

Propuesta para la Creación de la Operadora de Turismo TURYTRAVEL en el Municipio de
Aguachica, Cesar

Prada Luna Kelly Yuleidy

CC. 1.065.917.539

Sedano Vargas Martha Viviana

CC. 49.673.281

Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica
Dirección de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas
Programa de Administración de Empresas
Aguachica, Cesar

2022

Propuesta para la Creación de la Operadora de Turismo TURYTRAVEL en el Municipio de
Aguachica, Cesar

Prada Luna Kelly Yuleidy
CC. 1.065.917.539
Sedano Vargas Martha Viviana
CC. 49.673.281

Director
Ramón de Jesús Ramos Sánchez
Magister en Evaluación en Educación

Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica
Dirección de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas
Programa de Administración de Empresas
Aguachica, Cesar
2022

Nota de Aceptación

Director del proyecto

Evaluator 1

Evaluator 2

Aguachica - Cesar, 1 de abril del 2022.

Dedicatoria

Esta tesis es dedicada primeramente a Dios
y la vida, por las oportunidades y las
bendiciones.

A nuestras familias, por el apoyo, el
acompañamiento, y el amor infinito hacia
nosotros y nuestros proyectos.

Finalmente, a nuestra institución la
Universidad Popular del Cesar por hacernos
mujeres honorables, con valores y
competencias claves para brindar nuestros
conocimientos y facultades a la sociedad en
el ejercicio de nuestras funciones como
Administradoras.

Prada Luna Kelly Yuleidy
Sedano Vargas Martha Viviana

Agradecimientos

En primer Lugar, le damos gracias a Dios por brindarnos todo, el don de la vida y las bendiciones que nos ha otorgado para poder estar en donde hoy estamos, convencidas de ser hijas de Dios prestas al servicio y aceptación de los retos que trae la vida, por brindarnos esperanzas, por ser nuestro aliento ante nuestras flaquezas y por no dejarnos rendir y poder estar en este momento tan importante en nuestra formación profesional.

Agradecemos a nuestra Institución, la Universidad Popular del Cesar por permitirnos tener una formación integral en valores y conocimientos que más adelante serán retribuidos a nuestra sociedad.

Gracias a la Facultad de Administración por habernos dado la oportunidad de poder seguir preparándonos para nuestra vida profesional y en virtud de aportar al desarrollo competitivo de nuestro país, desde nuestra disciplina.

Agradecemos a nuestras familias que fueron nuestros formadores, por habernos brindado la oportunidad de estudiar nuestra carrera profesional, por su esfuerzo, dedicación y entera confianza, ustedes son el motor de nuestra vida y tuvieron demasiada paciencia, pues son muchos días dedicados a obtener este triunfo, en los que se sacrificaron momentos en familia, pero todo esfuerzo tiene su recompensa.

Gracias a todos los profesores, por su tiempo, dedicación, sabiduría y paciencia con todos nosotros especialmente al asesor temático.

A nuestros compañeros por todos los momentos que pasamos juntos por su amistad y compañerismo.

Tabla de contenido

Lista de Figuras	10
1 Introducción	16
1.1.1 Formulación del Problema.....	22
1.2 Justificación	22
1.3 Objetivos	24
1.3.1 Objetivo general.	24
1.3.2 Objetivos específicos.	24
1.4 Delimitación.....	24
1.4.1 Delimitación teórica-temática.....	24
1.4.2 Delimitación Temporal.....	25
1.4.3 Delimitación Contextual.....	25
Figura 1 Fiestas Patronales de Aguachica, 2018	26
2 Marco Referencial	26
2.1 Antecedentes	26
2.1.1 Antecedentes Históricos.	26
2.1.2 Antecedentes Investigativos o Internacionales.....	29
2.2 Marco teórico	35
2.3 Marco conceptual.....	39
2.3.1 Turismo.....	39
2.3.2 Competitividad	39
2.3.3 Sistema turístico	40
2.3.4 Demanda turística	40
2.3.5 Oferta turística	41
2.3.6 Espacio Turístico	41
2.3.7 Operador de Turismo.....	42
2.4 Marco legal	42
2.4.1 Artículo 52 de la Constitución Política.....	42
2.4.2 Leyes.....	43
2.4.3 Decretos.	46
2.4.4 Resoluciones.....	49
2.4.5 Circulares.....	50
3 Aspectos Metodológicos de la Investigación	50
3.1 Enfoque y tipo de estudio.....	50
3.2 Formulación de hipótesis	51
3.3 Sistema de variables.....	52
Tabla 1 Sistematización de variables	52
3.4 Fuentes y técnicas para la recolección de la información.....	52
3.4.1 Fuentes de Información Primarias.	53
3.4.2 Fuentes de Información Secundaria.	53
3.5 Población, Tipo De Muestreo Y Muestra	54
3.5.1 Población.	54
3.5.2 Método de Muestreo	54
3.5.3 Determinación de la Muestra.....	54

3.6	Procedimiento	54
4	Objetivo específico número 1: Estudio De Mercado.....	56
4.1	Contextualización.....	56
4.1.1	Presentación de la Empresa	56
Tabla 2	Presentación de la Empresa.	56
4.2	Definición del objeto de estudio.	57
4.3	Delimitación geográfica del mercado y descripción.....	58
4.3.1	Delimitación Geográfica.....	58
4.3.2	Contexto Económico	58
Tabla 3	Cesar, valor agregado según actividad económica a precios corrientes	59
Tabla 4	Cesar: valor agregado según actividad económica series encadenadas de volumen 60	
4.3.3	Situación Actual del sector	60
4.3.4	Contexto Sociodemográfico actual.....	66
Tabla 5	Población estimada desagregada de Aguachica.....	66
Tabla 6	Población étnica.....	67
4.4	Matriz DOFA estudio de mercado	68
Figura 2	Matriz DOFA.....	68
4.5	Análisis para el procesamiento de la información	69
Figura 3	Pregunta 1	69
Figura 4	Pregunta 2.	70
Figura 5	Pregunta 3	71
Figura 6	Pregunta 4	72
Figura 7	Pregunta 5	73
Figura 8	Pregunta 6.	74
Figura 9	Pregunta 7.	75
Figura 10	Pregunta 8.	76
Figura 11	Pregunta 9	77
Figura 12	Pregunta 10	78
Figura 13	Pregunta 11	79
Figura 14	Pregunta 12	80
Figura 15	Pregunta 13	81
5	Objetivo Específico Número 2: Estudio Técnico.	82
5.1	Sistema de distribución / comercialización.....	82
Figura 16	Ciclo de distribución y comercialización de servicios turísticos de TURYTRAVEL 83	
5.2	Tamaño del proyecto.....	84
5.2.1	Factores que condicionan el tamaño.....	84
Tabla 7	Talento Humano Necesario en TURYTRAVEL	85
5.2.2	Descripción del Servicio.....	86
Figura 17	Diagrama de operatividad del servicio	87
5.2.3	Descripción de las Operaciones:.....	88
5.2.4	Alternativas de tamaño para inicio del proyecto	90
5.3	Descripción de proveedores	91
5.4	Equipos de oficina.....	92

Tabla 8	Descripción equipos de Oficina.....	92
5.5	Software	93
Figura 18	Planes de pago del software ALEGRA.....	94
5.6	Obras civiles.....	95
	Decoración:	95
	Parqueaderos:	95
5.7	Distribución de planta	95
Figura 19	Distribución del punto de atención	96
6	Objetivo Específico Número 3: Estudio Administrativo.....	96
6.1	Modelo administrativo	97
	6.1.1 Cultura Organizacional.....	97
	6.1.2 Recursos Humanos	98
Figura 20	Organigrama de TUR Y TRAVEL	99
	6.1.3 Manual de Funciones.....	99
Tabla 9	Gerencia	100
Tabla 10	Subgerencia y Revisor Fiscal.....	101
Tabla 11	Auxiliar Administrativo / Contable	102
Tabla 12	Cajero.....	104
Tabla 13	Asesor comercial.....	105
Tabla 14	Servicios Generales.....	106
Tabla 15	Vigilancia.....	107
Tabla 16	Asignaciones salariales aproximadas Área administrativa	109
Tabla 17	Asignaciones salariales aproximadas Área Operativa	109
	6.1.4 Aspectos institucionales, legales y jurídicos.	109
	6.1.5 Constitución y formalización.....	111
Figura 21	Pasos para la creación de empresa en Aguachica con Cámara de Comercio.	112
	6.1.6 Definiciones de la naturaleza Jurídica.	113
Tabla 18	Constitución de la naturaleza jurídica.....	113
7	Objetivo Especifico 4: Desarrollar el estudio financiero.....	114
7.1	Inversiones.	114
	7.1.1 Inversión fija.....	114
Tabla 19	Activos Intangibles	116
	7.1.2 Inversión total.	116
7.2	Fuentes de financiación.....	116
Tabla 20	Generalidades de la línea crédito FINDETER Banco BANCOLOMBIA.....	117
	Crédito Findeter	117
	7.2.1 Gastos proyectados.	118
Tabla 21	Costos Fijos.....	119
Tabla 22	Costos variables generales	120
	7.2.2 Gastos de Nomina.....	120
Tabla 23	Gastos de Nómina / Salarios Básicos.....	120
Tabla 24	Prestaciones sociales por cargo.....	121
	7.2.3 Proyección Gastos	¡Error! Marcador no definido.
Figura 22	Gastos de Gerencia	122
Tabla 25	Proyeccion anual de gastos de Gerencia	122

Figura 23	Proyección anual de gastos de Subgerente	123
Tabla 26	Proyección anual de gastos de Subgerente	123
7.3	Proyección de ventas y de ingresos.....	123
Figura 24	Ingreso por Ventas	124
7.4	Estado de resultados proyectado.	125
Tabla 27	Flujo de caja libre del proyecto.....	125
	125	
Tabla 28	Estado de resultado Turytravel	126
	126	
7.5	Flujo de efectivo proyectado.....	127
7.6	Estado de situación financiera.....	127
7.6.1	Punto de Equilibrio.....	127
Tabla 29	Punto de Equilibrio DATOS.....	127
Tabla 30	Punto de Equilibrio CALCULO	129
Figura 25	Representación del Punto de Equilibrio.....	129
7.7	Calculo de razones financieras.....	130
7.8	Razón de liquidez.....	130
Tabla 31	Caja de liquidez.....	130
7.9	Capital de trabajo.	131
7.10	Nivel de endeudamiento.....	131
7.11	Margen operacional.....	132
7.12	Margen neto	133
7.13	Rendimiento sobre el patrimonio.....	134
8	Discusión	135
9	Conclusiones.....	142
10	Recomendaciones	146
11	Bibliografía.....	148

Lista de Figuras

Figura 1	Fiestas Patronales de Aguachica, 2018.....	26
Figura 2	Matriz DOFA.....	68
Figura 3	Pregunta 1	69
Figura 4	Pregunta 2.	70
Figura 5	Pregunta 3	71
Figura 6	Pregunta 4	72
Figura 7	Pregunta 5	73
Figura 8	Pregunta 6.	74
Figura 9	Pregunta 7.	75
Figura 10	Pregunta 8.	76
Figura 11	Pregunta 9	77
Figura 12	Pregunta 10	78
Figura 13	Pregunta 11	79
Figura 14	Pregunta 12	80
Figura 15	Pregunta 13	81
Figura 16	Ciclo de distribución y comercialización de servicios turísticos de TURYTRAVEL	83
Figura 17	Diagrama de operatividad del servicio	87
Figura 18	Planes de pago del software ALEGRA.....	94
Figura 19	Distribución del punto de atención	96
Figura 20	Organigrama de TURYTRAVEL	99
Figura 21	Pasos para la creación de empresa en Aguachica con Cámara de Comercio.	112
Figura 22	Gastos de Gerencia	122
Figura 23	Proyección anual de gastos de Subgerente	123
Figura 24	Ingreso por Ventas	124
Figura 25	Saldo Acumulado.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 26	Representación del Punto de Equilibrio.....	129

Lista de Tablas

Tabla 1	Sistematización de variables	52
Tabla 2	Presentación de la Empresa.	56
Tabla 3	Cesar, valor agregado según actividad económica a precios corrientes	59
Tabla 4	Cesar: valor agregado según actividad económica series encadenadas de volumen	60
Tabla 5	Población estimada desagregada de Aguachica.....	66
Tabla 6	Población étnica	67
Tabla 7	Talento Humano Necesario en TURVTRAVEL	85
Tabla 8	Descripción equipos de Oficina.	92
Tabla 9	Gerencia	100
Tabla 10	Subgerencia y Revisoría Fiscal	101
Tabla 11	Auxiliar Administrativo / Contable	102
Tabla 12	Cajero	104
Tabla 13	Asesor comercial.....	105
Tabla 14	Servicios Generales.....	106
Tabla 15	Vigilancia.....	107
Tabla 16	Asignaciones salariales aproximadas Área administrativa	109
Tabla 17	Asignaciones salariales aproximadas Área Operativa	109
Tabla 18	Constitución de la naturaleza jurídica.....	113
Tabla 19	Activos fijos	115
Tabla 20	Activos Intangibles	116
Tabla 21	Generalidades línea de crédito FINDETER Banco BANCOLOMBIA.....	117
	Crédito Findeter	117
Tabla 22	Costos Fijos.....	119
Tabla 23	Costos variables generales	120
Tabla 24	Gastos de nómina / salarios básicos.....	120
Tabla 25	Prestaciones sociales por cargo.....	121
Tabla 26	Proyección anual de gastos de Gerencia	122
Tabla 27	Proyección anual de gastos de Subgerente	123
Tabla 28	Flujo de caja libre del proyecto.....	125
Tabla 29	Punto de Equilibrio DATOS	127
Tabla 30	Punto de Equilibrio CALCULO	129
Tabla 31	Caja de liquidez.....	130

