valor x año: 75.575.663 (precio capital de inversión)

Precio de venta

Tabla 12 precio paquete turístico

Ciudad:	Barranquilla	Participantes:	6
---------	--------------	----------------	---

Alojamiento							
Fecha	Detalle	Costo Unitario	Subtotal	Cantidad	Precio por persona	No. Personas	Gran Total
10-Jul-21	Alojamiento en acomodacion doble, precio por	\$ 125.000	\$ 125.000	3	\$ 375.000	6	\$ 2.250.000
Total Alojamiento					\$ 125.000		\$ 2.250.000

A&B							
Fecha	Detalle	Costo Unitario	Subtotal	Cantidad	Precio por persona	No. Personas	Gran Total
10-Jul-21	Cena de cortecia	\$ 30.000	\$ 30.000	6	\$ 60.000	6	\$ 360.000
10-Jul-21	Aperitivos cortecia	\$ 20.000	\$ 20.000	6	\$ 120.000	6	\$ 720.000
Total Evento					\$ 180.000		\$ 1.080.000

Traslados							
Fecha	Detalle	Costo Unitario	Subtotal	Cantidad	Precio por persona	No. Personas	Gran Total
10-Jul-21	Transporte barranquilla a Isla de Salamanca, Magdalena Colombia	\$ 25.000	\$ 25.000	1	\$ 25.000	6	\$ 150.000
10-Jul-21	Transporte de Isla de Salamanca, Magdalena Colombia a Barranquilla	\$ 25.000	\$ 25.000	1	\$ 25.000	6	\$ 150.000
Total Traslados					\$ 50.000		\$ 150.000

Tarjeta de Asistencia							
Fecha	Detalle	Costo Unitario	Subtotal	Cantidad	Precio por persona	No. Personas	Gran Total
10-Jul-21	Tarjeta de asistencia médica durante 5 días	\$ 6.000	\$ 6.000	6	\$ 36.000	6	\$ 216.000
Total Tarjeta de Asistencia					\$ 36.000		\$ 216.000

Acompañamiento - Guías							
Fecha	Detalle	Costo Unitario	Subtotal	Cantidad	Precio por persona	No. Personas	Gran Total
10-Jul-21	Guía durante un día tour xxx	\$ 25.000	\$ 25.000	1	\$ 25.000	6	\$ 150.000
Total Acompañamiento					\$ 25.000		\$ 150.000

Sub-Total precio por persona	Utilidad 40%	Total
\$ 416.000	\$ 166.400	\$ 582.400

Total Viajeros	Total Venta Público
6	\$ 3.494.400

De acuerdo con la evaluación financiera realizada se evidencia que la agencia Oasis Vital es económicamente viable ya que esta presenta un nivel adecuado de rentabilidad porque empezamos un capital de 75.575.663 contando con una utilidad del 40% de un paquete turístico de un valor de 3.494.400 dando como resultado el tener que vender 5 paquetes turísticos al mes para así recuperar el capital invertido vendiendo 5 paquetes al mes durante el tiempo de 11 meses.

$$3.494.400 \times 5 \text{ paquetes} = 17.472.000 \times 40\% \text{ utilidad} = 6.988.800 \text{ (total utilidad empresa por 5 paquetes vendidos al mes)} \times 11 \text{ meses (vendiendo 5 paquetes al mes)} = 76.876.800$$

Validación y verificación

Se determinan ítems de indicadores de calidad que evalúan el servicio antes de salir al mercado

Tabla 13

Estrategias	Cumple/ No cumple
El tiempo de respuesta ante cualquier duda del cliente es mínimo ya que se contará siempre con un asesor 24/7	CUMPLE

Contaremos con una métrica NPS la cual nos informara si el cliente está o no satisfecho con nuestra asesoría	CUMPLE
La página web cuenta con servidores muy grandes lo cual hace que no se caiga o se interrumpa la conexión	CUMPLE
La página web siempre se encontrará actualizada con nueva información	CUMPLE
Se realizará un seguimiento al cliente posterior a su viaje	CUMPLE
Motivar al personal de la organización por medio de conferencias dinámicas	CUMPLE
Validación de ventas para mirar potencial económico de la empresa	CUMPLE
Estar constantemente innovando en nuestra página web y en los paquetes turísticos para un intercambio de expectativas	CUMPLE
Sección de testimonio en la página web en donde personas que hayan viajado con nosotros podrán compartir a los futuros clientes su experiencia	CUMPLE

Se contará con un buzón de sugerencias, notificaciones de quejas y reclamos para tener garantizada la atención de nuestros consumidores	CUMPLE
---	--------

Fuente: Elaboración propia

Producción

Se mostrará una presentación formal de nuestra empresa sobre: ¿Quiénes somos? ¿Qué ofrecemos?

Figura 13




OASIS VITAL
Construimos bienestar creado por la naturaleza™
Agencia de viajes especializada en el turismo de bienestar

¡Conocenos!

Buscamos brindarte la mejor atención siempre enfocada en tu bienestar físico, mental y espiritual; queremos darte un balance perfecto entre la naturaleza, aventura, cultura, sabor. Buscamos ofrecer seguridad y satisfacción a nuestros huéspedes, estimular y proveer viajes a la Isla Salamanca, lograr el mejor servicio al cliente, brindar un alto nivel de servicios para personas que buscan experiencias relajantes y espirituales.

¿Que ofrecemos?

Realizamos paquetes turísticos de alta calidad pensando primeramente en nuestro cliente para que alcance un nivel de superación pleno

Figura 14

Tabla 14

FICHA TECNICA DE LA EMPRESA "OASIS VITAL"

NOMBRE DE LA EMPRESA	Oasis Vital
----------------------	-------------

PERSONA DE CONTACTO	María Paula Montero Mendoza	 <p>OASIS VITAL Construimos bienestar creado por la naturaleza</p>
CARGO	Directora	
CORREO:	directora@oasisvital.com	
DIRECCION	Calle 145 #56-76	
CORREO E	info@oasisvital.com	
WEB	oasisvital.com	
TELEFONOS	+ 57 5673567 +57 7867564	

ACTIVIDAD:	Agencia de viajes/ hotel
ZONAS DE ACTIVIDAD:	Isla de Salamanca, Magdalena, Colombia
PRODUCTOS	Viajes combinados cuyo eje principal está enfocado a la salud y bienestar
DESCRIPCION DE LA EMPRESA	Oasis Vital: Somos una agencia de viajes especializada en el turismo de bienestar (Wellness) también contamos con un hotel que está situado en la Isla Salamanca, Magdalena Colombia. Buscamos brindarte la mejor atención siempre enfocada en tu bienestar físico, mental y espiritual; queremos darte un balance perfecto entre la naturaleza, aventura, cultura, sabor. Buscamos ofrecer seguridad y satisfacción a nuestros huéspedes, estimular y proveer viajes a la Isla Salamanca, lograr el mejor servicio al cliente, brindar un alto nivel de servicios para personas que buscan experiencias relajantes y espirituales

<p>PRODUCTO O SERVICIO</p>	<p>Paquete: “Transformación por medio de la naturaleza”. Duración 6 noches, 7 días Diseñado para adultos mayores de 25-60 años con espíritu aventurero e interés por el bienestar personal</p>
<p>TIPO DE PRODUCTO</p>	<p>Paquete turístico de bienestar</p>
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL</p>	<p>Observación de Fauna y Flora y Observación de aves, actividades como yoga y meditación te harán pensar que es una ruta ideal. La isla de Salamanca es un extraordinario conjunto de playones, ciénagas y bosques que ocupa el antiguo estuario del río Magdalena. Por lo que sus paisajes lacustres y de manglar pueden apreciarse perfectamente en el trayecto para brindarte un espacio único donde puedas relajarte.</p>
<p>ACTIVIDADES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● avistamiento de aves ● actividades de espiritualidad y conexión ● actividades cuerpo-mente ● ecología y aventura ● crecimiento personal y entre otras

INCLUYE	<p>Pasadía en el área, caminata por los senderos establecidos dentro del parque, guianza especializada para las actividades, refrigerio, seguro de viaje, impuesto de entrada al parque. Almuerzo típico, bebida y fruta, Transporte alojamiento Vía Parque Alojamiento.</p>
NO INCLUYE	<p>Tiquetes aéreos Transporte aeropuerto hotel Desayuno/Cena</p>

Fuente: Elaboración propia

El ciclo de vida Oasis Vital se encuentra posicionada en la etapa de introducción, somos una empresa nueva en el mercado pero creemos que a medida que pase el tiempo tendremos posicionamiento en el área de bienestar pasando así a la etapa de crecimiento debido a que el turismo de bienestar viene con una fuerte demanda debido a la reciente pandemia; las personas se han sentido abrumadas, aburridas, estresadas estando en sus casas por tanto tiempo, así que buscan distracción, sentirse en paz, plenos y bien consigo mismos.