Resumen

El turismo en todo lo que abarca su actividad, bien sea en el ámbito de prestación de servicios, así como de consumo; es una de las actividades que hoy por hoy detecta un importante rol en la economía del país. Es necesario determinar las zonas de influencia, en las que este sector económico ejecuta su actividad y potencializar la misma en aquellas áreas, en las que el sector se ha visto rezagado y cuentan con una gran viabilidad para la ejecución de las actividades. El presente documento se enmarca en el desarrollo de un trabajo investigativo, que propicie el escenario para el desarrollo de una propuesta para la creación de una empresa operadora de turismo en el municipio de Aguachica - Cesar. En la elaboración de esta propuesta, es fundamental tener en cuenta todo lo referente tanto en ámbito legal, como operativo, de diseño para la ejecución de emprendimientos y creación de empresa en Colombia. El proyecto mencionará en un primer momento un marco de antecedentes tanto académicos como prácticos acerca del turismo en Colombia, el Departamento del Cesar puntualmente en el municipio de Aguachica y la consolidación de este sector económico como una de las actividades preponderantes de la economía nacional. Una vez se ha obtenido el ámbito teórico y conceptual, así como, la ruta metodológica se procedió a seguir la construcción del documento, desarrollando un análisis y un proceso de construcción descriptiva del diseño de la propuesta empresarial aquí expuesta, pues a partir de la academia y observando todo el contexto del municipio de Aguachica se evaluó las ventajas y desventajas que deben ser tenidas en cuenta para el diseño de la propuesta de un operador turístico en el municipio, teniendo en cuenta las generalidades del mismo y su contexto.

Palabras clave: Turismo, Desarrollo, Economía, Plan de negocios, Crecimiento

Abstract

Tourism in all that its activity encompasses, either in the field of service provision, as well as consumption; it is one of the activities that today plays an important role in the country's economy. It is necessary to determine the areas of influence in which this economic sector carries out its activity and to enhance the activity in those areas in which the sector has lagged behind and have great potential for carrying out activities. This document is part of the development of an investigative work that provides the setting for the development of a proposal for the creation of a tourism operating company in the municipality of Aguachica Cesar. For the development of this proposal, it is essential to take into account everything related to both the legal, operational and design fields, the execution of undertakings and the creation of a company in Colombia. The project will first mention a framework of both academic and practical antecedents about tourism in Colombia, the Department of Cesar specifically in the municipality of Aguachica and the consolidation of this economic sector as one of the preponderant activities of the national economy. Once you have the theoretical and conceptual scope as well as the methodological route to follow for the construction of the document, an analysis and descriptive construction of the design of the business proposal presented here will be developed, since starting from the academy and landing this in the context of the municipality of Aguachica, the advantages and disadvantages that must be taken into account for the design of the proposal of a tour operator in the municipality will be evaluated, taking into account the generalities of the same and its context.

Keywords: Tourism, Development, Economy, Business Plan, Growth

Glosario

Calidad: Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor (ESPAÑOLA, 2021).

Cotejo de datos: El proceso de comparar datos que por lo general han sido derivados de diferentes encuestas u otras fuentes, especialmente los de frecuencias diferentes, a fin de evaluar y posiblemente mejorar su coherencia, y precisar las razones de cualquier diferencia (UNWTO, UNWTO, 2021).

Desarrollo: Evolución de una economía hacia mejores niveles de vida (RAE, RAE, 2021).

Economía: La economía (o economía de referencia) es una referencia económica definida en el mismo sentido que en la balanza de pagos y en el Sistema de Cuentas Nacionales: Se refiere a los agentes económicos que residen en el país de referencia (UNWTO, UNWTO, 2008).

Empleo: El empleo en las industrias turísticas, puede medirse como un recuento de las personas empleadas en las industrias turísticas en cualquiera de sus empleos, como un recuento de las personas que desempeñan su empleo principal en las industrias turísticas, o como un recuento de los empleos en las industrias turísticas (UNWTO, UNWTO, 2008).

Empresa: Una empresa es una unidad institucional que se dedica a la producción de bienes o servicios. Puede ser una sociedad, una institución sin fines de lucro o una empresa no constituida jurídicamente. Las empresas constituidas jurídicamente y las instituciones sin fines de lucro son unidades institucionales completas. En cambio, una empresa no constituida jurídicamente se refiere a una unidad institucional: Un hogar o unidad gubernamental: Sólo en su condición de productor de bienes y servicios (OCDE, 2018) .

Encuesta: Una investigación de las características de una población dada mediante la recopilación de datos de una muestra de dicha población y la estimación de sus características por medio del uso sistemático de una metodología estadística (UNWTO, UNWTO, 2021).

Geoestrategia:

Estrategia basada en el conocimiento y análisis de las condiciones geográficas de una región (RAE, RAE, 2021).

Globalización:

Proceso por el que las economías y mercados, con el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, adquieren una dimensión mundial, de modo que dependen cada vez más de los mercados externos y menos de la acción reguladora de los Gobiernos. (RAE, RAE, 2006) .

Industria: Las industrias turísticas abarcan todos los establecimientos cuya actividad principal es una actividad característica del turismo. Las industrias turísticas (también denominadas actividades turísticas) son las actividades que producen típicamente productos característicos del turismo. El término industrias turísticas equivale a actividades características del turismo (RIET, UNWTO, 2008).

Innovación: Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado (RAE, RAE, 2021).

Mercado: Conjunto de operaciones comerciales que afectan a un determinado sector de bienes (RAE, RAE, 2021).

Turismo: Turismo se refiere a la actividad de los visitantes (RIET, UNWTO, 2008).

Turista: Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET, UNWTO, 2008).

1 Introducción

Las personas han sentido la necesidad de viajar desde siempre, con el fin de conocer nuevos lugares, nuevas culturas, de obtener nuevos conocimientos, de relacionarse, de aprender las costumbres ajenas y así de esta forma poder percibir las cosas desde otro punto de vista, las cuales pueden enriquecer personalmente a cada individuo y una de las formas más didácticas y comunes de obtener estas vivencias es viajando, lo cual resulta benéfico para cada sujeto, debido a que esto puede contribuir con el crecimiento laboral y personal.

Aventurarse a lugares desconocidos, resulta muy tentador para todas aquellas personas que les gusta sorprenderse y retarse, puesto los recuerdos que marcan a cada ser ayudan a que se instruyan y expandan los conocimientos adquiridos, a esta actividad se le conoce como Turismo, el cual en los últimos años ha sido el impulsador de la economía en muchos países, contribuyendo con grandes aportes al PIB.

Dicho lo anterior, es posible determinar que el turismo en todo lo que abarca su actividad bien sea en el ámbito de prestación de servicios, así como de consumo; es una de las actividades que hoy por hoy detenta un importante rol en la economía del país. Es necesario determinar las zonas de influencia en las que este sector económico ejecuta su actividad y potencializar la actividad en aquellas zonas en las que el sector se ha visto rezagado, cuentan con un gran potencial para la ejecución de las actividades.

El presente documento se enmarca en el desarrollo de un trabajo investigativo que propicie el escenario para el desarrollo de una propuesta para la creación de una empresa operadora de turismo en el municipio de Aguachica Cesar. Para el desarrollo de esta propuesta es fundamental tener en cuenta todo lo referente tanto en ámbito legal, como operativo y de diseño para la ejecución de emprendimientos y creación de empresa en Colombia.

El documento mencionará en un primer momento un marco de antecedentes tanto académicos como prácticos acerca del turismo en Colombia, el Departamento del Cesar y

la consolidación de este sector económico como una de las actividades preponderantes de la economía nacional. Para ello se van a tener en cuenta textos académicos que den a conocer las transformaciones y avances del sector en Colombia, dentro del diseño del marco referencial propuesto en esta investigación, se tendrán en cuenta términos, conceptos y aportes académicos hechos durante los últimos años relacionados con esta temática.

Seguido de ello, se desarrolló una metodología investigativa que mejor se ajusta a esta propuesta de investigación, pues de este proceso dependerá el desarrollo de las actividades y la ejecución de las mismas en pro de dar respuesta a la pregunta problema que se plantea en el presente documento. Una vez obtenido el ámbito teórico y conceptual así como la ruta metodológica, se construyó el documento, desarrollando un análisis y la construcción descriptiva del diseño de la propuesta empresarial aquí expuesta, pues a partir de la academia y evaluando esto al contexto del municipio de Aguachica y el Departamento del Cesar, se observaron las ventajas y desventajas que se tuvieron en cuenta para el diseño de la propuesta de un operador turístico en el municipio, teniendo en cuenta las generalidades del mismo y su contexto.

El desarrollo de la presente investigación se enmarco en 7 capítulos los cuales son:

- CAPITULO I: Introducción
- CAPITULO II: Marco referencial
- CAPITULO III: Aspectos metodológicos de la investigación.
- CAPITULO IV: Estudio de mercado sobre las necesidades específicas del mercado del turismo en el municipio de Aguachica.
- CAPITULO V: Estudio técnico
- CAPITULO VI: Estudio administrativo

- CAPITULO VII: Adelantar el estudio financiero que ayude a determinar los costos y gastos necesarios para la creación de la empresa TURYTEL.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Colombia del turismo no recibía ingresos significativos debido a los problemas de violencia que vivía desde los años sesenta. Según Montoya y Peña (2016) “En la última década el país ha tenido un desarrollo económico y cultural exponencial, y sin duda el sector del turismo ha llegado a ocupar una de sus bases fundamentales. Las políticas de fácil ingreso para el público extranjero y los sitios turísticos que abarcan historia, naturaleza y belleza tropical han sido grandes atractivos en los últimos años, sin mencionar la disminución de la violencia, hecho que propicia que cada vez más personas quieran conocer Colombia y disfrutar de sus paisajes, ya que ha logrado consolidar los factores y recursos necesarios que permiten al turista suplir sus necesidades culturales, de ocio, recreación y negocios”.

En los últimos años Colombia ha sufrido transformaciones sociales, económicas y culturales, que han hecho que este país sea atractivo ante los ojos de los extranjeros, en las últimas décadas se ha visto un crecimiento significativo en este sector, los individuos realizan esta actividad sin temor alguno, pues muchos han comprobado que la violencia que azotó a este país hace años quedó en el pasado, dando así lugar a un notable cambio, tras el cual muchas personas han deseado hacer de Colombia su destino turístico.

Colombia es un país que cuenta con una gran diversidad de fauna y flora, riquezas que hacen que la audiencia extranjera quiera disfrutar de las cosas exóticas que este país tiene por dar a conocer, lugares llenos de cultura y personas con costumbres peculiares que atraen al público, lo cual deja como resultado un aumento fructífero que beneficia la economía del país, y, que personas como lo son los trabajadores informales, puedan obtener empleo constante, disminuyendo de cierta forma la tasa de desempleo.

El turismo a nivel mundial es un sector pujante y resistente, el cual se ha convertido en un tema económico muy benéfico para los países, Colombia no ha sido la excepción, pues la diversidad cultural, en flora y fauna ha sido un tema de gran relevancia para el crecimiento económico del Estado. Independientemente del lugar en donde se desarrolle esta actividad, se ha convertido en un generador y reactivador económico, logrando de esta manera fomentar empleo, obras de infraestructura, crecimiento de transporte entre otros, lo que es un indicador de desarrollo y crecimiento de los países.

Es así, como a nivel nacional, el turismo se ha convertido en un factor de la economía muy importante, siendo uno de los principales causantes del desarrollo, progreso y oportunidades de empleo en el país, según (Lacouture , 2016) “El turismo hoy es la tercera industria que más atrae divisas, después del petróleo, el carbón y los otros minerales, y por encima de productos tradicionales como café, flores y banano”.

Colombia se ha consolidado como uno de los destinos turísticos más atractivos para la comunidad extranjera, gracias a la información que se puede obtener en las redes, las cuales han sido muy benéficas para el país, debido a que gracias a toda la información ventajosa aquí vertida las personas tienen más acceso para indagar acerca de los destinos más atractivos para visitar, razón por la cual el país se ve beneficiado económicamente.

La ciudad de Aguachica en el Departamento del Cesar, está ubicada al nororiente del país; cuenta con 976.3 km² de longitud, convirtiéndose en la segunda ciudad más importante del departamento por su economía y población. El turismo en el Municipio se ha ido incrementando durante los últimos años, convirtiéndose en una herramienta de desarrollo económico y cultural que beneficia y enriquece el hábitat de los aguachiquenses; sin embargo, el Municipio carece de una empresa operadora de turismo, la cual se encargue de brindar un recorrido por los lugares aledaños a los cientos de visitantes que a diario llegan al pueblo.

Si bien es cierto que la actividad turística en el municipio se ha convertido en una de las principales fuentes económicas, generando así el aumento del empleo, el cual permite mejorar la calidad de vida local, por otra parte el turismo ayuda a crear una cultura

respetuosa y turística hacia los visitantes, brindado así la oportunidad de poder compartir las costumbres, creencias y religiones, que se convierten a su vez en un intercambio de cultura que puede atraer a los habitantes conocimiento y para el pueblo otro tipo de ingreso económico.

Aguachica actualmente es una zona llamativa para las personas que vienen de afuera, debido a que su ubicación privilegiada que logra conectar la parte norte con la sur del país, por ende, si las personas logran entrar y conocer más de este lugar, pueden llevarse una idea de cómo es esta ciudad y si llegasen a volver, podrían aliarse con una empresa turística que les muestre como es la ciudad y sus alrededores.

El municipio es un lugar folclórico y cultural, los visitantes pueden disfrutar de las fiestas patronales las cuales se celebran desde el 07 de agosto hasta el 16 del mismo mes, pueden distraerse con las diferentes exposiciones de artesanías y eventos culturales y los diferentes conciertos que se ofrecen en honor al municipio; el 03 de Mayo pueden trasladarse hasta el Cerro de la Cruz, en donde se conmemora el Día de la De la San Cruz, los turistas pueden escoger su ruta a llegar, existen dos caminos, el primero es atravesando el Bosque del Agüil, lugar en donde se puede disfrutar durante la travesía de la fauna y flora, además es un recorrido que se hace a pie, por ende los viajeros podrán disfrutar a total cabalidad de la naturaleza y aire puro que en este sitio se respira, por ser reserva natural, la segunda opción es dirigirse hasta el sitio conocido como "El Cerro de los Chivos," lugar donde existe un desvío para llegar al destino turístico, recorrido que se puede hacer en cualquier medio de transporte, aquí los turistas se encontraran con las diversas fincas, las cuales se dedican a la explotación agropecuaria y a la agricultura.

El corregimiento de Puerto Patiño, ubicado en el sur del Departamento del Cesar, hace parte del municipio de Aguachica, en este existe una amplia variedad de recursos naturales ideales para las actividades turísticas y deportivas, un ejemplo de ello es la existencia de la Ciénaga Doña María, en la cual se puede disfrutar y practicar la pesca, realizar un recorrido en canoas, chalupas y deportes náuticos. Por su parte, el municipio de Aguachica tiene varios lugares por recorrer. Entre estos está; el Bosque de la Agüil, ubicado

en el sector urbano, es una zona verde que tiene gran biodiversidad. Este ecosistema cuenta aproximadamente con 70 tipos de árboles nativos de la región. Siguiendo el recorrido se puede visitar el Centro Cultural Eladio Vargas, es un buen lugar para conocer, allí se prestan servicios de biblioteca, archivos fotográficos y artísticos. No obstante, en planes turísticos más familiares y buscando una conexión con la naturaleza, se encuentra el Balneario de Norean y Buturama que se encuentra ubicado a un lado de la Auto Pista La Ruta del Sol.

También se puede visitar el del municipio de Rio de Oro, el cual celebra sus fiestas el 06 de enero con la Matanza del Tigre y en marzo son sus carnavales. El Departamento del Cesar cuenta con una importante variedad de recursos que propician diferentes actividades durante el día para cada uno de sus visitantes. Al hacer un recorrido nocturno por el Cesar, puedes aprovechar y conocer el tipo de música nacional Colombiano en diversos establecimientos de baile, clubes o discotecas, entre las más recomendadas se encuentran Mi Tierra, Prestigio, Coyote, Donde Techy, Coronita Tráiler, Adicional a ello, existen diferentes balnearios y centros turísticos como es el Balneario Norean, en este sitio el caudal del río Buturama disminuye, lo que les permite a los visitantes bañarse en una piscina natural. Adicional a ello se encuentra el eco parque Los Besotes, una reserva natural situada a 10 km de Valledupar, en esta zona coexisten 285 especies de aves, también habitan 44 especies de mamíferos. Los turistas pueden realizar recorridos en donde podrán ver venados, armadillos y bellas especies mamíferas que habitan en la zona.

En ámbito de fiestas, está la semana santa de Valencia de Jesús (corregimiento de Valledupar) El Festival Vallenato patrimonio cultural e inmaterial del departamento. Otras de las celebraciones más importantes son: las Fiestas Patronales de San Roque en el Municipio de Aguachica, las Fiestas de San Francisco de Asís en La Paz, y La Paletilla en Becerril.

En consecuencia, el municipio necesita de una empresa de turismo, que se dedique especialmente a todas aquellas personas que vienen del interior y exterior del país, con el propósito de conocer e indagar más acerca del lugar al que han llegado, para que así logren

llevarse una perspectiva y experiencia totalmente diferente, debido a que al turista se le debe entregar lo mejor, para que la imagen que se lleve de vuelta a casa sea positiva, satisfactoria y benéfica.

1.1.1 Formulación del Problema.

¿Cuáles son los aspectos más relevantes a tener en cuenta para la creación de una empresa operadora de turismo en Aguachica, Cesar, ¿que aporte desarrollo económico y sostenible en la región?

1.2 Justificación

El modernismo y los diferentes cambios culturales, sociales y económicos han desarrollado más turismo en la población, pues el individuo quiere conocer nuevos lugares, culturas e intercambios con otros modelos de vida y hábitos. Por tanto, es fundamental que existan servicios turísticos integrales y de calidad que estén a la vanguardia y se adapte a las necesidades del mundo circundante. De la misma manera sucede en el Municipio de Aguachica y en el Departamento del Cesar, por su diversidad cultural; a la fecha, en la circunscripción solo existen empresas de viajes, pero no hay una que tenga la ruta o guía turística de Aguachica y sus alrededores, ubicados específicamente en el departamento del Cesar.

Es la razón por la cual se llevó a cabo la decisión de realizar este proyecto, para contribuir al crecimiento y al desarrollo de la industria del turismo en el país, pues se ha visto que Colombia se ha convertido en un destino llamativo debido a sus atractivos turísticos. Otra de las razones fundamentales es la generación de empleo en la Región, que se podría dar además del favorecimiento económico y social. Mostrar las partes significativas de un sector es sinónimo de conocer y disfrutar experiencias inolvidables, si dejar atrás la construcción de patrimonios culturales a futuro que generen valor agregado a estos sitios turísticos.

Teniendo una guía turística de Aguachica y sus alrededores con planes turísticos y acompañamiento logístico, que se puede dar a conocer, para que las personas vengan del interior y del exterior del país, a visitar los lugares con los que cuenta este territorio, mostrando cultura, costumbres, hábitos de vida, e historias por vivir y quizás por revivir, y al mismo tiempo, se busca incentivar a las personas de la región a que los lugares aledaños también tienen vida, y que pueden ser atractivos para los ojos de aquellos que aún no conocen la riqueza y la belleza de nuestro territorio.

Cabe resaltar, que muchas personas viven sin conocer otras perspectivas, puede que exista una respuesta que aún no se comprende, pero lo que sí es ineludible, es mostrarle al mundo las raíces del territorio y así romper estereotipos, barreras y la idea absurda de que los Aguachiquenses no tienen nada atractivo que mostrar al visitante, que esta tierra es un punto muerto en cuanto a lugares turísticos; por tal motivo se quiere dar vida a una empresa turística que cambie la mentalidad de muchos.

Al crear este proyecto de una empresa operadora de turismo, lo que se quiere es incentivar a las personas para que apoyen esta idea local, al mismo tiempo se quiere brindar una fuente de empleo, el cual contribuya con el bienestar de los habitantes, debido a que el turismo es visto a nivel mundial, como una fuente de ingresos positivos para los países, puede ser satisfactorio para muchos, con esta idea se trataría también de reducir el índice de trabajo informal, en el municipio. Por otra parte, la economía tendría un impacto positivo, debido a que habrá más influencia de personas en el municipio, razón por la cual también serían beneficiadas las MIPYMES que se encuentran conformadas el Sur del Cesar.

Para la consolidación de este proyecto se indagaron a personas reconocidas que son oriundo de la región y conocen la historia, de los sitios y fiestas emblemáticas del Municipio, así como la opinión de las personas acerca del conocimiento de estas expresiones turísticas y del impacto de la creación de una empresa operadora de turismo en el Municipio que preste servicios de guía, planes turísticos y apoyo logístico para la visita de lugares emblemáticos. Para ello se utilizaron instrumento de recolección de información acordes al objetivo del

proyecto, tales como entrevistas, observación participante, encuestas, lluvias de ideas, entre otros. Así mismo, se tuvieron en cuenta aspectos metodológicos de enfoque cualitativo y cuantitativo que permitieron describir y analizar tanto los estudios como la proyección social del proyecto.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general.

Diseñar una propuesta para la creación de la empresa operadora de turismo TURYTRAVEL, en el Municipio de Aguachica y sus alrededores.

1.3.2 Objetivos específicos.

- Desarrollar un Estudio de Mercado.
- Realizar un Estudio Técnico.
- Realizar un Estudio Administrativo.
- Adelantar el Estudio Financiero.

1.4 Delimitación

1.4.1 Delimitación teórica-temática.

- Línea de Investigación No. 1: Gestión Funcional
- Eje Temático: Emprendimiento e innovación, Formación y creación de empresas

Este proyecto pretende ahondar en la relación entre crecimiento económico y distribución del ingreso en Aguachica, y analizar en qué medida el compromiso social juega un rol en dicha relación. Específicamente, el proyecto procura contestar si existe un vínculo entre las diferentes jurisdicciones, en la brecha de desigualdad por el regionalismo que experimenta cada uno de los departamentos en las últimas décadas y su mal desempeño económico.

La empresa de turismo TURYTRAVEL, es importante para el crecimiento económico regional, esto, debido a que implica el incremento de los ingresos y de esto depende la forma de vida de las personas que conforman a una sociedad, la distribución del ingreso para esta empresa es de vital importancia debido a la ayuda, a ver la relación que existe entre la población y el ingreso, mostrando las diferentes formas en la que se distribuye los factores de producción.

1.4.2 Delimitación Temporal.

El proyecto de emprendimiento se desarrollará durante doce (12) meses a partir de la aprobación por parte del comité de investigación, de la facultad de Administración de Empresas.

1.4.3 Delimitación Contextual.

La agencia de turismo estará ubicada en el municipio de Aguachica, por tanto, será el sur del departamento del Cesar, el lugar en donde se delimitará el espacio para el desarrollo de esta propuesta de investigación.

Aguachica, es un lugar que cuenta con una superficie de 976.26 km² y una población de 109.621 habitantes, según datos del DANE del censo del año 2018 este ente territorial cuenta con el Bosque del Agüil, reserva natural llena de fauna y flora, el Cerro de la Cruz, fiestas que se celebran el 3 de mayo, las fiestas patronales las cuales se inician desde el 7 de agosto hasta el 16 del mismo mes, y los carnavales que se celebran el 22, 23 y 24 de febrero, es un lugar geoestratégico, caracterizado por la alegría y respeto de sus habitantes, visitado por cientos de individuos, por ser este uno de los municipios del departamento más grande y atractivo, ya sea para laborar o para visitar. Aguachica es un lugar lleno de folclor, belleza y cultura, lo cuallo hace destacar entre los demás municipios, el encanto de su gente, la euforia de sus habitantes, hacen que todo aquel que llegue a este bello lugar se quiera quedar.

Figura 1 Fiestas Patronales de Aguachica, 2018



Fuente: Alcaldía de Aguachica, sitio web.

2 Marco Referencial

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes Históricos.

El turismo ha estado presente desde que empezó la humanidad. Los nómadas o sedentarios fueron los primeros turistas, desde ahí el turismo junto con el hombre ha ido cambiando de acuerdo a sus necesidades y características, incrementando de manera satisfactoria en el tiempo su importancia mundial, a lo largo de la historia ha atravesado por varias etapas, estas se han dividido en diferentes épocas en las que diversos fenómenos históricos le han hecho sobresalir. El turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. (CISNEROS, 2020).

Como se puede observar, el turismo tomó revuelo desde la revolución industrial, el cual hasta nuestros días ha sido un factor muy benéfico, abriendo la brecha al conocimiento ya sea de culturas o de personas, debido a que a través de este el mundo puede aventurarse a conocer aquello que aún es invisible para los ojos, llenarse de conocimientos y vivir

experiencias nuevas, pues permite reconocer identidades y espacios novedosos atractivos para el interés social, económico e investigativo.

Como punto de partida histórico, se tiene la consolidación del día mundial del turismo el cual data del 27 de septiembre de 1970, luego de llevarse a cabo la primera Asamblea General de la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT), este organismo antecedería a la Organización Mundial del Turismo (OMT). A partir de este hito histórico se establecieron las normas a seguir para la conformación de la actual Organización Mundial del Turismo (OMT).

Posteriormente, en el año 1975 se da el reconocimiento oficial a la OMT como el Organismo Internacional promotor y vigilante de la actividad del Turismo en el mundo. En ese año se celebró la primera asamblea general de la OMT con sede en Madrid, España. (ENTORNO TURISTICO STAFF, 2015)

Concluyendo con el día mundial del turismo, se puede analizar que el impacto que este ocasiono después de la revolución industrial fue evidentemente una situación que marco esta época, el cual llego a convertirse en un tema de gran interés para los diferentes entes que rigen este sector, decidiendo llegar a toda clase de público para sensibilizarlos y hacerlos conocedores de temas relacionados con cuestiones de interés.