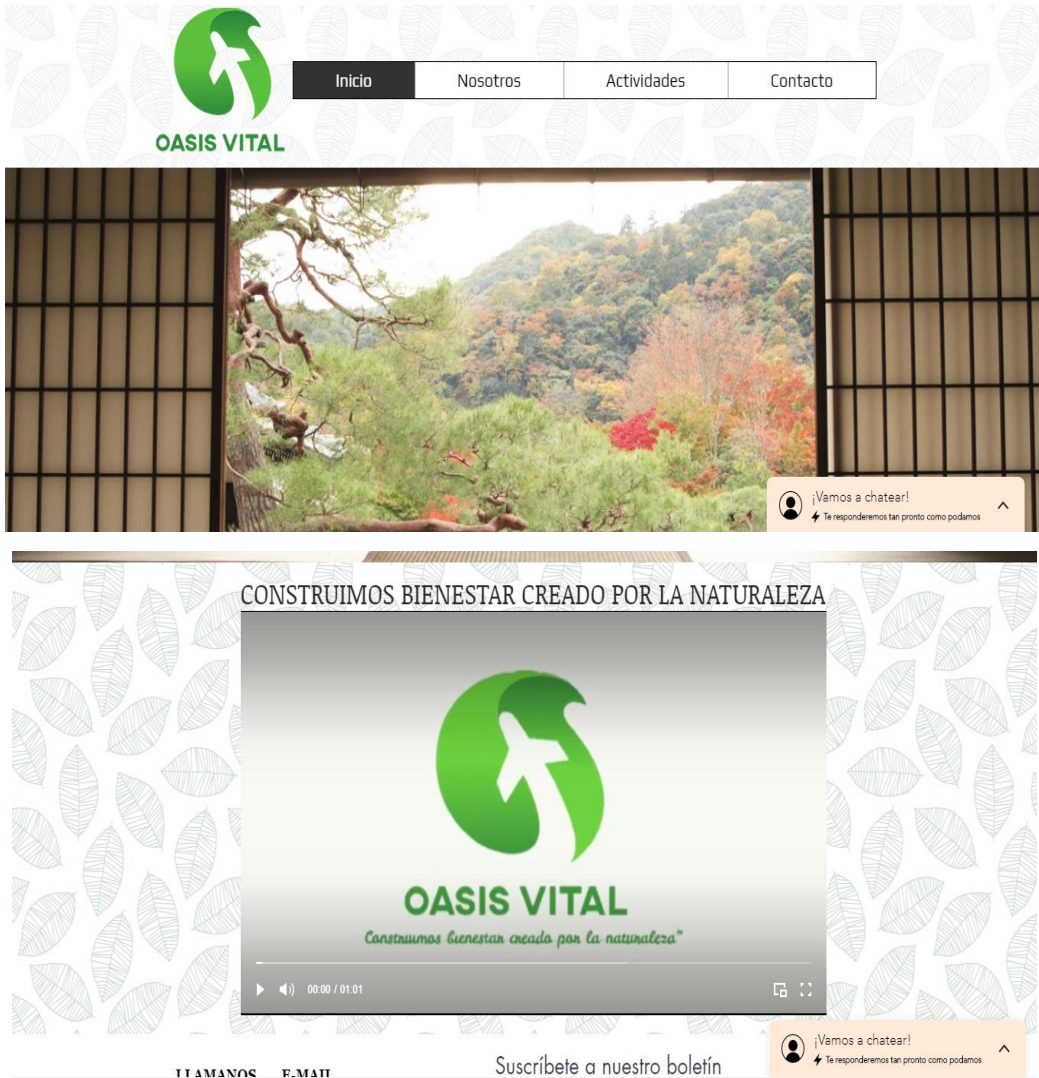
8. Prototipo

Oasis Vital como agencia de viajes especializada en el turismo de bienestar busca vender su servicio (paquetes turísticos) a diferentes partes de Colombia principalmente enfocado en La Isla de Salamanca en donde nos enfocamos en crear bienestar de la mano con la naturaleza.

Se elaboro un video publicitario sobre un paquete turístico que va enfocado en al turismo bienestar con destino hacia la Isla de Salamanca, Magdalena Colombia, se resaltan los lugares en donde se llevarán a cabo dichas actividades de bienestar y salud para nuestros potenciales compradores; gracias a este video se pudo crear una pieza publicitaria la cual subimos a nuestra página web en donde podremos encontrar apartados como “inicio” en donde podremos apreciar el video publicitario, “actividades” en donde veremos las actividades a realizar en los destinos, “paquete turístico” en donde se verá reflejado el servicio que estamos ofreciendo, “protocolos de bioseguridad” en donde se evidencian las medidas de bioseguridad ante el covid-19 y “contactos” en donde podremos tener una comunicación más satisfactoria y accesible a nuestros posibles compradores.

Página web: <https://oasisvitalbienesta.wixsite.com/misitio/paquete-tur%C3%ADstico>

“Inicio” Figura 14



Inicio Nosotros Actividades Contacto

OASIS VITAL

¡Vamos a chatear!
⚡ Te responderemos tan pronto como podamos

CONSTRUIMOS BIENESTAR CREADO POR LA NATURALEZA

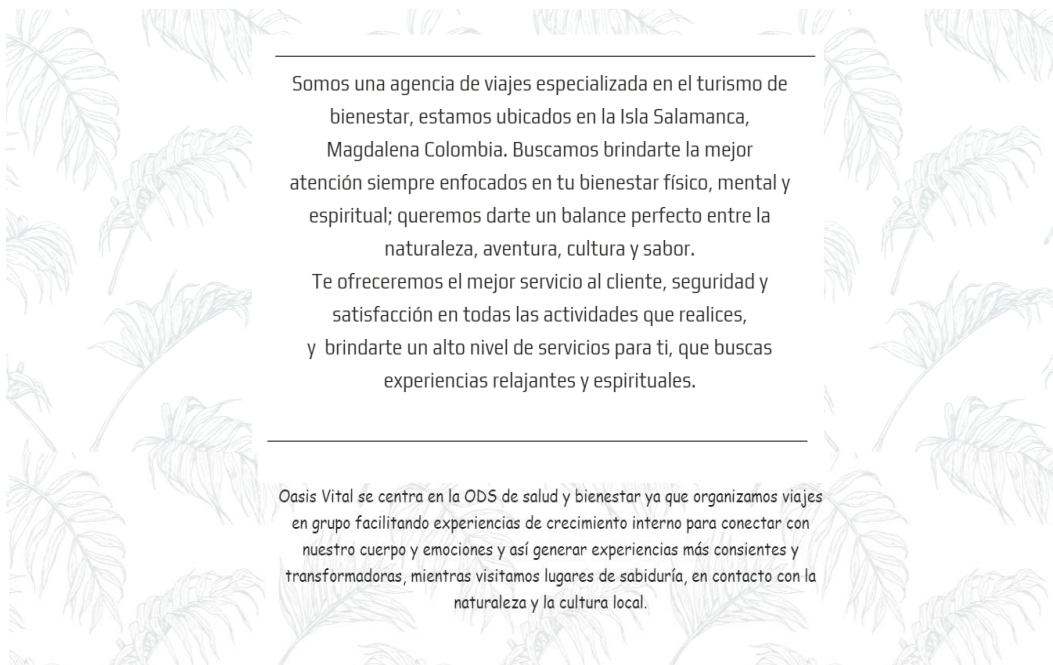
OASIS VITAL
Construimos bienestar creado por la naturaleza™