Por su parte, “La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Turismo y los Viajes Internacionales, celebrada en Roma en 1963, recomendó una definición para los términos "visitante", "turista" y "excursionista", que habían sido propuestas por la UIOOT. Estas definiciones fueron examinadas en 1967 por un grupo de expertos sobre estadísticas de los viajes internacionales de las Naciones Unidas, y en 1968 fueron suscritas por la Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas” (ACERENZA, 2006)

Se puede evidenciar como el turismo tomó una alta relevancia en estos años, hasta tal punto de crearse la necesidad de definir los sinónimos del turista, debido a que desde ese

entonces se empezaba a observar cuan benéfico iba a ser este sector para los diferentes países, según Acerenza en su libro Conceptualización, origen y evolución del turismo, estipula que fue la Conferencia de las Naciones Unidas, quien recomendó las descripciones, debido a que se vio la necesidad y la urgencia que esto demandaba.

2.1.1.1 El Turismo En Colombia.

El caso Colombiano reconoce que la historia del turismo nace el 17 de junio de 1954, luego de crearse la Asociación Colombiana de Hoteles (ACOTEL) la cual tuvo lugar en la ciudad de Barranquilla, este órgano fue dirigido por John Sutherland, quien era en ese entonces el Gerente del Hotel Tequendama. Posteriormente, el 25 de octubre de 1955 se conformó la Asociación de Líneas Aéreas Internacionales en Colombia (ALAICO) la cual tuvo lugar en la ciudad de Bogotá.

Luego de estas dinámicas organizativas, el 24 de octubre de 1957 el Gobierno Nacional creó la Empresa Colombiana de Turismo por Decreto 0272. Por otro lado, los restaurantes se agremiaron en la Asociación Colombiana de Grandes Restaurantes (ACOGRAN) y en 1959, la alcaldía de Bogotá creó el Instituto de Cultura y Turismo de Bogotá.

El turismo en Colombia logró posicionarse de forma exitosa, a pesar de la oleada de violencia que por esos años se vivía, el sector hotelero se vio beneficiado positivamente, los aportes que le generó al PIB fueron significativos, el empleo aumentó tanto directa como indirectamente, y a medida que fue pasando el tiempo este sector se fue posicionando cada vez con más fuerza y hoy por hoy, es uno de los sectores que más ingresos le genera al país.

2.1.1.2 El Turismo en el Cesar.

Una de las características culturales de las que goza el Departamento del Cesar es su folclor desde el cual nacen importantes hitos enmarcados en el patrimonio, como lo es el Festival de la Leyenda Vallenata, el cual surge como acto conmemorativo y de alto reconocimiento a este tipo de música. El Festival de la leyenda Vallenata a lo largo de su

historia ha ido transformándose al mismo tiempo que se ha conseguido el desarrollo social y económico de Valledupar.

Desde sus inicios y hasta 1986 este festival fue organizado por la oficina de Turismo del Departamento del Cesar, posteriormente, se creó la Fundación Festival de la Leyenda Vallenata, que surge en el año 1987 en las instalaciones de la Tarima Francisco el Hombre de la Plaza Alfonso López. A partir de este año, se reconoce que esta celebración ha servido de marco para inaugurar la televisión regional, pues es a partir de este momento que nace el canal de televisión Telecaribe, el cual hasta 1998 estuvo encargado de transmitir en vivo y en directo el desarrollo del evento. (HERALDO, 2017)

El departamento del Cesar fácilmente lo ubican por ser la tierra del vallenato, género musical típico de Colombia, el cual cada año atrae a cientos de turistas, tanto nacionales como internacionales, puesto la experiencia que se vive en estas fiestas suele ser diferente y emocionante cada año. El departamento se beneficia de esta festividad, puesto las entradas que le genera benefician a varios sectores, tales como lo son, el hotelero, la industria textil, los puestos de comida rápida, los supermercados entre otros, por otro lado, hace que el empleo tanto formal como informal se incremente, lo cual es algo muy positivo para el departamento y su gente.

2.1.2 Antecedentes Investigativos o Internacionales

En el 2019 se han registrado 1.500 millones de llegadas de turistas internacionales en el mundo. Eso supone un incremento del 4% en la actividad turística, en relación en 2018. No obstante, es una cifra que indica que los crecimientos se van haciendo más pequeños. En comparación al crecimiento en 2017 el cual fue de 7% y en 2018 del 6%. La industria ha pasado de gestionar 25 millones de turistas en 1950 a los más de 1500 millones actuales. En los últimos 10 años, el turismo ha crecido un 70%. (GARCIA , 2020)

En los últimos años el turismo se ha disparado a nivel internacional, creciendo así a un buen ritmo y generando desarrollo sostenible para los diferentes países, esto es debido a

las nuevas tecnologías, la cual le permite a los extranjeros poder navegar y estar en contacto con el resto del mundo, queriendo así aventurarse y conocer nuevos lugares, otro factor es la apertura de mercados, el cual le permite a las personas mayor facilidad para gestionar los visados, y el crecimiento sólido en varios mercados es otro factor muy benéfico para los turistas.

Aunque en el 2019 se presentó una baja en el turismo internacional, no cabe duda que se va por buen camino, debido a que a medida que pase el tiempo surgirán nuevas estrategias, creaciones e inventos, para que este siga en aumento y beneficiando a los países con un buen desarrollo sostenible.

Según la (secretaria general de turismo, España) en colaboración con (José Antonio franco, director general de DIT Asesores; Alberto Marín, Director de Innova Management), dicen que España es el primer destino mundial en turismo vacacional y el segundo por números de llegadas e ingresos 58,1 millones de turistas internacionales en 2006 dieron un súper hábit por turismo de 27.444 millones de euro; se trata de un sector clave para la economía y sociedad española. El turismo género en 2005 el 11% del PIB español y emplea en la actualidad a 2,7 millones de personas: El 12,4% de la población ocupada, Más allá como su peso de sector específico, tiene un efecto multiplicador importante y fuerte implicaciones sobre otros sectores estratégicos del país; construcción, medio ambiente y sanidad, entre otros. (FRANCO & MARIN, 2020)

El turismo en el país Español ha tenido comportamientos satisfactorios que hoy por hoy han logrado posicionar al país a nivel mundial, trayendo beneficios y consecuencias positivas para este sector, generando ingresos, los cuales son de suma importancia para la economía española, lo que conlleva a un bienestar común y a una estabilidad constante en la que se ve beneficiada la sociedad. El desarrollo sostenible se hace más evidente, puesto que, al mejorar la economía hay estabilidad, para los cientos de personas que conforman dicho país.

En el 2013 la WTC (2013) indica que para México el turismo contribuyó directamente al PIB con 5.9% un 3% más con respecto al año anterior, alrededor de 953.000 millones de pesos y de forma agregada con el 13.3%, es decir, 2.1% con respecto al 2012. Se generaron 3.180 millones de empleos directos, 6.4% del total y de forma agregada, incluyendo empleos indirectos 7.235 millones de los empleos, 14.2% del total. (CRUZ, HERNANDEZ, AVILES, & VALDIVIA, 2016)

México es uno de los países Americanos que más mueve el sector turismo, debido a los atractivos turísticos con los que cuenta, en donde se puede resaltar las playas Mexicanas, motivo que le ha permitido fortalecer este sector. Si bien es cierto este país se beneficia de todo esto, ya que su economía aumenta, el empleo es fructífero, y la sociedad en general gozará de una estabilidad vital y el sector seguirá posicionándose mucho mejor, las grandes industrias con las que cuenta este país, son uno de los factores que llaman mucho la atención del extranjero, sus reservas y lugares mágicos conquistan al foráneo, haciendo que se quiera aventurar, y relajarse.

En Argentina la actividad turística en 2018 movió algo más de 55.000 millones de dólares (10,3%) del PIB, es la cuarta generadora de divisas en el país, 1,5% debajo de la industria automotriz, según un estudio presentado. El revelamiento, elaborado por la asociación de hoteles, destaca que en 2018 el turismo generó un impacto económico en el PIB cuatro veces mayor al de las industrias del software, indumentaria y textil. El turismo es el principal generador de empleo en Argentina, con 13,1 puestos de trabajo por cada millón de dólares que se invierte, el turismo recibió 900 millones de dólares de inversiones en los últimos 4 años, un 0,6% del total y colaboró con la creación de 11.800 puestos de trabajo. (DEMORA, 2019)

El sector turismo en Argentina ha venido de menos a más, posicionándose poco a poco en el país como uno de los sectores generadores de economía, empleo y divisas, el cual brinda bienestar a toda la población y beneficia en general al sector hotelero. Observando el bien que este sector le ha hecho al país, el gobierno argentino ha decidido en seguirle

apostando a este sector, debido a que en el futuro será uno de los que entre a competir a nivel mundial.

Reino Unido espera cerrar el año con 39,7 millones de turistas internacionales, cifra que registra un incremento del 6% respecto al año anterior, cuando se registraron 37,3 millones de visitantes. En la misma línea, el gasto que generarán los viajeros rondará los 29.000 millones de euros, un 14% más, según las previsiones de la agencia nacional de turismo Visit Britain. (HOSTELTUR, 2017)

Gracias a la caída de la libra (Monda oficial del reino unido) el país europeo supo aprovecharla, obteniendo cifras favorables para su economía, ofreciendo puestos de trabajo, recibiendo aportes al PIB y generando mayores ingresos de divisas, motivos que dieron estabilidad a la sociedad y la economía. El país europeo está en el ojo de muchas personas, porque su belleza, calidez y atractivos lugares son uno de los factores que influyen en el movimiento turístico.

COLOMBIA

El turismo, con una participación del 5,9% en el Producto Interno Bruto (PIB) de la nación, se convirtió en uno de los principales motores económicos de Colombia. Muestra de ello es que entre 2010 y 2014 el país recibió más de US\$5.000 millones por la llegada de viajeros internacionales. (ROZO, 2015)

Poco a poco y con pasos firmes Colombia es uno de los países suramericanos que se ha ido introduciendo en el sector del turismo, convirtiéndose en uno de los destinos más preferidos por los extranjeros. Gracias a los grandes ingresos que este sector puede generar, la economía y sociedad se ven grandemente beneficiados, resultados que son benéficos para una nación, y más cuando este sector ha llegado al punto de ser uno de los activadores en la economía Colombia.

Las empresas de viajes vendieron en 2017 más de US\$3.600 millones. Eso muestra el buen momento del turismo. Aun así, los desafíos siguen siendo enormes, luego de un 2017 muy positivo para el turismo, al punto de convertirse en el segundo generador de divisas del país, superando productos tradicionales como el café, las flores y el banano, según datos del Banco de la República, este año se perfila como otro buen periodo para esta actividad económica. (SEMANA, 2018)

Concluyendo con el panorama que vivió Colombia en el año 2017, podemos agregar que fue uno de los mejores auges que tuvo el país, pues si bien es cierto Colombia es uno de los mayores exportadores de café y para que algo supere los ingresos que dejan los productos tradicionales tiene que ser una nueva propuesta muy tentadora y viable a la cual se le ha apostado, y sin duda alguna se puede afirmar que el sector turístico es una propuesta que ha llegado no solo a cambiar al país, sino que también al mundo en general, siempre y cuando se sepan llevar a cabo las estrategias planteadas para lograr el cometido.

El año anterior fue el mejor en la historia de la industria turística colombiana. Así lo reconoció el Ministro de Comercio, Industria y Turismo, José Manuel Restrepo, tras conocer que los visitantes no residentes que llegaron a Colombia fueron 4.276.146 y que la ocupación hotelera alcanzó el 55,46% en 2018. (MINCIT, 2019)

No cabe duda que cada vez los extranjeros se fijan más y más en Colombia como destino turístico, ya sea por aventura, diversión u ocio; motivos que le resultan muy benéficos al país, lugares como: San Andrés islas, Bogotá, Medellín, Santa marta y Cartagena, son los más preferidos por los turistas, gracias a las maravillas y encantos que posee cada una de estas ciudades, motivo que las beneficia por la estabilidad económica que esto les brindara, por otro lado hace que el empleo tanto formal como informal se incremente de forma satisfactoria, reduciendo de un modo u otro la tasa de desempleo que azota al país.

Desde El 2015 el valor agregado turístico nacional ha crecido 31%, el sector subió 7 puestos en el índice de competitividad en viajes y turismo del foro económico mundial,

entre 2017 puesto 62 de 136 y 2019 puesto 55 de 140, y genero más de 1.8 millones de empleos en 2018, 3,7% más que en 2017 y 8,8% del total de empleo del país. (DIAZ, 2020)

En Colombia el turismo en los últimos 5 años ha ido incrementado de manera satisfactoria, al tal punto de convertirse en uno de los principales activadores de la economía del país, siendo este anteriormente el principal desafío que el gobierno colombiano tenía que enfrentar, hoy por hoy este sector es uno de los más benéficos y satisfactorios para el desarrollo del país el cual ha ido generando ingresos y empleo.

Colombia es uno de los países que está en auge gracias al turismo, el cual ha beneficiado en rasgos amplios la economía, el sector hotelero en 2019 batió record, el empleo tanto directo como indirecto dio sus frutos, los aportes al PIB son de vital importancia, y las divisas incrementaron, motivos que ponen al país eufórico ya que gracias a esto el bienestar de la sociedad se evidencia y el aumento de la economía beneficia a todos.

El departamento del Cesar, y su capital Valledupar, por sus riquezas naturales y culturales, constituyen unos de los principales destinos turísticos de Colombia. En sus tierras, de grandes paisajes, donde se conjugan mitos y leyendas. (HERALDO, 2019)

El Cesar es un departamento que carece del sector turismo, de hecho, no depende de este en lo absoluto, pero gracias a los diferentes planes de desarrollo y nuevas ideas, se está planteando como incursionar este sector en el departamento, se ha decidido mostrar los lugares con los que cuenta para ofrecerlos al mundo. El gobernador de este departamento ha decidido impulsar este sector en la región, ya que lo único con lo que cuenta para impulsarlo es el festival vallenato, el cual se realiza cada año, motivo por el cual las únicas entradas que el departamento tiene por el turismo se dan anual.

La ausencia de operadores de turismo en el departamento del César es una oportunidad para el planteamiento del modelo de negocio, que será pionero en la zona y permitirá conectar de manera optimizada la oferta con la demanda en un nivel más amplio,

pues las actuales empresas dedicadas al turismo están enfocadas en públicos locales y familiares, mientras que una operadora puede llegar al ámbito nacional (SUAREZ, 2018)

De acuerdo con Suarez (2018), la posibilidad de abrir una operadora turística en territorios del departamento del César está dada por la necesidad de explotar la diversidad natural y cultural del departamento, la cual es evidente en municipios como Aguachica. Así mismo, esto permite que se brinden servicios de calidad a los clientes y es a su vez un incentivo positivo para promover el turismo en la región.

2.2 Marco teórico

Según Alcívar Isidro (2018), Explica que un sistema turístico es un acumulado de labores y de recursos los cuales interactúan entre sí, para lograr las diferentes metas en comunes, compuesto por elementos como: la Oferta Turística, la Demanda Turística, el Espacio Turístico, los Operadores del Mercado Turístico y los Organismos reguladores del turismo. (ALCIVAR, 2018)

Es importante destacar que el sistema turístico reúne todos sus elementos y lo hace partícipes de él, los vincula entre si y los une con el exterior para poder así alcanzar los objetivos planteados, además su dinamismo, flexibilidad y alto grado de apertura lo convierte en un modelo maleable frente a situaciones socioculturales y económicas, a su vez este sistema está compuesto por un conjunto de elementos que están estrechos entre sí.

La demanda turística es la que compone a un conjunto de turistas que están dispuestos a adquirir productos o servicios económicamente para satisfacer sus necesidades en un momento determinado a un precio determinado, la oferta turística es un conjunto de bienes, servicios e infraestructura, los cuales se encuentran en el mercado y están a disposición de las personas, conocidos como turistas.

El espacio turístico, es el que abarca la parte territorial en donde se va a verificar o se podría verificar actividades turísticas, los operadores del mercado turístico son aquellos

que participan en actividades turísticas, generalmente son los intermediarios entre consumidor final y los organismos reguladores del turismo establecer las políticas para consolidar, investigar, difundir, proteger, y al mismo tiempo restaurar, conservar, mantener, fomentar y promover el patrimonio nacional, cada uno tiene sus propios parámetros de protección y conservación.

Según J. Dumazeider (2015), define la teoría del ocio y el tiempo libre como una congregación de labores donde la persona por voluntad propia se dedica, a reposar o distraerse, en algunas ocasiones se aventuran para cumplir su alineación desinteresada, y una deliberada participación social, o cuando tiene una capacidad creativa, el cual le permitirá liberarse de sus deberes profesionales y cotidianos. (OLLAGUE, 2015)

En conclusión, el ocio de las personas, es uno de los factores fundamentales que influyen o motivan a los diferentes conjuntos de sujetos a aventurarse y querer conocer y vivir nuevas experiencias, por otra parte, el tiempo libre es otro de los factores que motiva a los individuos a realizar viajes para experimentar nuevas sensaciones y desestresarse de la vida de trabajo y rutina que mantienen a diario.

El turismo se ha convertido en una de los pasatiempos más escogidos por las personas, debido a que este les ofrece libertad, desprendimiento de la monotonía, cambios, retos nuevos y perspectivas diferentes, las cuales día tras días incentivan más a las personas, creando de tal forma una necesidad que los impulsa a aventurarse, a darle provecho a los ratos de ocio, como también el tiempo libre, estas prácticas de ciertas formas resultan favorables, debido a que esto influye en la actitud de una persona y alivian el nivel de estrés, aumentando así de cierta forma su destreza en el ámbito laboral.

Leiper (2012), propuso un modelo de sistema turístico (sistema turístico de Leiper), el cual se compone por cinco elementos, que comprenden tres elementos territoriales: La región de origen del viajante, una región de tránsito que intercomunica el origen con el destino y la región del destino turístico. Los otros dos elementos son: El turista y la industria

del turismo y de los viajes (centros de información turística, medios de hospedajes, etc.). (PANOSSO & LOHMANN, 2012).

Este modelo el cual fue propuesto por Leiper, comprende 5 elementos, los cuales según para él, son los esenciales y vitales en el modelo de sistema turístico, debido a que estos son fundamentales para su complementación, ya que brindan una mejor flexibilidad a la hora de analizarlo, comprenderlos, el dinamismo que va vinculado a estos refleja la posibilidad de análisis y entendimiento.

Estos elementos se encargan de dar definiciones acerca del origen turístico de los individuos, de la comunicación que pueda existir entre origen, destino y el lugar turístico al cual las personas desean aventurarse. El turista es otro de los elementos y uno de los más importantes, ya que gracias a este se puede hablar de una economía beneficiosa, de un incremento de divisas. Por ultimo las industrias del turismo las cuales son las más beneficiadas, gracias al servicio que les prestan a los individuos.

Alcántara (2017), afirma que la globalización, se ha convertido en el contexto turístico en el cual se interpreta como la fase post fordista del turismo acreditada por la producción blanda del ocio. Esta fase la caracteriza el nuevo modelo turístico el cual es comprendido por la globalización de los mercados, la segmentación de la demanda, las economías de escala en las actividades turísticas, las nuevas tecnologías disponibles, la exigencia de sostenibilidad del medio ambiente y social. (ALCANTARA, 2017)

La teoría post fordista se puede aplicar para describir todo un contexto de sistemas los cuales describen al mundo de hoy, según (ALCANTARA, 2017) afirma que la globalización ha sido uno de los grandes factores para el desarrollo del turismo, ya que esta trae consigo misma un proceso que ha venido revolucionando el mundo de hoy, las nuevas tecnologías, los procesos económicos, sociales y culturales han influido en este sector de manera favorable, logrando que hoy por hoy se posicione y tenga mayor viabilidad en el mercado.

La globalización en la teoría post fordista es esencial, ya que esta presunción se basó en describir al mundo actual, en las ventajas que esto podría generar al estar presente en un mundo tan competitivo y bien comunicado como lo es en la actualidad, si bien es cierto el fenómeno de la globalización trajo muchos beneficios, y el sector turismo fue uno de los que se vio beneficiado, debido al movimiento de individuos que genera a cada rato.

Pardo (2019), dice que el turismo es una actividad especialmente social y económica, pues no solo abarca la generación de divisas, sino que asimismo se origina por el traslado de individuos, a los cuales se les ha denominado como turistas, siendo estas personas las que instauran un contiguo de relaciones con la sociedad receptora, en donde se despliegan numerosas diligencias y servicios, los cuales constituidos con efectividad cumplen con el objetivo de persuadir al turista y logran que este perciba el viaje como una rutina agradable. (PARDO, 2019).

El turismo hoy en día es uno de los activadores de economías a nivel mundial, beneficia a muchos países y contribuye con los factores internos de estos, por otro lado, les permite a las personas interactuar y conocer aspectos de otras culturas, experimentar cambios y afrontar retos, los cuales los pueden instruir, debido a que tienen la mente abierta y dispuesta a recibir nuevos conocimientos.

El turismo para las personas es una forma de liberarse y de descargar el estrés, las nuevas aventuras le permiten a las personas, cambiar su forma de pensar y visualizar las cosas con otros ojos, arriesgarse a probar algo nuevo no es tan sencillo, pues las personas tienden a ser desconfiadas por naturaleza, es por esto que Pardo (2019) dice, que al turista hay que engancharlo desde el principio, puesto hay que persuadir a la persona para que este se arriesgue a conocer nuevas cosas y logre visualizar al turismo como una rutina agradable.

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), “el turismo percibe los movimientos que ejecutan los individuos durante todos sus viajes y estancias en partes distintas a su ambiente usual, por un espacio de tiempo contiguo menor a un año, con fines de pasatiempo, negocios y demás”. (SANCHO, 2018)

El turismo son todas aquellas actividades que se realizan durante los diferentes viajes que efectúan los individuos, ya sea internacional o nacionalmente, con el objetivo claro y conciso de divertirse, conocer, explorar o en su defecto por cuestiones laborales; dichas pernoctaciones se realizan en un periodo consecutivo, el cual es inferior a un año, el cual plantea su propósito a lograr y es lograr cautivar al visitante de tal forma que se atreva a vivir en un próximo periodo la misma experiencia.

2.3.2 Competitividad

Porter describió la estrategia competitiva, como las operaciones ofensivas o defensivas de una compañía para instaurar una perspectiva defendible intrínsecamente de una industria, acciones que eran la objeción a las cinco fuerzas competitivas que el autor reveló como concluyentes de la naturaleza y el nivel de competitividad que asediaba a una compañía y que, como consecuencia, indagaba para lograr un significativo rendimiento sobre la inversión. Identifica los conceptos agrupados con el progreso del trabajo del grado. (CONTRERAS , 2016)

La competitividad puede ser entendida desde la óptica de Porter como la cabida que tiene un país para participar en un mercado internacional, se puede decir, que es un fragmento significativo en las economías, debido a que este permite hacer un estudio de cómo se encuentran las industrias, para así poder entrar a competir en el mercado externo, captando o

conservando paulatinamente una cuota de mercado, la cual vaya dejando como resultado un incremento conforme al nivel de vida de los habitantes.

2.3.3 Sistema turístico

Según Sergio Molina, el Sistema Turístico es un conjunto directo de ordenamientos concernientes y suplidos con su contexto en el cual se instituye una variedad de canjes, y este se encuentra compuesto por un subconjunto de subsistemas los cuales se relacionan entre sí, interactuando para alcanzar una meta en común, Se auxilia de la noción financiera en función del egreso, así como las carestías físicas y entusiastas del turista. Constantemente está en metamorfosis porque este pende de las penurias y avaricias del turista. (BULLON, 2018)

Bajo el concepto de sistema turístico se puede decir, que es la consecuencia tediosa de interrelaciones entre los diferentes elementos que hay que considerar colectivamente desde la óptica sistemática, es decir, un acumulado de elementos conectados entre sí que aumentan activamente; el sistema turístico requiere de excursionistas, ya que si estos llegasen a faltar el sistema no cuenta con una base empírica, por lo tanto, el turista se convierte en la base fundamental, para conformar un sistema.

2.3.4 Demanda turística

La OMT la define como, “el contiguo de turistas que, de carácter particular o combinado, están motivados por una sucesión de productos o servicios turísticos con el fin de resguardar sus penurias Económicamente, la definimos como la cuantía de “producto turístico” que los consumidores están preparados a obtener en un período dado a un precio definitivo”. (MAMANI, 2016)

Bajo el anterior concepto se puede decir, que la demanda turística es el catalizador del turismo, puesto de esta depende el auge que pueda obtener dicho sector o en su defecto un país, los cuales obtendrán resultados que se verán marcados dentro de los parámetros de la economía, favoreciendo o desfavoreciendo las partes que se ven involucradas en el

turismo; cabe resaltar que una de las razones que influyen en la disminución de la demanda turística, claramente son las variables económicas directas e indirectas que se presentan en cualquier territorio.

2.3.5 Oferta turística

Según Boullon, La oferta turística está compuesta por los productos que proveen los elementos de la planta turística y por unos bienes no turísticos, los cuales se distribuyen mediante el sistema turístico. Logramos distinguir una oferta básica combinada por los servicios de alojamiento, alimentación, transporte y una oferta suplementaria compuesta por servicios de entretenimiento, entre otros que ayudan al bienestar del turista. El llamativo turístico es parte de la oferta. (BULLON, 2018)

Desde la óptica de Boullón, la oferta turística puede ser entendida como la capacidad de poder distribuir bienes y servicios a las diferentes organizaciones o grupos de personas que estarán dispuestos a obtener los productos a determinados precios, los cuales tendrán valores pecuniarios, pero estos solo lo hacen por el afán de satisfacer sus deseos o necesidades o por cubrir las necesidades de otros, que en cierto momento se suelen presentar, utilizando factores que en determinados instantes se presentan a su favor y de tal manera poder cumplir con el objetivo de “el llamativo turístico”, al cual se refiere Bullón.