00:00 / 01:01

¡Vamos a chatear!
⚡ Te responderemos tan pronto como podamos

LLAMANOS E-MAIL Suscríbete a nuestro boletín

“Nosotros” Figura 15



LLAMANOS
3209233417
3192593675
3156186643

E-MAIL
Oasis.vital.bienestar@gmail.com

Suscríbete a nuestro boletín

Nombre completo *

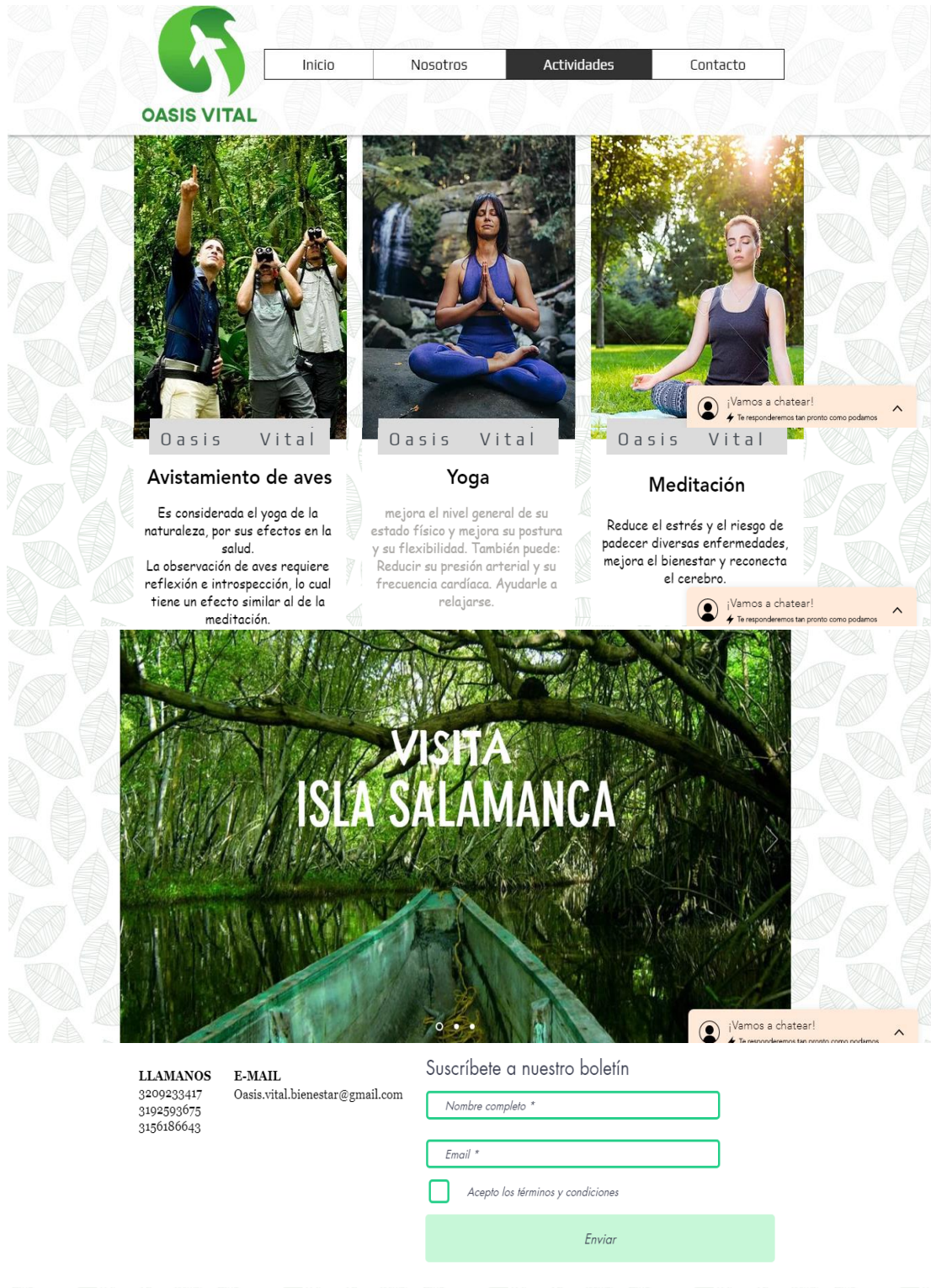
Email *

Acepto los términos y condiciones

Enviar


¡Vamos a chatear!
Te responderemos tan pronto como podamos

“Actividades” Figura 16



Oasis Vital


Inicio Nosotros **Actividades** Contacto



Oasis Vital

Avistamiento de aves


Es considerada el yoga de la naturaleza, por sus efectos en la salud. La observación de aves requiere reflexión e introspección, lo cual tiene un efecto similar al de la meditación.



Oasis Vital

Yoga

mejora el nivel general de su estado físico y mejora su postura y su flexibilidad. También puede: Reducir su presión arterial y su frecuencia cardíaca. Ayudarle a relajarse.




Oasis Vital

¡Vamos a chatear!
 Te responderemos tan pronto como podamos

Meditación

Reduce el estrés y el riesgo de padecer diversas enfermedades, mejora el bienestar y reconecta el cerebro.



¡Vamos a chatear!
 Te responderemos tan pronto como podamos

LLAMANOS
 3209233417
 3192593675
 3156186643

E-MAIL
 Oasis.vital.bienestar@gmail.com

Suscríbete a nuestro boletín

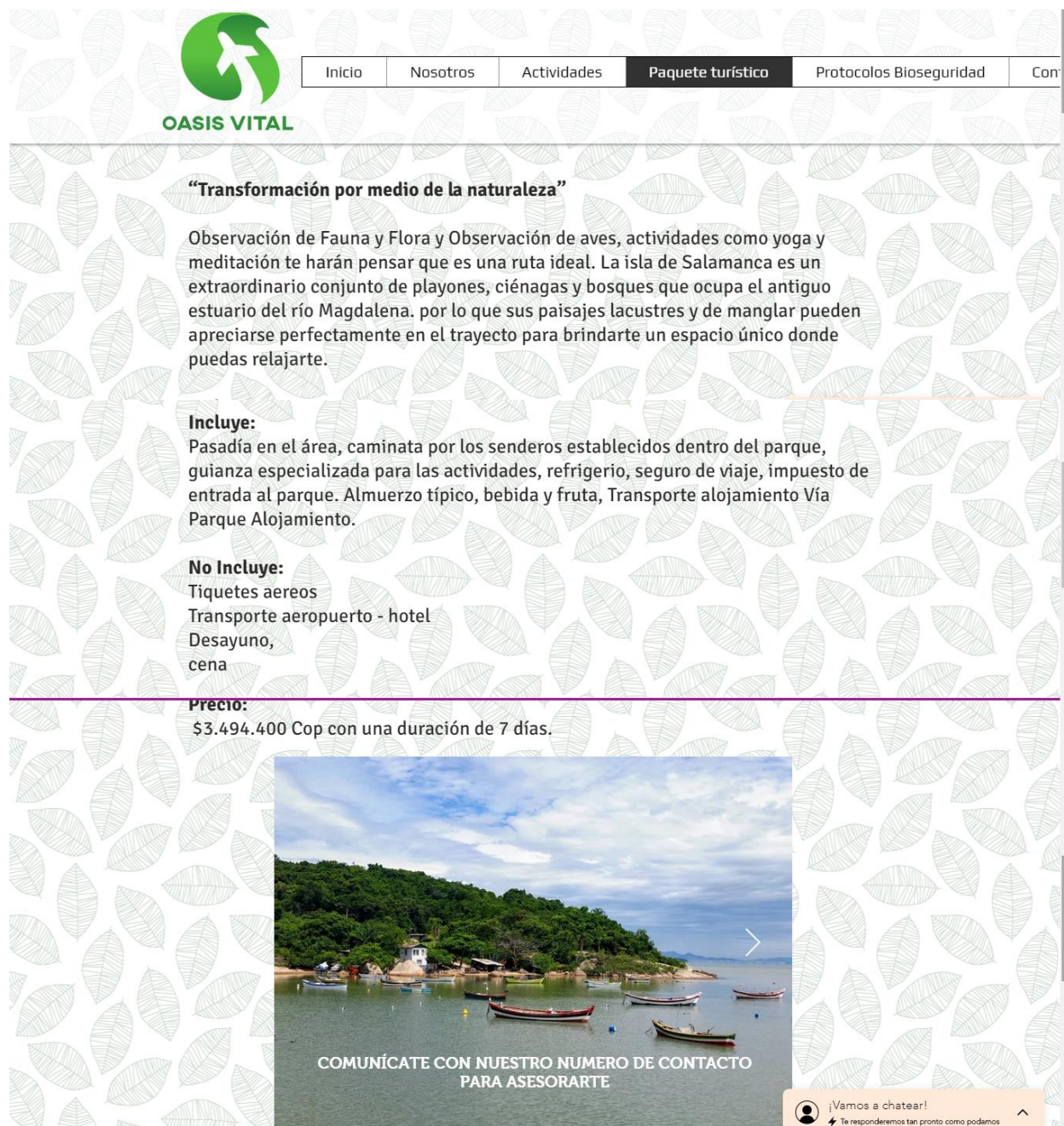
Nombre completo *


Email *

Acepto los términos y condiciones

Enviar

“Paquete turístico” Figura 17



**OASIS VITAL**

Inicio Nosotros Actividades **Paquete turístico** Protocolos Bioseguridad Con

“Transformación por medio de la naturaleza”

Observación de Fauna y Flora y Observación de aves, actividades como yoga y meditación te harán pensar que es una ruta ideal. La isla de Salamanca es un extraordinario conjunto de playones, ciénagas y bosques que ocupa el antiguo estuario del río Magdalena. por lo que sus paisajes lacustres y de manglar pueden apreciarse perfectamente en el trayecto para brindarte un espacio único donde puedas relajarte.