2.3.6 Espacio Turístico

El espacio geográfico, como cuerpo de estudio de la rama geográfica, es fruto de la colectividad que lo mora. Lo adecua, establece, cambia de acuerdo a sus medidas culturales y conveniencias de vida, ajustándolo para compensar sus diferentes necesidades. El espacio adecuado para compensar un estado de penuria o un deseo vinculado al ocio de los visitantes, es el designado espacio turístico. El área territorial devendrá con un carácter turístico, a partir de la presencia de recursos culturales y naturales y por la pericia de cierto equipamiento determinado e instalaciones que soliciten los visitantes. Es decir, que la funcionalidad

turística animada del mismo, concede tal parentesco al espacio geográfico. (PINASSI & ERCOLANI, 2017)

De acuerdo al concepto de espacio turístico, se puede decir que es aquella parte del territorio donde se puede evidenciar prácticas turísticas, siguiendo los parámetros atractivos que puedan ser los delimitantes para ejercer este ejercicio, debido a que estos se convierten en la materia prima de dicho espacio y en los generadores de divisas, los cuales se convierten en un elemento fundamental para el sector y en un eje articulador que une a los individuos con las zonas recreacionales y turísticas.

2.3.7 Operador de Turismo

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), los operadores de turismo o turísticos, son aquellos agentes que participan en la actividad económica del turismo en calidad de intermediarios entre el consumidor final o cliente (turista) y el producto ofrecido del lado de la demanda (servicios, destinos, hotel, transportes, entre otros). Entre el tipo de operadores que se pueden ubicar encontramos las agencias de viajes, centrales de reservas, operadores de tours, brokers y consorcios de turismo.

2.4 Marco legal

2.4.1 Artículo 52 de la Constitución Política

El turismo, es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades (Constitución Política de Colombia, 1991. Art. 52)

2.4.2 Leyes.

Ley 300 de 1996 “Por el cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones”. Esta ley aborda temas como la importancia, principios, conformación y planeación del sector turístico; determinación de zonas de desarrollo turístico prioritario y recursos turísticos

LEY 1101 DE 2006: “Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones”. Esta ley realiza modificaciones a la ley general del turismo en cuanto al tema de incentivos tributarios para el fomento de la actividad turística; contribución parafiscal a la promoción del turismo y quienes son los aportantes; Fondo de Promoción Turística; registro nacional de turismo y prestadores de servicios turísticos que se deben registrar.

LEY 1558 DE 2012: Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. Esta ley realiza modificaciones y dicta otras disposiciones en materia de objeto, importancia y principios de la actividad turística

LEY 679 DE 2001: “Por medio de la cual se expide un estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores, en desarrollo del artículo 44 de la Constitución.” Esta ley tiene por objeto dictar medidas de protección contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso sexual con menores de edad, mediante el establecimiento de normas de carácter preventivo y sancionatorio, y la expedición de otras disposiciones en desarrollo del artículo 44 de la Constitución. Los prestadores de servicios turísticos en listados en el artículo 62 de la Ley 300 de 1996, y las demás personas naturales o jurídicas que puedan generar turismo nacional o internacional, se abstendrán de ofrecer en los programas de promoción turística, expresa o subrepticamente, planes de explotación sexual de menores. Así mismo, adoptarán medidas para impedir que sus trabajadores, dependientes o intermediarios, ofrezcan orientación turística o contactos sexuales con menores de edad.

LEY 1336 DE 2009: Por medio de la cual se adiciona y robustece la Ley 679 de 2001, de lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños, niñas y adolescentes. En esta ley se establecen mecanismos de autorregulación; códigos de conducta; estrategias de sensibilización; extinción de dominio y otras medidas de control en casos de explotación sexual de niños, niñas y adolescentes; normas de información e investigación estadística; Criterios de clasificación de páginas de internet y acciones de cooperación internacional; fondo contra la explotación sexual; tipos penales de turismo sexual y almacenamiento e intercambio de pornografía infantil.

La Ley 793 del 27 de diciembre de 2002 por la cual se deroga la Ley 333 de 1996 y se establecen las reglas que gobiernan la extinción de dominio, y normas que la modifiquen, se aplicará a los hoteles, pensiones, hostales, residencias, aparta hoteles y a los demás establecimientos que presten el servicio de hospedaje, cuando tales inmuebles hayan sido utilizados para la comisión de actividades de utilización sexual de niños, niñas y adolescentes. Los bienes, rendimientos y frutos que generen los inmuebles de que trata esta norma, y cuya extinción de dominio se haya decretado conforme a las leyes, deberán destinarse a la financiación del Fondo contra la Explotación Sexual de Menores. Los recaudos generados en virtud de la destinación provisional de tales bienes se destinarán en igual forma.

LEY 99 DE 1993: “Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión, conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones”. En el numeral 34 del artículo 5 de esta ley, dice que hace parte de las funciones del Ministerio del Medio Ambiente Definir, conjuntamente con las autoridades de turismo, las regulaciones y los programas turísticos que puedan desarrollarse en áreas de reserva o de manejo especial; determinar las áreas o bienes naturales protegidos que puedan tener utilización turística, las reglas a que se sujetarán los convenios y concesiones del caso, los usos compatibles con esos mismos bienes. Por otra parte, el artículo 27 de la ley 300 de 1996, establece que de conformidad con lo dispuesto por la Ley 99 de 1993, corresponde al Ministerio del Medio Ambiente, en coordinación con el Ministerio de Desarrollo Económico,

administrar las áreas que integran el sistema de parques nacionales naturales, velar por su protección, la conservación. Reglamentar su uso y funcionamiento.

LEY 17 DE 1981, LEY 611 DEL 2000 Y LEY 1333 DE 2009 (Sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres; Sobre el manejo sostenible de especies de Fauna Silvestre y Acuática; Sobre el procedimiento sancionatorio ambiental). Estas leyes vislumbran lo sensible y delicada que puede llegar a ser la actividad turística cuando esta se ve involucrada con especies de fauna y flora, especialmente si son especies amenazadas. Por lo anterior, es conveniente que los partícipes de la actividad turística generen conciencia, acciones, aplicaciones de ley que propendan por el cuidado de la fauna, la flora, el ecosistema y las consecuencias que puede acarrear un mal manejo.

LEY 1259 DEL 2008 Y LEY 1466 DE 2011 (Sobre el comparendo ambiental a los infractores de las normas de aseo, limpieza y recolección de escombros). La finalidad de estas leyes es crear e implementar el Comparendo Ambiental como instrumento de cultura ciudadana, sobre el adecuado manejo de residuos sólidos y escombros, previendo la afectación del medio ambiente, la salud pública, mediante sanciones pedagógicas y económicas a todas aquellas personas naturales o jurídicas que infrinjan la normatividad existente en materia de residuos sólidos; así como propiciar el fomento de estímulos a las buenas prácticas ambientalistas.

LEY 397 DE 1997 (Ley General de Cultura): Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. Con la aprobación de la ley 397 de 1997 se establecen de forma completa, los términos que prohíben el libre mercado de piezas pertenecientes a la memoria cultural de una nación. Dicha ley define al patrimonio cultural de la Nación como la constitución de todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana, para los cuales se debe tener previa autorización del Ministerio de Cultura para cualquier tipo de manipulación.

LEY 1752 DE 2015: Esta ley tiene por objeto sancionar penalmente actos de discriminación por razones de raza, étnia, religión, nacionalidad, ideología política o filosófica, sexo u orientación sexual, discapacidad y demás razones de discriminación.

LEY 1801 DE 2016: “Por la cual se expide el Código Nacional de Policía y Convivencia” Las disposiciones previstas en este Código buscan establecer las condiciones para la convivencia en el territorio nacional al propiciar el cumplimiento de los deberes, obligaciones de las personas naturales y jurídicas, así como determinar el ejercicio del poder, la función y la actividad de Policía, de conformidad con la Constitución Política y el ordenamiento jurídico vigente. En este código de policía, también se establece que, para ofrecer los servicios de alojamiento al público u hospitalidad, se debe contar con el registro nacional de turismo.

LEY 1753 DE 2015: “Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país”.

LEY 388 DE 1997 (LEY DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL).

LEY 1454 DE 2011: Por la cual se dictan normas orgánicas sobre ordenamiento territorial y se modifican otras disposiciones.

2.4.3 Decretos.

DECRETO 1074 DE 2015: Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.

DECRETO 1075 DE 1997: Por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos.

DECRETO 1036 DE 2007: Por el cual se reglamenta el recaudo y el cobro de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo a que se refiere la Ley 1101 de 2006.

DECRETO 229 DE 2017: Por el cual se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo y se modifican en su integridad las Secciones 1, 2 y 3 del Capítulo 1 del Título 4 de la Parte 2 del Libro 2.

DECRETO 2063 de 2018: Por el cual se realizan unas modificaciones al Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, Decreto 1074 de 2015.

DECRETO 1782 DE 2007: Por medio del cual se reglamenta el Impuesto con destino al turismo.

DECRETO NACIONAL 2590 DE 2009: “Por el cual se reglamentan las Leyes 300 de 1996 y 1101 de 2006”

DECRETO 2125 DE 2012: “Por el cual se reglamenta parcialmente el artículo 22 de la Ley 1558 de 2012” Este decreto dice que El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo entregará para la venta o administración al Fondo Nacional de Turismo - Fontur, aquellos bienes inmuebles que fueron de propiedad de la antigua Corporación Nacional de Turismo. El Fondo a su vez podrá administrar los bienes inmuebles celebrando contratos de concesión, arrendamiento, como dato, administración hotelera o cualquier otra modalidad contractual que sirva a los fines de aprovechamiento turístico.

DECRETO 2503 DE 2012: “Por el cual se reglamenta parcialmente el artículo 22 de la Ley 1558 de 2012. Este decreto es sobre los inmuebles con vocación turística incautados o extintos; la certificación sobre el carácter de bienes inmuebles con vocación turística y sobre el procedimiento de entrega, administración y venta de bienes de vocación turística incautados o extintos.

Decreto 2094 de 23 de octubre de 2015 “Por el cual se reglamenta la composición y el procedimiento para la selección de los representantes al Comité Directivo del Fondo Nacional de Turismo y se modifican las secciones 4 y 7 del Capítulo 2 del Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo”. (MINCIT, 2015)

Decreto 297 de 2016 “Por el cual se reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para los servicios turísticos, establecida en el literal d) del artículo 481 del Estatuto Tributario, modificado por el artículo 55 de la Ley 1607 de 2012” (MINCIT, 2016)

DECRETO 504 DE 1997: "Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo de que tratan los artículos 61 y 62 de la Ley 300 de 1996". DECRETO 2074 DE 2003: "Por el cual se modifica el Decreto 504 de 1997".

Decreto 355 de 2017 "Por el cual se modifican los artículos 1, 3, 5 Y 7 del Decreto 945 de 2014, el cual reglamentó la conformación y el funcionamiento del Consejo Nacional de Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística de que trata el artículo 11 de la Ley 1558 de 2012". (MINCIT, 2017)

Decreto 229 de 2017 "Por el cual se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo y se modifican en su integridad las secciones 1, 2 Y 3 del capítulo 1 del título 4 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo". (MINCIT, 2017)

Decreto 2158 de 2017 "Por el cual se adiciona el Capítulo 9 al Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamentan programas y descuentos para promover el turismo de interés social". (MINCIT, 2017).

Decreto 2063 de 2018 "Por el cual se modifican los artículos 2.2.4.1.1.6., 2.2.4.1.1.10., 2.2.4.1.2.1., 2.2.4.1.2.2., 2.2.4.1.2.3., 2.2.4.1.2.4. Y 2.2.4.1.3.4. Del Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, Decreto 1074 de 2015." (MINTIC, 2018)

2.4.4 Resoluciones

Resolución 0148 de 2015. Por la cual se reglamente el cumplimiento de las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización sobre Sostenibilidad Turística. (MINCIT, 2015)

Resolución 2877 de 2015 “Por la cual se conforma el Comité Interno de Proyectos del Fondo Nacional de Turismo – FONTUR- y se establecen sus funciones”. (MINCIT, 2015).

Resolución 2876 de 2015 “Por la cual se conforma el Comité de Bienes de Fontur y se establecen sus funciones”. (MINCIT, 2015)

Resolución 3159 de 2015. "Por la cual se crea el Comité de Turismo, Paz y Convivencia". (MINCIT, 2015)

Resolución No. 3160 de 05 de octubre de 2015 “Por la cual se establecen los requisitos para la certificación en Normas Técnicas Sectoriales obligatorias y voluntarias por medio de la plataforma virtual para la certificación en calidad turística”. (MINCIT, 2015)

Resolución 3722 de 2015 “Por la cual se deroga la Resolución 3349 de 2013 y la Resolución 5605 de 2014”. (MINCIT, 2015)

Resolución 3860 de 2015 “Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las Normas Técnicas Sectoriales expedida por las Unidades Sectoriales de Normalización para las actividades del denominado Turismo de Aventura y la Sostenibilidad Turística” que deroga las Resoluciones 0405 de 2014 y 0148 de 2015. (MINCIT, 2015)

Resolución 135 de 2016 "Por la cual se dicta el Código de Ética de la Profesión de Guionaje o Guianza Turística y se deroga la Resolución N° 221 del 8 de abril de 1999" (MINCIT, 2016)

2.4.5 Circulares.

Circular 002 de 2016 "Cobro IVA por servicios prestadores". (MINCIT, 2016)

Circular 003 de 2016 "Contratación de guías de turismo y prestadores de servicio turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo. (MINCIT, 2016)

Circular 004 de 2016 "Información sobre impacto del IVA en servicios". (MINCIT, 2016)

3 Aspectos Metodológicos de la Investigación

3.1 Enfoque y tipo de estudio

Para la elaboración del proyecto se acudió a la implementación de investigación mixta, la cual emplea el enfoque cualitativo de tipo descriptivo, y cuantitativo en cuanto a la aproximación económica y financiera que se desarrolla. Esta investigación parte de la premisa descriptiva debido a que esta va desde lo general a lo particular, teniendo como objetivo fundamental o prioritario la descripción de las cualidades de un fenómeno, recogiendo los diferentes discursos en torno al tema a estudiar para luego hacer de este un análisis estricto y determinar consecuencias futuras, empleando tanto datos numéricos, estadísticos como la descripción de actores y entornos.

La investigación mixta tiene como propósito la construcción de conocimiento sobre la realidad social, a partir de las condiciones particulares, como la perspectiva de quienes la originan y la viven; por tanto, metodológicamente implica asumir un carácter dialógico en las creencias, mentalidades y sentimientos, que se consideran elementos de análisis en el proceso de producción y desarrollo del conocimiento con respecto a la realidad del hombre, en la sociedad de la que forma parte.

En la actualidad la investigación mixta se puede implementar para indagar los diferentes fenómenos sociales, económicos que se presentan, esto es debido a que su evolución se ha visto marcada con el paso de los años, puesto su relevancia se hace cada vez

más presente en los diferentes estudios de mercados o informes que se realicen, debido a que esta expone los hechos sociales y busca la mejor opción o forma de comprenderlos.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos, críticos de investigación e implican la recolección, el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Sampieri, 2018)

Partiendo de lo expuesto anteriormente, se establece que, desde la investigación mixta, se van a emplear recursos cualitativos y cuantitativos, por lo que es necesario contar con un diseño en el que sea aplicada la triangulación Concurrente.

Este modelo es probablemente el más popular, se utiliza cuando el investigador pretende confirmar o corroborar resultados, para efectuar validación cruzada entre datos cuantitativos y cualitativos, así como aprovechar las ventajas de cada método y minimizar sus debilidades. Puede ocurrir que no se presente la confirmación o corroboración (Hernández, 2018. P. 557).

3.2 Formulación de hipótesis

H1: La creación de una empresa operadora de turismo para el Municipio de Aguachica (César) permite generar empleo, aportando al desarrollo económico y sostenible de la región.

H2: Con la creación de TURYTRAVEL, ha sido posible impactar en los índices de desarrollo, sostenibilidad y competitividad del municipio en el sector económico del turismo, aportando de forma significativa al desarrollo y competitividad del Departamento del Cesar.

H3: La creación de una empresa operadora de turismo para el Municipio de Aguachica (César) no ha permitido generar empleo, ni ha aportado al desarrollo económico y sostenible de la región.

3.3 Sistema de variables

Tabla 1 Sistematización de variables

	Tipo y Nombre de la Variable	Dimensiones o Categoría	Indicadores
VARIABLE DEPENDIENTE	Turismo En Aguachica - Cesar	 Sondeo De Mercado	 Análisis Del Sector Económico
		 Procesos De Operación Empresarial	 Plan De Mercadeo
		 Presupuesto Para El Desarrollo Del Emprendimiento	 Proyecciones De venta en la prestación De Servicios
VARIABLE INDEPENDIENTE	 Promoción Turística	 Estudio de marketing	 Análisis de recursos publicitarios y de comunicación para el turismo
	 Seguridad en el Municipio	 Análisis situacional del contexto de seguridad en el municipio	 Identificación de actores que afectan el contexto de seguridad en el municipio y su operación
	 Oferta Laboral en el Sector Turismo en El Municipio	 Identificación de la participación laboral y capacitaciones en el sector turístico para la ejecución de estas actividades	 Identificación del ámbito laboral y educativo en la prestación de servicios para el sector turístico en el municipio

Fuente: Elaboración propia

3.4 Fuentes y técnicas para la recolección de la información

Las fuentes por medio de las cual se realizó la recolección de la información fue muy importante, por tal razón empleamos la técnica de encuesta, porque esta permitió obtener una información precisa de los sujetos u objeto de estudio para analizar el comportamiento, gustos y sugerencias de los encuestados.

La revisión documental parte del análisis de textos académicos y otros insumos escritos que permitan extraer datos relevantes para el desarrollo de la presente propuesta. Las entrevistas permitirán tener un acercamiento real a las operadoras de turismo y su funcionamiento dentro del mercado, obteniendo así datos confiables y viables que serán complementados con los resultados de las encuestas que se realizarán.

3.4.1 Fuentes de Información Primarias.

Se recaudó la información de datos necesaria con la cual se pretendía estructurar el proyecto y dar desarrollo a la metodología para así completar las fases planteadas; la encuesta estuvo dirigida a los habitantes del municipio de Aguachica - Cesar, con el fin de conocer las opiniones que tenían respecto a la creación de una empresa operadora de turismo en el municipio.

La encuesta se aplicó por medio de un formato, donde se formulaban unas preguntas, para así conocer qué opinaban las personas del proyecto del Diseño de una Propuesta para la Creación de una Empresa Operadora de Turismo TURYTRAVEL en el Municipio de Aguachica – Cesar.

3.4.2 Fuentes de Información Secundaria.

Teniendo en cuenta el tipo de investigación que se va a desarrollar, la recolección de información no será únicamente a través de la encuesta respondiendo al componente cuantitativo, sino que además se van a tener en cuenta otros elementos de consulta y abordaje de la información tales como Libros, páginas Web, revistas impresas y electrónicas de tipo académico, Artículos e informes de tipo académico y de entidades Oficiales y de Gobierno entre otros.

3.5 POBLACIÓN, TIPO DE MUESTREO Y MUESTRA

3.5.1 Población.

De acuerdo con la plataforma TERRIDATA del Departamento Nacional de Planeación (DNP), Aguachica cuenta con 118.652 habitantes (2020), siendo un municipio de cuarta categoría en una etapa temprana de desarrollo, es decir, existen carencias en el municipio que son suplidas mayormente mediante inversión pública. El grupo étnico más relevante es la población afrocolombiana que representa cerca del 1% de la población.

3.5.2 Método de Muestreo

Para la toma de la muestra se utilizará el método de muestreo aleatorio simple, así esta; será representativa de la población, determinando el tamaño de la muestra, para lo cual se recurre a la siguiente fórmula.

3.5.3 Determinación de la Muestra.

3.5.3.1 Formula estadística para calcular la muestra

$$n = \frac{(N * Z_{\alpha}^2)(p * q)}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

3.6 Procedimiento

Donde:

- N = Total de la población (96000) POBLACION DE AGUACHICA
- Z_{α} = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión 3%

Entonces tenemos:

$$n = \frac{(118.652 * 1,96^2)(0,05 * 0,95)}{0,03^2 * (118.652 - 1) + 1,96^2 * 0,05 * 0,95}$$

$$n = 202$$

Población: 118.652

Muestra: 202

Teniendo en cuenta la población del municipio, se tomará una muestra representativa de 202 personas, a las que se les realizará una encuesta en donde se debe elaborar el respectivo formato con aproximadamente 10 preguntas, en donde se debe describir lo que se quiere saber.

Para ello se debe segmentar la encuesta, es decir, dividir la población en subgrupos, así:

- ✓ Comerciantes
- ✓ Empresarios
- ✓ Empleados (UPC – SENA – Alcaldía - Empresa Publicas - Freskaleche - Nutresa-Colegios-Empresa De Gas-Centrales Eléctricas. ECT)
- ✓ Estudiantes (UPC – SENA – Colegios – UNAD – EDUPOL – UTC – EFASIS – CORPORIENTE)

4 Objetivo específico número 1: Estudio De Mercado.

Teniendo en cuenta las necesidades comerciales y económicas del municipio, se ha establecido la necesidad de conformar una empresa operadora turística que permita incentivar la actividad económica del municipio, contribuyendo así al desarrollo y sostenibilidad del mismo a través del turismo y el intercambio cultural en la zona.

4.1 Contextualización

4.1.1 Presentación de la Empresa

Como paso previo a la descripción del mercado en el que se encuadra la empresa TURYTRAVEL, el presente apartado se limita a recoger las principales características de la actividad empresarial, así como de la futura empresa. Dicha información se menciona a continuación en la siguiente tabla.

Tabla 2 Presentación de la Empresa.

NOMBRE DE LA EMPRESA	AGENCIA OPERADORA TURYTRAVEL
ACTIVIDAD	AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA TURISTICA
CODIGO DE ACTIVIDAD DIAN (CIU)	791 → Actividades de las agencias de viajes y operadores turísticos. 7911 → Actividades de las agencias de viaje. 7912→Actividades de operadores turísticos.
CONDICIÓN JURIDICA	Sociedad por Acciones Simplificada
LOCALIZACIÓN	Aguachica - Cesar
INSTALACIONES	Oficina ubicada en el Centro de Aguachica 75 mts ²
PERSONAL (N° DE EMPLEADOS)	Cinco (05) empleados fijos
CLIENTES	Particulares y empresas
CARTERA DE PRODUCTOS	 Tiquetes aéreos Nacionales  Planes Nacionales E Internacionales  Planes Quinceañeras  Asesorías y tramites de visas  Cruceros  Estudios en el Exterior

	+ Apostillado, legalización y traducciones oficiales. + Planes Turismo Terrestre + Alquiler cabañas y casas campestres + Planes Turísticos Costa Caribe + Planes Turísticos Festival Vallenato + Parques Temáticos + Parques de Aventura + Guías Turísticos + Alquiler de Autos y Transporte
--	--

Fuente: Elaboración Propia

4.2 Definición del objeto de estudio.

El principal motivo para la realización del presente estudio de mercado, no es otro que el de definir las estrategias de marketing, en lo que se refiere al servicio que se ofrece, su precio, distribución y promoción. Es importante destacar además la necesidad de reconocer la viabilidad de conformar un negocio de este tipo, es decir si la demanda es suficiente en la zona determinada para ejecutar dicho proyecto.

Dicho esto, el objetivo principal del estudio expuesto es conocer la demanda actual de la prestación de servicios y asistencia turística, así como las perspectivas de futuro. Como objetivos complementarios se identifican:

1. Analizar la oferta existente actualmente en el municipio de Aguachica – Cesar.
2. Determinar la demanda actual de servicios turísticos en el municipio.
3. Desarrollar las vías de comercialización de los servicios ofertados.
4. Conocer los principales servicios ofertados, así como sus costos.

4.3 Delimitación geográfica del mercado y descripción

4.3.1 Delimitación Geográfica

La oficina principal de la Agencia operadora turística TURYTRAVEL, estaría situada en el municipio de Aguachica - Cesar, en la zona centro del municipio en un local comercial ubicado en Montecarmelo Plaza, ubicado en la Calle 5 #14 -01 dejando abierta la opción de ampliar la oferta en otros municipios del Departamento.

4.3.2 Contexto Económico

El análisis del contexto económico sectorial se realizó en primera medida a partir de los datos suministrados por la Gobernación del Departamento del Cesar, de forma general. La economía del departamento, depende principalmente del sector agropecuario del que deriva un 47% de sus ingresos (Mendoza, 2007) sin embargo, en la última década el departamento del Cesar ha aumentado su desarrollo económico gracias a la explotación de minería energética, teniendo como líderes empresariales de alto impacto, como lo es la empresa multinacional Drummond.

Es evidente que en los últimos años el turismo ha venido ganando relevancia a nivel departamental, aunque las acciones para el sector se concentran principalmente en su capital Valledupar, en los municipios del norte del departamento y en el centro en Chimichagüa, principalmente en su atractivo la ciénaga de la Zapatosa, razón por la cual, la realización del Plan sectorial de turismo para el departamento puede ser el inicio del descubrimiento de las principales acciones y atractivos en las diferentes regiones, sobre las cuales hay que trabajar apoyando la democratización y participación del sector desde el sur hasta el norte, a través de rutas, actividades y programas que diversifiquen la oferta, que ayuden en la consolidación del departamento como destino nacional, con proyección internacional.

Como se mencionó anteriormente, el turismo alcanzado un importante valor y popularidad entre las actividades económicas del Departamento, sin embargo, aún no se consolida como un sector robusto que impacte de manera trascendental al Departamento,

pues las actividades productivas siguen siendo el foco central de la economía del Departamento.

Según un informe realizado por el Ministerio del comercio La llegada de extranjeros no residentes al Cesar, representó en promedio el 0,1 % del total nacional entre 2012 y 2020. Para el mes de junio de 2021 el departamento del Cesar creció en términos de participación. En la última década el departamento del Cesar ha tomado un incremento en su economía debido a la explotación de minas de carbón a cielo abierto liderada por la empresa multinacional Drummond, y otros más, principalmente en los municipios de El Paso y La Jagua de Ibirico, lugares en donde recientemente la práctica se ha fortalecido a causa del hallazgo de grandes yacimientos en la zona conocida como el Descanso. Desde el año 2004, el Cesar se ha convertido en el primer productor nacional de Carbón.