Incluye:
Pasadía en el área, caminata por los senderos establecidos dentro del parque, guía especializada para las actividades, refrigerio, seguro de viaje, impuesto de entrada al parque. Almuerzo típico, bebida y fruta, Transporte alojamiento Via Parque Alojamiento.

No Incluye:
Tiquetes aéreos
Transporte aeropuerto - hotel
Desayuno,
cena

Precio:
\$3.494.400 Cop con una duración de 7 días.

COMUNÍCATE CON NUESTRO NUMERO DE CONTACTO PARA ASESORARTE

¡Vamos a chatear!
Te responderemos tan pronto como podamos

“Protocolos de bioseguridad” Figura 18



Protocolos de Bioseguridad

OASIS VITAL - AGENCIA DE VIAJES

- Aseguraremos que todo el personal se lave y desinfecte las manos con agua, jabón y toalla desechable, al inicio y finalización de un recorrido turístico y mínimo cada tres horas.
- Limpiaremos y desinfectaremos los vehículos de transporte (terrestre, fluvial, etc.) antes de cada desplazamiento de grupos, conforme los protocolos sanitarios establecidos por las autoridades pertinentes para este subsector.
- Limpiaremos y desinfectaremos los elementos turísticos y el personal, cada vez que sean utilizados, en todo caso, mínimo cada tres horas.

- Los viajeros y el personal portarán en todo momento y de manera particular durante los recorridos turísticos un kit de protección personal que contiene como mínimo tapabocas, alcohol glicerinado al menos al 60%, papel higiénico, botella personalizada para hidratación y bolsas ROJAS para la disposición de residuos de riesgo biológico.
- Se hará verificación del uso correcto del tapabocas y la realización del procedimiento de desinfección de manos y zapatos conforme con los protocolos establecidos por las autoridades sanitarias. Este kit será proporcionado por nuestra agencia y entregado a través de los guías o transportistas en el momento de la llegada del pasajero.
- Los elementos propios de cada actividad turística, como, por Ejemplo, amés, cascos, guantes, entre otros, serán retirados en un mismo punto y desinfectados antes y después de su uso. En el almacenamiento, se tendremos una adecuada disposición en un sitio seco y limpio, de tal manera que se mitigue la probabilidad de contagio.

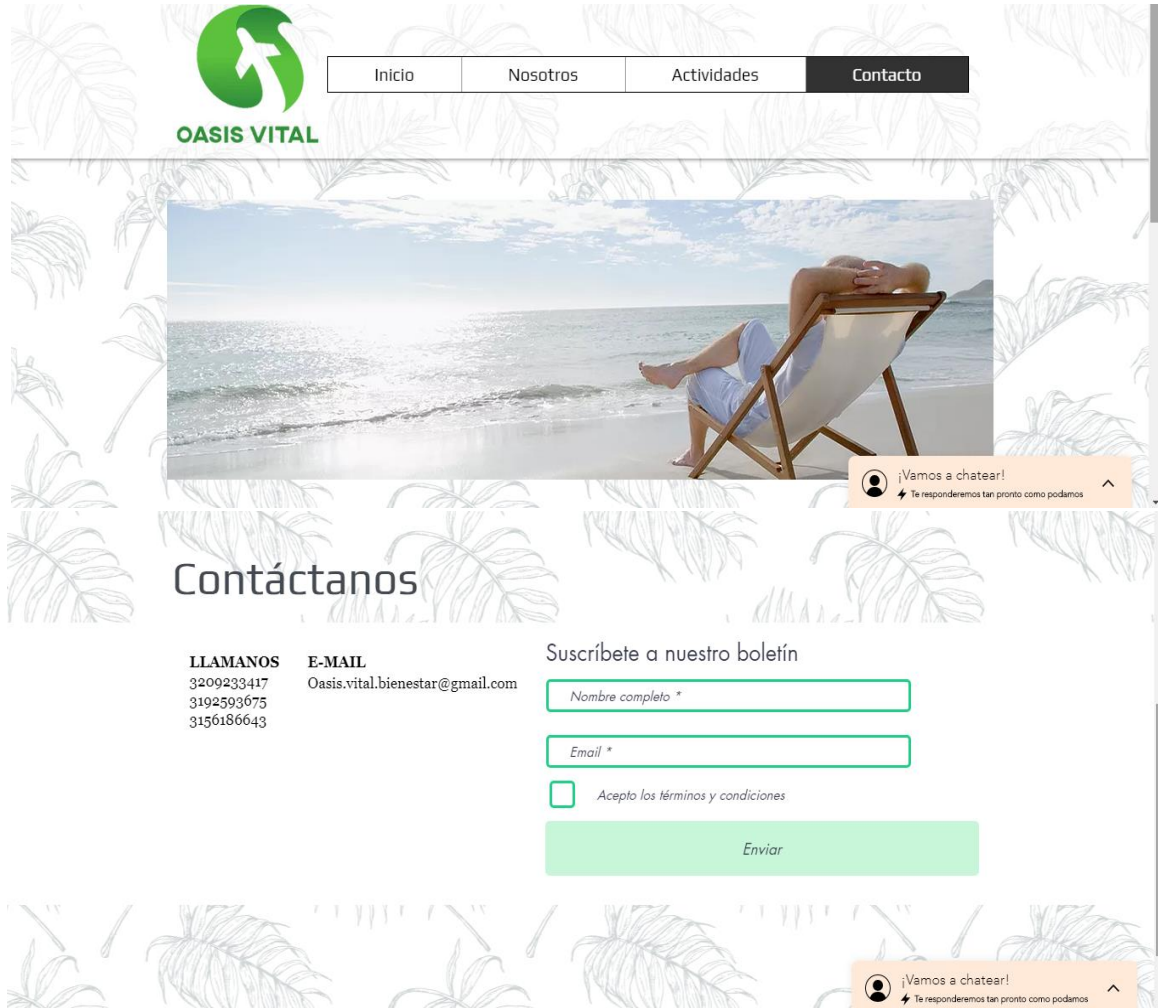
- Contaremos con información actualizada de los viajeros que incluya las encuestas sobre estado de salud diligenciadas, los resultados de toma de temperatura y los lugares visitados, con el fin de suministrarla a las autoridades sanitarias en caso de contagio por COVID-19 de alguno de los turistas. La encuesta la compartiremos entre todos los involucrados de la operación turística como hoteles y operadores locales.
- Para recorridos turísticos, el grupo permitido por guía puede oscilar entre 4 a 6 personas en el desarrollo de actividades tales como: caminatas, avistamiento de aves y yoga, máximo 5 personas en el desarrollo de actividades tales como: ciclo montañismo y máximo 3 personas en el desarrollo de actividades tales como: escalada, rappel, espeleología, bungee jumping, cabalgatas y buggies. Este mismo límite aplicará para la operación de recorridos de paquetes turísticos. La venta de los servicios podrá hacerse para más de 4 personas, sin embargo, informaremos a los turistas que serán divididos según el número permitido par

¡Vamos a chatear!
Te responderemos tan pronto como podamos

¡Vamos a chatear!
Te responderemos tan pronto como podamos

¡Vamos a chatear!
Te responderemos tan pronto como podamos

“Contacto” Figura 19



9. Plantilla running lean

Se realizó el modelo Lean Canvas para realizar mejores estrategias mediante la identificación del segmento de clientes y canales para la distribución del servicio correspondiente

Tabla 15

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja injusta	Segmento de clientes
<p>Excesiva responsabilidad en el trabajo</p> <p>Relaciones humanas problemáticas</p> <p>Condiciones laborales insatisfactorias</p> <p>(Alternativa)</p> <p>Tomarse un respiro por medio de unas vacaciones.</p> <p>Hacer cosas que la persona disfrute.</p> <p>Acompañamiento de personal capacitado.</p>	<p>Actividades en conexión con la naturaleza</p> <p>Apoyo de personal capacitado en el área del estrés</p> <p>Desconexión de la cotidianidad</p> <hr/> <p>Métricas Clave</p> <p>Trafico de página web</p> <p>Incremento de nuevos clientes</p> <p>Servicio y/o atención al cliente</p>	<p>“Construimos bienestar creado por la naturaleza”</p> <p>Buscaremos ayudar a nuestros clientes a través de la venta de paquetes turísticos con destino a la isla Salamanca siempre enfocados en el bienestar de la persona.</p>	<p>Ofrecemos un servicio especializado para el bienestar del cliente enfocado en actividades alternativas con personal capacitado para obtener una mejor experiencia, nuestros clientes encontrarán relajación y a la vez estaremos ayudando a los habitantes de la isla.</p> <hr/> <p>Canales</p> <p>Página web</p> <p>Fan page (redes sociales)</p> <p>WhatsApp</p>	<p>Personas de 27-60 años que sufren estrés laboral.</p> <p>(early adopters)</p> <p>Hombre o mujer entre 27 y 60 años que trabajen en una compañía y padezcan de estrés laboral.</p>
<p>Estructura de costos</p> <p>costos de personal administrativo</p> <p>Costos de creación de página web</p> <p>Costos de marketing y publicidad</p>		<p>Fuentes de ingresos</p> <p>Venta de paquetes turísticos</p> <p>Venta de servicios exclusivos</p>		

10. Validación idea de negocio

La idea de negocio se validará a partir del apartado “segmento de clientes” proveniente del running lean en la cual se plantea una hipótesis correspondiente al paquete turístico ofrecido, el cual más adelante validaremos por medio de encuestas a nuestros clientes potenciales.

“Las personas viajan por ocio, para poder conocer, para disfrutar sus vacaciones, pero no viajan con el propósito de mejorar su estrés laboral”

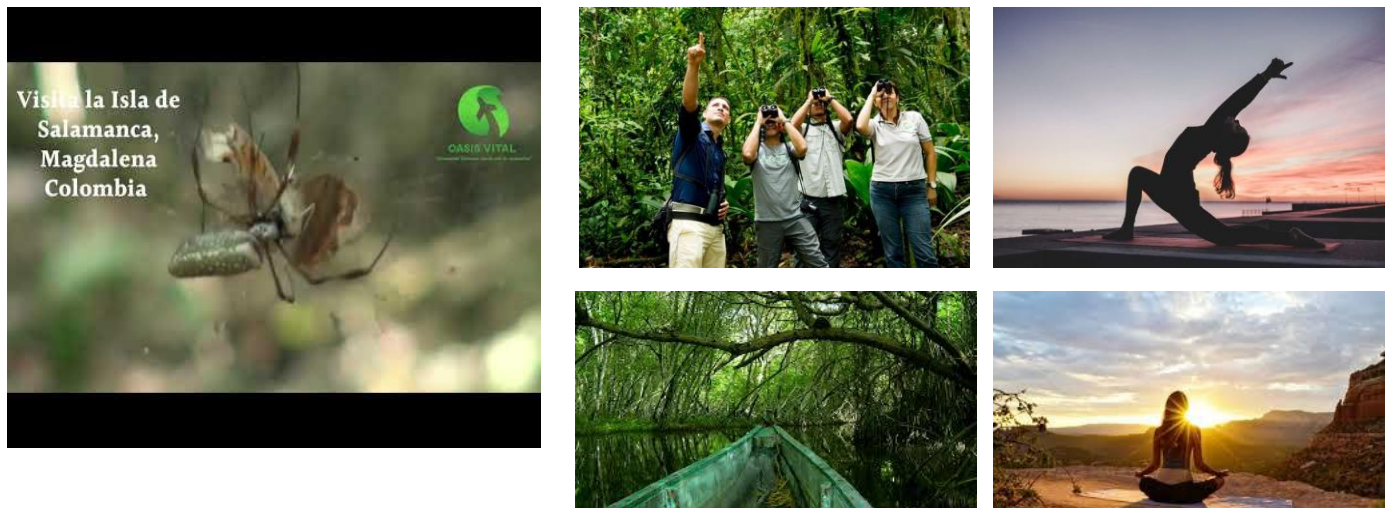


Figura 20

Enlace: https://youtu.be/crytQw1_sCU

11. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Se realizará el estudio de mercado que se enfocara en el mercado laboral de diferentes partes de Colombia en el cual se utilizo el tipo de investigación cuantitativo ya que se formularan encuestas que utiliza métodos estadísticos para recolectar y analizar datos.

Objetivo general

Determinar la viabilidad de la compra de paquete turísticos de bienestar a la isla salamanca a través de un estudio de mercado aplicado en el mercado laboral con el fin de conocer si la intención del viaje es por bienestar.

Objetivos específicos

- Validar el motivo predominante, por el cual viajan la mayoría de las personas.
- Conocer si el turista está interesado en hacer uso de nuestro servicio.
- Identificar qué porcentaje promedio de personas padecen de estrés laboral.

12.ENCUESTA

Por favor indica tu sexo: M___ F___ otro ___

Por favor en que rango de edad te encuentras: 25/35 36/46 47/60

1. ¿En su último viaje, viajo por?

A bienestar

B negocios

C placer

D otro

2. ¿Que lo influencia para tomar una decisión de hacer un viaje?

A vacaciones

B placer

C recomendaciones de amigos

D interés personal en su salud

3. ¿Ha realizado alguna de las siguientes actividades en su último viaje?

A meditación

B Aviturismo

C yoga

D ninguna de las anteriores

4. ¿Ha escuchado mencionar alguna vez la isla de salamanca magdalena Colombia?

A si

B no

5. ¿Te sientes estresado en el trabajo?

A. si

B. no

6. En caso de que su respuesta haya sido afirmativa seleccione los síntomas que experimenta debido al estrés:

Dolores de cabeza frecuentes

Sensación de cansancio extremo o agotamiento

Ataques de ansiedad

Depresión

Temblores musculares (tics nerviosos o parpadeos)

7. ¿Cómo calificaría el nivel de su estrés en el trabajo?

A. Templado

B. Moderado

C grave

D extremo

8. ¿La última vez que viajo fue por medio de una agencia de viajes?

A si

B no

9. ¿Siente que tiene un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida?

A si

B no


10. ¿Ha comprado sus vacaciones por medio de webs- agencias online?

A si

B no

Figura 21





Encuesta Agencia de Viajes Oasis Vital

Por favor ayúdanos a diligenciar este formulario.
***Obligatorio**

Nombre *

Tu respuesta

Seleccione su sexo *

- Femenino
- Masculino
- Otro

Seleccione su edad *

- 25 - 35
- 36 - 46
- 47-60

¿Te sientes estresado en el trabajo? *

- Si
- No

En caso de que su respuesta haya sido afirmativa, seleccione los síntomas que experimenta debido al estrés

- Dolores de cabeza frecuentes
- Sensación de cansancio extremo o agotamiento
- Ataque de ansiedad
- Depresión
- Temblores musculares (tics nerviosos o parpadeos)

¿Cómo calificaría su nivel de estrés en el trabajo? *

Templado

Moderado

Grave

Extremo

¿Siente que tiene un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida? *

Si

No


¿ En su ultimo viaje, viajó por? *

Bienestar

Negocios

Placer

Otro



¿Qué lo influencia para tomar una decisión de hacer un viaje? *

Vacaciones

Placer

Recomendaciones de amigos

Interés personal en su salud

¿Ha realizado alguna de las siguientes actividades en su ultimo viaje? *

Meditación

Aviturismo


Yoga

Ninguna de las anteriores

¿Ha escuchado mencionar alguna vez la Isla de Salamanca, Magdalena Colombia? *

Si

No



¿Ha escuchado mencionar alguna vez la Isla de Salamanca, Magdalena Colombia? *

Si

No

¿La ultima vez que viajo fue por medio de una agencia de viajes? *

Si

No

¿Ha comprado sus vacaciones por medio de webs-agencias online? *

Si

No

Enviar

Se realizó un muestreo aleatorio simple con la población del nicho de mercado en la localidad de Usaquén que contaba con nuestras características, para un resultado de muestreo de 1.240 personas del cual se tuvo la posibilidad de encuestar a 50 de estas por proximidad y confianza.

- El mercado objetivo, el cual estuvo conformado por hombres y mujeres de 25 a 60 años los cuales trabajaran en compañías o empresas de la ciudad de Bogotá en la localidad de Usaquén, la cual está conformada por una población de 566.304 según fuentes estadísticas externas.
- Un nivel de confianza de 70% y un grado de error de 30% en la fórmula de la muestra.

$$n = \frac{(Z^2 pqN)}{(Ne^2 + Z^2 pq)}$$

- Nivel de confianza (Z) = 0.7
- Grado de error (e) = 0,3
- Universo (N) = 566.304
- Probabilidad de ocurrencia (p) = 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (q) = 0.5

$$n = ((0,7)^2 (0.5) (0.5) (566.304)) / ((566.304) (0.3)^2 + (0,7)^2 (0.5) (0.5))$$

$$n = ((0.5) (0.25) (566.304)) / ((566.304) (0.09) + (0.49) (0.25))$$

$$n = 70.788 / 50.967,36 + 0,12$$

$$n = 70.788 / 57.083,44$$

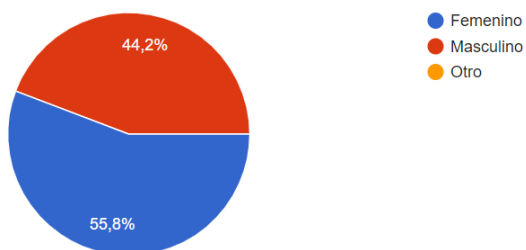
$$n = 1.240$$

13. Tabular y analizar información

Se elaboró una tabulación junto con su análisis de toda la información obtenido en las encuestas, estas están categorizadas por: Sociodemográfica, estrés laboral, estilo de vida, interés del cliente por viajar, preferencias del cliente al viajar, conocimiento del cliente.

1. Seleccione su sexo (sociodemográfica)

Figura 22



Fuente formularios de google

Columna1	
Media	0,5
Error típico	0,058
Mediana	0,5
Moda	#N/A
Desviación estándar	0,08202439
Varianza de la muestra	0,006728
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,116
Mínimo	0,442
Máximo	0,558
Suma	1
Cuenta	2

Tabla 16 fuente elaboración propia

Seleccione su sexo				
Femenino	29	55,80%	Muestra	52
Masculino	23	44,20%		
Otro	0			

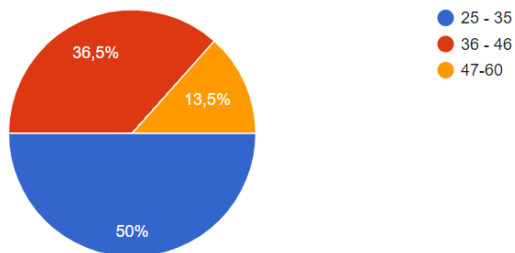
Tabla 17 Fuente (Elaboración propia)

El 44,2 % de los encuestados corresponde al de sexo masculino

El 55,8 % de los encuestados corresponde al sexo femenino

2. Seleccione su edad (sociodemográfica)

Figura 23



Columna1	
Media	0,33333333
Error típico	0,10654941
Mediana	0,365
Moda	#N/A
Desviación estándar	0,184549
Varianza de la muestra	0,03405833
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	-0,7494182
Rango	0,365
Mínimo	0,135
Máximo	0,5
Suma	1
Cuenta	3

Fuente formularios de Google

Tabla 18 fuente elaboración propia

Seleccione su edad				
25-35	26	50,00%	Muestra	52
36-46	19	36,50%		
47-60	7	13,50%		

Tabla 19 (Fuente Elaboración propia)

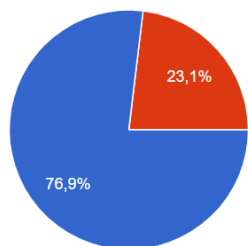
El 13,5 % de los encuestados corresponden a la edad de 47-60 años

El 36,5% de los encuestados corresponde a la edad de 36-46 años

El 50% de los encuestados corresponde a la edad de 25-35 años

3.¿Te sientes estresado en el trabajo? (estrés laboral)

Figura 24



● Si
 ● No

Columna1	
Media	0,5
Error típico	0,269
Mediana	0,5
Moda	#N/A
Desviación estándar	0,38042345
Varianza de la muestra	0,144722
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,538
Mínimo	0,231
Máximo	0,769
Suma	1
Cuenta	2

Fuente formularios de Google

Tabla 20 fuente elaboración propia

¿Te sientes estresado en el trabajo?				
25-35	26	50,00%	Muestra	52
36-46	19	36,50%		
47-60	7	13,50%		

Tabla 21 Fuente elaboración propia

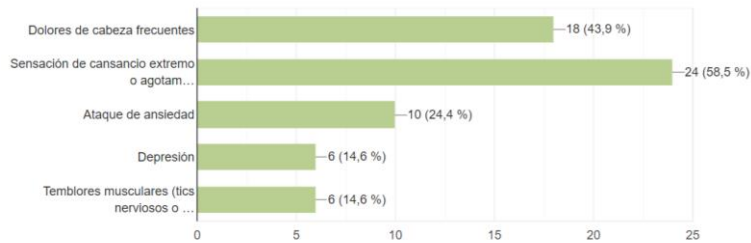
El 23,1% de los encuestados manifestaron que no se sienten estresados en el trabajo

El 76,9% de los encuestados manifestaron que si se sienten estresados en el trabajo

4. En caso de que su respuesta haya sido afirmativa, seleccione los síntomas que experimenta debido al estrés (estrés laboral)

Figura 25

41 respuestas



Columna1	
Media	0,312
Error típico	0,0867162
Mediana	0,244
Moda	0,146
Desviación estándar	0,19390333
Varianza de la muestra	0,0375985
Curtosis	-1,49664107
Coefficiente de asimetría	0,73907949
Rango	0,439
Mínimo	0,146
Máximo	0,585
Suma	1,56
Cuenta	5

Fuente formularios de Google

Tabla 22 fuente elaboración propia

En caso de que su respuesta haya sido afirmativa, seleccione los síntomas que experimenta debido al estrés				
Dolores de cabeza frecuentes	18	43,90%	Muestra	41
Sensación de cansancio extremo o agotamiento	24	58,50%		
Ataque de ansiedad	10	24,40%		
Depresión	6	14,60%		
Temblores musculares (tics nerviosos o pa	6	14,60%		

Tabla 23 Fuente: (Elaboración propia)

El 58,5% de los encuestados respondió que cuando tiene estrés en el trabajo tiene síntomas de sensación de cansancio, extremo o agotamiento

El 43,9% de los encuestados respondió que cuando tiene estrés en el trabajo tiene síntomas de dolores de cabeza frecuentes

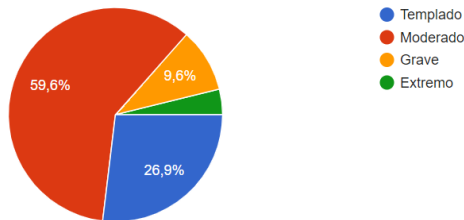
El 24,4 % de los encuestados respondió que cuando tiene estrés en el trabajo tiene síntomas de ataques de ansiedad

El 14,6% de los encuestados respondió que cuando tiene estrés en el trabajo tiene síntomas de depresión

El 14,6% del encuestado respondió que cuando tiene estrés en el trabajo tiene síntomas de temblores musculares (tics nerviosos o parpadeos)

5.¿Cómo calificaría su nivel de estrés en el trabajo? (estrés laboral)

Figura 26



Columna1	
Media	0,24975
Error típico	0,12541157
Mediana	0,1825
Moda	#N/A
Desviación estándar	0,25082314
Varianza de la muestra	0,06291225
Curtosis	0,7689832
Coefficiente de asimetría	1,19940973
Rango	0,558
Mínimo	0,038
Máximo	0,596
Suma	0,999
Cuenta	4

Fuente formularios de Google

Tabla 24 fuente elaboración propia

¿Cómo calificaría su nivel de estrés en el trabajo?				
Templado	14	26,90%	Muestra	52
Moderado	31	59,60%		

Tabla 25 Fuente: (Elaboración propia)

El 59,6% de los encuestados califico su estrés en el trabajo como moderado

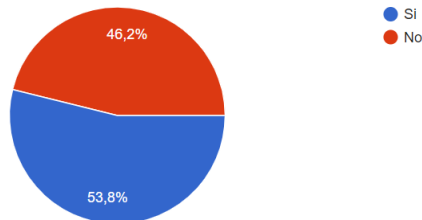
El 26,9% de los encuestados califico su estrés en el trabajo como templado

El 9,6% de los encuestados califico su estrés en el trabajo como grave

El 3,8% de los encuestados califico su estrés en el trabajo como extremo

6. ¿Siente que tiene un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida? (estilo de vida)

Figura 27



Columna1	
Media	0,5
Error típico	0,038
Mediana	0,5
Moda	#N/A
Desviación estándar	0,05374012
Varianza de la muestra	0,002888
Curtosis	#¡DIV/0!
Coefficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,076
Mínimo	0,462
Máximo	0,538
Suma	1
Cuenta	2

Fuente formularios de Google

Tabla 26 (Fuente: elaboración propia)

¿Siente que tiene un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida?			
Si	28	53,80%	Muestra
No	24	46,20%	52

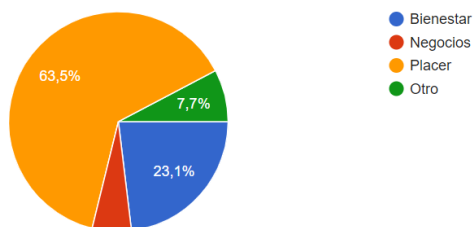
Tabla 27 (Fuente: Elaboración propia)

El 58,8% de los encuestados dijeron que si sentían un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida

El 46,2% de los encuestados dijeron que no sentían un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida

7. En su último viaje, ¿viajó por? (interés por el cliente por viajar)

Figura 28



Columna1	
Media	0,25025
Error típico	0,133971
Mediana	0,154
Moda	#N/A
Desviación estándar	0,267942
Varianza de la muestra	0,07179292
Curtosis	2,13815253
Coefficiente de asimetría	1,54716306
Rango	0,577
Mínimo	0,058
Máximo	0,635
Suma	1,001
Cuenta	4

Fuente formularios de Google

Tabla 28 (fuente: elaboración propia)

¿En su último viaje, viajo por?				
Bienestar	12	23,10%	Muestra	52
Negocios	3	5,80%		
Placer	33	63,50%		
Otro	4	7,70%		

Tabla 29 (Fuente: Elaboración propia)

El 63,5% manifestó que su último viaje fue por placer

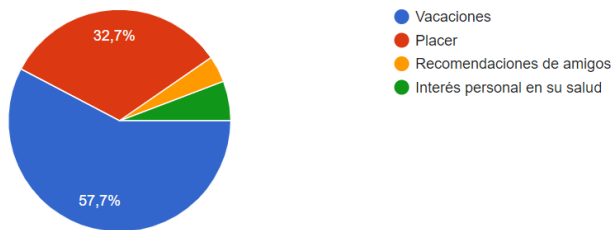
El 23,1% manifestó que su último viaje fue por bienestar

El 7,7% manifestó que su último viaje fue por otro

El 5,8% manifestó que su último viaje fue por negocios

8. ¿Qué lo influencia para tomar una decisión de hacer un viaje? (interés del cliente por viajar)

Figura 29



Fuente formularios de Google

Columna1	
Media	0,25
Error típico	0,12736627
Mediana	0,1925
Moda	#N/A
Desviación estándar	0,25473254
Varianza de la muestra	0,06488867
Curtosis	-1,74546256
Coefficiente de asimetría	0,75890898
Rango	0,539
Mínimo	0,038
Máximo	0,577
Suma	1
Cuenta	4

Tabla 30 (Fuente: elaboración propia)

Qué lo influencia para tomar una decisión de hacer un viaje		
Vacaciones	30	57,70%
Placer	17	32,70%
Recomendaciones de amigos	2	3,80%
Interes personal por salud	3	5,80%

Tabla 31 (Fuente: Elaboración propia)

El 57,7% de los encuestados lo influencia para tomar una decisión de hacer un viaje el ir de vacaciones

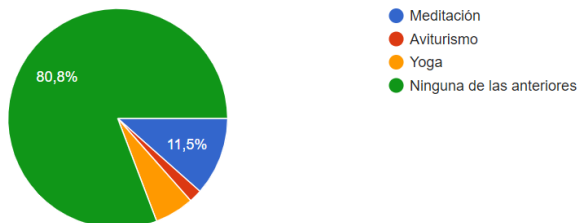
El 32,7% de los encuestados lo influencia para tomar una decisión de hacer un viaje por placer

El 5,8% de los encuestados lo influencia para tomar una decisión de hacer un viaje por interés personal de su salud

El 3,8% de los encuestados lo influencia para tomar una decisión de hacer un viaje por recomendaciones de amigo

9. ¿Ha realizado alguna de las siguientes actividades en su último viaje? (preferencias del cliente al viajar)

Figura 30



Columna1	
Media	0,25
Error típico	0,18704144
Mediana	0,0865
Moda	#N/A
Desviación estándar	0,37408288
Varianza de la muestra	0,139938
Curtosis	3,77482812
Coefficiente de asimetría	1,93417474
Rango	0,789
Mínimo	0,019
Máximo	0,808
Suma	1
Cuenta	4

Fuente formularios de Google

Tabla 32 (Fuente: elaboración propia)

Ha realizado alguna de las siguientes actividades en su ultimo viaje				
Meditacion	6	11,50%	Muestra	52
Aviturismo	1	1,09%		
Yoga	3	5,80%		
Ninguna de las anteriores	42	80,80%		

Tabla 33 (Fuente: Elaboración propia)

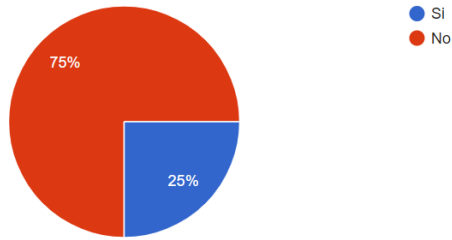
El 80,8% de los encuestados no realizó ninguna de las actividades en su último viaje

El 11,5% de los encuestados meditaron en su último viaje

El 5,8% de los encuestados realizo yoga en su último viaje

10. ¿La última vez que viajó fue por medio de una agencia de viajes? (preferencias del cliente al viajar)

Figura 31



Columna1	
Media	0,5
Error típico	0,25
Mediana	0,5
Moda	#N/A
Desviación estándar	0,35355339
Varianza de la muestra	0,125
Curtosis	#¡DIV/0!
Coficiente de asimetría	#¡DIV/0!
Rango	0,5
Mínimo	0,25
Máximo	0,75
Suma	1
Cuenta	2

Fuente formularios de Google

Tabla 34 (Fuente: elaboración propia)

La ultima vez que viajó fue por medio de una agencia de viajes			
Si	13	25%	Muestra
No	39	75%	
			52

Tabla 35 (Fuente: elaboración propia)

El 75% de los encuestados no viajó por medio de una agencia de viajes

El 25% de los encuestados si viajó por medio de una agencia de viajes

11. ¿Ha comprado vacaciones por medio de agencias, web o agencias online? (preferencias del cliente al viajar)

Figura 32



Fuente formularios de Google

Tabla 36 (Fuente: elaboración propia)

Ha comprado sus vacaciones por medio de webs-agencias online				
Si	12	23,10%	Muestra	52
No	40	76,90%		

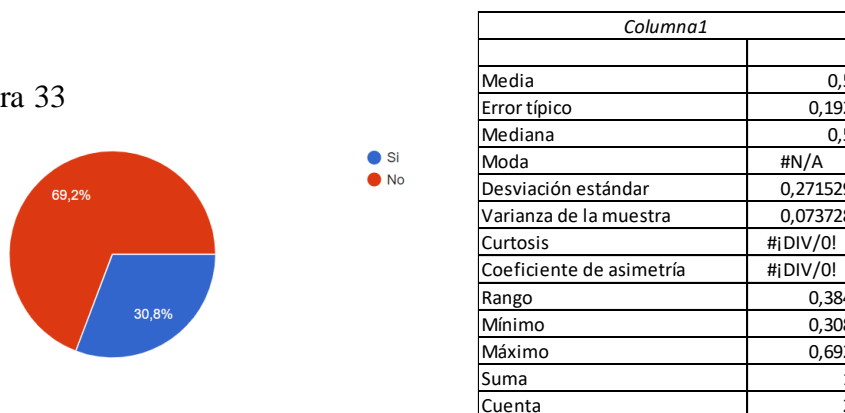
Tabla 37 (Fuente: Elaboración propia)

El 76,9% de los encuestados no compro sus vacaciones por medio de agencias online

El 23,1% de los encuestados si compro sus vacaciones por medio de agencias online

11. ¿Ha escuchado mencionar alguna vez la Isla de Salamanca, Magdalena Colombia? (conocimiento del viajero)

Figura 33



Fuente formularios de Google

Tabla 38 (Fuente: elaboración propia)

Ha escuchado mencionar alguna vez la Isla de Salamanca, Magdalena Colombia				
Si	16	30,80%	Muestra	52
No	36	69,20%		

Tabla 39 (Fuente: Elaboración propia)

El 30,8% de los encuestados SI conocen la Isla de Salamanca, Magdalena Colombia

El 69,20% de los encuestados NO conocen la Isla de Salamanca, Magdalena Colombia

14. Análisis general encuestas

Se determino que predomina el sexo femenino en nuestros encuestados, que la edad promedio es de 25-35 años y más de la mitad de los encuestados SI presenta estrés moderado en el trabajo con síntomas de sensación de cansancio extremo o agotamiento. Mas de la mitad de los encuestados SI sienten un equilibrio entre la vida personal y el trabajo y que al momento de viajar lo hacen con motivos de placer y vacaciones, donde NO realizan actividades que comprometen su bienestar espiritual. Se detecto que la mayoría de los encuestados NO ha escuchado hablar de la Isla de Salamanca lo que puede ser una ventaja para poder potenciar mejor turísticamente este lugar. Oasis Vital se dio cuenta que puede tener alta demanda en el mercado ya que la mayoría no ha viajado por medio de agencias de viajes online lo cual nos hará trabajar mas arduo y hacer de nosotros una opción al momento de que nuestros futuros clientes quieran viajar.

15. Conclusiones

Para concluir con el modelo de negocio anteriormente presentado se comprobó que el destino turístico analizado tiene un gran potencial en el turismo de bienestar al igual que la empresa Oasis Vital tiene viabilidad en sectores como, economía, legalidad y factores socioculturales ya que se cumple con cada uno de ellos.

Se logro determinar el cliente potencial y/o nicho de mercado, se hizo segmentación de este, tamaño de mercado y competencia en la cual Oasis Vital se vio con ventaja ya que existen muy pocas agencias de viajes en el mercado colombiano y esto quiere decir que el mercado del turismo de bienestar no está muy explorado.

Con referencia a las actividades que se realizaron en el transcurso de este modelo de negocios se puede concluir que estos ejercicios fomentan la creación e innovación sin dejar e lado que nos ayudan en nuestro crecimiento profesional y personal ya que nos ayudan a pensar más allá de lo que ya existe o podemos encontrar en el mercado.

Bibliografía

- EL HERALDO. 2020. “*Apoyamos El Plan De La Alcaldía Para Acabar Con Incendios En Salamanca*”. [online] Available at: <<https://www.elheraldo.co/region-caribe/apoyamos-el-plan-de-la-alcaldia-para-acabar-con-incendios-en-salamanca-754532>> [Accessed 23 September 2020].
- Sala de Prensa | PROCOLOMBIA. 2020. *Colombia, Un Destino Con Potencial Para El Turismo De Bienestar*. [online] Available at: <<https://procolombia.co/noticias/colombia-un-destino-con-potencial-para-el-turismo-de-bienestar>> [Accessed 23 September 2020].
- 2020. [online] Available at: <<https://www.expedia.com/es/Renta-De-Autos-En-Barranquilla.d494.Ofertas-en-renta-de-autos>> [Accessed 23 September 2020].
- Kayak.com.co. 2020. [online] Available at: <<https://www.kayak.com.co/Renta-economica-de-autos-Barranquilla.30628.cars.ksp>> [Accessed 23 September 2020].
- *Turismo de bienestar – Cuales son los beneficios de los viajes de bienestar ?* (2020, 9 julio). Turismoviajar - Noticias de viajes y turismo. <https://www.turismoviajar.com/turismo-de-bienestar-cuales-son-los-beneficios-de-los-viajes-de-bienestar/>
- Sader, M. (2019, 12 noviembre). *Estos son los 10 beneficios psicológicos de viajar*. Traveler. <https://www.traveler.es/viajeros/articulos/beneficios-psicologicos-de-viajar/13493#:~:text=Viajar%20nos%20vuelve%20%22%20m%C3%A1s%20tolerantes,dem%C3%A1s%20con%20otras%20culturas%20%E2%80%A6%22&text=Viajar%20aumenta%20las%20emociones%20positivas,de%20nuestras%20fases%20favoritas!>
- *Depresión*. (2020, 30 enero). Organización Mundial de la Salud. <https://www.who.int/es/news-room/factsheets/detail/depression#:~:text=Datos%20y%20cifras,carga%20mundial%20general%20de%20morbilidad>.
- Andrés Prieto Ocampo. (2017). *Plan negocio construcción*. https://repository.eia.edu.co/bitstream/11190/2258/1/PrietoAndres_2018_PlanNegocioConstruccion.pdf
- Barroeta, M. R., & Barroeta, M. R. (2020, 18 septiembre). *Ciclo de vida de productos y servicios ¿qué hacer? #microtipsempresariales*. Milagros Ruiz Barroeta. <https://milagrosruizbarroeta.com/ciclo-de-vida-de-productos-y-servicios/>
- *Colombia, un destino con potencial para el turismo de bienestar*. (2018, 30 julio). Sala de Prensa | PROCOLOMBIA. <https://procolombia.co/noticias/colombia-un-destino-con-potencial-para-el-turismo-de-bienestar>
- *Depresión en Colombia es más alta que el promedio en el mundo – APS – Punto de Apoyo | Programa Intervenciones en Salud Mental PUHJ-HUSI*. (s. f.). Javeriana. Recuperado 16 de noviembre de 2020, de

- <https://www.javeriana.edu.co/mentalpuntodeapoyo/?p=281#:~:text=Seg%C3%BAAn%20la%20OMS%2C%20este%20trastorno,llegar%20hasta%20los%2019%20puntos.>
- Equipa tu hotel. (s. f.). *Equipamiento hotelero. Todo lo que tu hotel necesita*. Recuperado 16 de noviembre de 2020, de <https://equipatuhotel.com/services/equipamiento-hotelero/>
 - Garzón, G. (s. f.). *Clases de yoga en Barranquilla | Superprof*. Superprof CO. Recuperado 16 de noviembre de 2020, de <https://www.superprof.co/blog/barranquilla-encontrar-clases-yoga/>
 - Nature and Wellness Travel. (2019, 29 enero). *Directorio del Bienestar en Colombia*. Wellness Colombia: Turismo de bienestar en Colombia, Sur América. <http://wellnesscolombia.co/directorio-del-bienestar-en-colombia/>
 - W. (s. f.). *Proceso de elaboración de un paquete turístico*. Sigma. Recuperado 16 de noviembre de 2020, de <http://web.sigma.net/nota/352/proceso-de-elaboracin-de-un-paquete-turstico.html>
 - DIGITAL, A. E. (22 de Enero de 2019). TURISMO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS: TENDENCIAS 2019 Y RECURSOS TIC PARA EL IMPULSO DE UN SECTOR CLAVE. Obtenido de ANDALUCÍA ES DIGITAL: https://blog.aesdigital.es/turismo-y-nuevas-tecnologias/?utm_source=webempresadigital&utm_medium=listado&utm_content=home
 - Economía y Negocios . (04 de Noviembre de 2019). En cinco años el turismo del país ha crecido cerca del 50 %. Obtenido de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/estudio-sobre-el-crecimiento-de-la-industria-del-turismo-en-colombia-430374>
 - Glez, C. (11 de Agosto de 2011). Importancia de la Tecnología en el Turismo. Obtenido de LAET Portafolio Gonzalez Higuera: <https://sites.google.com/site/laetportafoliogonzalezhiguera/home/foro-academico/importanciadelatecnologiaenelturismo>
 - Monroy, S. P. (09 de Noviembre de 2020). Turismo: los planes del Gobierno para jalonar el sector. Obtenido de Minuto: <https://www.minuto.com.co/actualidad/2020/11/9/turismo-los-planes-del-gobierno-para-jalonar-el-sector-7881.html>
 - Procolombia. (07 de Junio de 2018). Procolombia . Obtenido de <https://procolombia.co/noticias/colombia-un-destino-con-potencial-para-el-turismo-de-bienestar>
 - R.R. (10 de Noviembre de 2019). Colombia aumenta más de 4% el número de turistas extranjeros. Obtenido de Reportur: <https://www.reportur.com/colombia/2019/11/10/colombia-aumenta-numero-turistas-extranjeros-mas-4/>
 - Valentini, G. (25 de Septiembre de 2018). ¿En realidad el ecoturismo es tan ecológico? Este es su impacto. Obtenido de Cultura Colectiva : <https://news.culturacolectiva.com/mundo/dia-mundial-del-turismo-impactos-ambientales-del-turismo/#:~:text=Uno%20de%20los%20grandes%20impactos,el%20comportamiento%20de%20su%20especie.>

- EditorR. (2015, 13 julio). *5 ejemplos de indicadores de calidad que no pueden faltar en tu plan*. Software ISO. <https://www.isotools.org/2015/07/27/5-ejemplos-de-indicadores-de-calidad-que-no-pueden-faltar-en-tu-plan/>
- M. (2020, 2 junio). *6 principales indicadores de atención al cliente para evaluar*. Milvus. <https://milvus.online/blog/6-principales-indicadores-de-atencion-al-cliente-para-evaluar/>