A continuación, se relacionan los datos correspondientes al PIB departamental:

Tabla 3 Cesar, valor agregado según actividad económica a precios corrientes

Producto Interno Bruto por departamento - Base 2015																			
Cesar: valor agregado según actividad económica																			
A precios corrientes																			
Serie 2005 - 2020**																			
Miles de millones de pesos																			
Clasificación Cuentas nacionales	Secciones CIBU Rev. 4 A.C. 12 agrupaciones	ACTIVIDADES ECONÓMICAS	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019*	2020**	
	A	Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y f	884	970	1.051	1.094	1.098	1.015	1.108	1.119	1.062	1.153	1.256	1.428	1.527	1.468	1.629	1.814	
	B	Explotación de minas y canteras	2.465	2.961	3.010	4.250	4.398	4.620	6.358	6.430	5.477	4.932	4.985	6.651	8.455	9.573	8.257	4.619	
	C	Industrias manufactureras	280	298	297	381	410	412	440	439	451	521	563	612	602	602	602	633	
	D + E	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire	121	137	145	179	185	201	237	248	250	280	305	365	392	439	477	474	
	F	Construcción	138	161	239	274	361	434	477	715	650	682	864	813	827	857	933	809	
	G + H + I	Comercio al por mayor y al por menor; repa	732	899	1.027	1.102	1.124	1.191	1.265	1.327	1.453	1.591	1.780	2.032	2.216	2.301	2.431	1.997	
	J	Información y comunicaciones	113	142	167	179	184	184	194	204	223	231	245	249	259	270	280	274	
	K	Actividades financieras y de seguros	74	79	92	109	132	155	205	202	226	241	256	256	289	313	342	354	
	L	Actividades inmobiliarias	356	400	435	473	509	540	581	621	657	693	731	776	824	886	945	970	
	M + N	Actividades profesionales, científicas y téc	144	173	232	266	308	347	396	442	501	608	627	635	679	721	771	742	
	O + P + Q	Administración pública y defensa; planes d	775	860	929	1.040	1.173	1.337	1.482	1.703	1.915	2.102	2.304	2.501	2.729	2.982	3.235	3.344	
	R + S + T	Actividades artísticas, de entretenimiento :	62	64	84	90	94	101	112	121	131	140	140	150	157	165	189	164	
	B.1b	Valor agregado bruto	6.203	7.143	7.708	9.438	9.975	10.539	12.852	13.570	12.995	13.174	14.057	16.466	18.954	20.609	20.089	16.201	
	D.21 - D.31	Impuestos	258	260	264	352	360	352	395	405	388	479	514	526	596	654	707	611	
	B.1b	PIB DEPARTAMENTAL	6.462	7.403	7.971	9.789	10.335	10.891	13.247	13.975	13.383	13.654	14.570	16.992	19.551	21.263	20.796	16.812	

Fuente: DANE

Tabla 4 Cesar: valor agregado según actividad económica series encadenadas de volumen

Producto Interno Bruto por departamento - Base 2015																		
Cesar: valor agregado según actividad económica Series encadenadas de volumen con año de referencia 2015 Serie 2005 - 2020** Miles de millones de pesos																		
Clasificación	Secciones CIBU Rev.	ACTIVIDADES ECONÓMICAS	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019*	2020**
Cuentas Nacionales	4 A.C. 12 agrupaciones																	
	A	Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1.232	1.287	1.278	1.233	1.233	1.133	1.161	1.215	1.218	1.254	1.256	1.169	1.243	1.276	1.323	1.341
	B	Explotación de minas y canteras	2.859	3.208	3.455	3.537	3.626	3.824	4.627	4.938	4.767	5.117	4.985	6.177	6.380	6.113	6.344	4.200
	C	Industrias manufactureras	396	413	384	448	465	480	502	510	530	536	563	556	562	563	566	565
	D + E	Suministro de electricidad, gas, vapor y agua	202	213	210	240	248	256	281	283	278	312	305	307	314	330	333	319
	F	Construcción	423	430	576	571	671	755	750	976	804	776	864	751	674	700	708	585
	G + H + I	Comercio al por mayor y al por menor; repa ración y comunicaciones	1.173	1.270	1.368	1.443	1.398	1.476	1.540	1.594	1.641	1.725	1.780	1.858	1.958	1.959	2.001	1.616
	J	Información y comunicaciones	106	136	165	179	179	182	194	204	217	234	245	236	230	235	237	230
	K	Actividades financieras y de seguros	110	121	132	140	158	171	222	207	226	243	256	264	277	287	303	309
	L	Actividades inmobiliarias	533	552	576	599	614	633	657	676	695	718	731	747	767	795	821	835
	M + N	Actividades profesionales, científicas y técnicas	324	355	431	446	470	494	516	537	573	633	627	597	613	629	650	614
	O + P + Q	Administración pública y defensa; planes y programas	1.361	1.424	1.450	1.503	1.592	1.720	1.783	1.924	2.048	2.179	2.304	2.358	2.437	2.562	2.691	2.711
	R + S + T	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	105	105	129	128	124	123	130	133	138	142	140	146	144	148	164	139
		Valor agregado bruto	8.746	9.466	10.091	10.405	10.677	11.114	12.398	13.207	13.899	13.877	14.857	15.163	15.604	15.563	16.107	13.341
B.1b		Impuestos	338	367	383	463	467	448	475	488	490	514	514	513	519	527	537	492
D.21-D.31		PIB DEPARTAMENTAL	9.076	9.825	10.446	10.858	11.135	11.559	12.873	13.697	13.988	14.391	14.570	15.676	16.123	16.090	16.644	13.836

Fuente: DANE

4.3.3 Situación Actual del sector¹

El producto turístico del departamento se divide en dos líneas estratégicas las cuales son; la cultura (folclor Vallenato y étnico) y la naturaleza. La primera línea enfocada en la diversidad cultural del departamento que se centra fundamentalmente en el patrimonio que significa para muchos cesarenses desde el vallenato y los juglares, pero al mismo tiempo es necesario valorar el gran legado ancestral prehispánico que posee el departamento en sus culturas indígenas (Etnoturismo). En este sentido, es importante mencionar que el Cesar es mucho más que acordeón, caja y guacharaca, es máscaras, carrozas y papayeras, en Rio de Oro y González, es porro y fandango, en Aguachica, cuentería, tambora, percusión y ritmos del palenque africano mezclados con la tradición Chimila, en Gamarra, la Gloria, Pelaya, Tamalameque, Curumaní, y Chiriguaná (haciendo un particular énfasis en la importancia de Rincón Hondo donde todavía se mantienen expresiones autóctonas en la práctica del vallenato y los cantos con carrizo).

¹ Los datos anexos acerca del contexto actual del sector turístico, son tomados de los informes oficiales de la Gobernación del Cesar y la Cámara de Comercio: Actualización del Plan Sectorial de Turismo del departamento Cesar con Visión 2030. Cesar.gov.co. Retrieved 7 Octubre 2021, from https://cesar.gov.co/d/filesmain/ofturismo/plan_sectorial_turistico.pdf; estudio técnico para determinar potencialidades naturales y turísticas en el municipio de Aguachica. Camaraaguachica.org.co. (2019). Retrieved 7 October 2021, from <https://camaraaguachica.org.co/static/img/turistico.pdf>.

Por otra parte, es importante mencionar que en el ámbito de infraestructura turística el nivel de hoteles y restaurantes es bastante bajo, pues son muy pocos o casi nulos los establecimientos de este tipo en el departamento. A nivel general los establecimientos no han sido diseñados con el objetivo de suplir las necesidades del sector turístico, sino que han sido pensados para actividades cotidianas de alojamiento y alimentación de carretera o de paso, en algunos casos para ingenieros y vendedores de Bucaramanga, todo el sur de Bolívar, sur del Magdalena, norte de Santander y en general todos los que transitan la autopista Ruta del sol.

En este sentido, muy pocos establecimientos poseen registro nacional de turismo o conocen algún tipo de programa del Viceministerio de turismo desconociendo además el rol de la policía de turismo como un ente asistente sino más bien de tipo sancionatorio. De esta manera, es evidente la falta de asociatividad empresarial entre los prestadores de servicios en cada municipio donde no se considera importante generar alianzas con redes empresariales como lo son Cotelco, Anato, Acodres, entre otros.

Si, bien es cierto que la actividad turística en el municipio se ha convertido en una de las principales fuentes económicas, generando así el aumento del empleo, el cual permite mejorar la calidad de vida local, por otra parte el turismo ayuda a crear una cultura respetuosa y turística hacia los visitantes, brindando así la oportunidad de poder compartir las costumbres, creencias y religiones, que se convierten a su vez en un intercambio de cultura que nutren de conocimientos y de nuevas experiencias.

Aguachica actualmente es una zona atractiva ya que debido a que la autopista de la Ruta del Sol, le ofrece una interconectividad, entre la Costa Norte y el Interior del país para las personas que vienen de fuera, debido a que está en una ubicación privilegiada que logra conectar, por ende, si las personas logran entrar y conocer más de este lugar, pueden llevarse una idea de cómo es esta ciudad y si llegasen a regresar, podrían acceder a los servicios de una operadora turística que les muestre como es la ciudad y sus alrededores.

El municipio de Aguachica es un lugar folclórico, tradicional y con un amplio contexto cultural, los visitantes pueden disfrutar de las fiestas patronales las cuales se celebran desde el 07 de agosto hasta el 16 del mismo mes, los visitantes pueden participar de las ferias y los diferentes conciertos que se ofrecen en honor al municipio. Una de las fechas más representativas del municipio es el 3 de mayo, en esta fecha los turistas pueden trasladarse hasta el Cerro de la Cruz en donde se conmemora el día de la Cruz una de las fiestas tradicionales más importantes del municipio, los turistas pueden escoger la ruta que los llevará hasta dicho lugar, existen dos caminos, el primero es atravesando el Bosque del Aguil, lugar en donde se puede disfrutar durante la travesía de la fauna y flora, además es un recorrido que se hace a pie, por ende los viajeros podrán disfrutar a total cabalidad de la naturaleza y aire puro que en este sitio se respira, por ser reserva natural.

La segunda alternativa es movilizarse hasta el “El Cerro de los Chivos” lugar donde existe un desvío para llegar al destino turístico, recorrido que se puede hacer en cualquier medio de transporte, aquí los turistas tienen acceso a fincas, las cuales se dedican a la actividad agrícola siendo esta una de las actividades económicas dominantes del Municipio y el Departamento, lo que evidencia también la riqueza y variedad económica del Departamento.

Es muy importante destacar que el municipio de Aguachica, está conformado por 9 corregimientos y 64 veredas unos ubicados en la parte alta y otros en la zona baja, donde podemos encontrar una variedad de actividades turísticas como: El senderismo, observar la fauna y la flora de esas llanuras y montañas, paisajes naturales, camping, actividades de fogatas nocturnas y muchas más. El corregimiento de Puerto Patiño, ubicado en la parte baja del sur del Municipio de Aguachica, ofrece una amplia variedad de recursos naturales ideales para las actividades turísticas y deportivas, un ejemplo de ello es la ciénaga de Doña María, en la cual se puede disfrutar y practicar de la pesca, deportes náuticos y otras actividades, hay otros corregimientos ubicados en la parte baja como lo son: Campo Amalia, Barranca Lebrija y Loma de Corredor, los cuales los bañan quebradas, Ciénegas, el río Lebrija, brazos del río Magdalena y una exuberante vegetación, fauna y flora; además tienen

una cultura de tradiciones ancestrales y sus pobladores son personas muy amistosas y humildes, que ofrecen al turista su amistad, acogiéndolos en esas tierras riverseñas.

Un plan con amplio atractivo para la oferta turística es el recorrido nocturno por el Cesar, pues en esta actividad es posible aprovechar y conocer sobre el folclor del Departamento, teniendo como atractivo central la música y el baile, los cuales pueden disfrutarse al visitar diversos clubes nocturnos o discotecas, entre los más importantes se destacan Mi Tierra, Prestigio, Coyote, Donde Techy, Coronita Trailer, son algunos de los más reconocidos en Aguachica - Cesar.

Adicionalmente, existen diversos balnearios y centros de turismo, un ejemplo de ello es el Balneario de noream, cuya característica es que en este sitio el caudal del río Buturama disminuye, lo que les permite a los visitantes bañarse en una piscina natural, uno de los valores agregados de la región, en que permiten la realización de actividades de tipo familiares y recreativas.

Por su parte, el municipio de Aguachica tiene varios lugares por recorrer como lo son sus principales corregimientos de Villa de San Andrés, Puerto Patiño, y su Ciénaga Doña Maria, la parte alta del municipio con su zona montañosa la cual se caracteriza por lo tupida de su vegetación y extensión tropical, teniendo en cuenta que el acceso a esta zona no es sencillo desde terreno, sino que debe optarse por otros medios de transporte y acceso.

Así mismo, se conoce como un importante atractivo turístico el paraje del Bosque del Agüil, el cual se ubica en el sector urbano y una zona verde que tiene gran biodiversidad. Este Bosque se caracteriza por su imponente vegetación y corredores ecológicos; cuenta con el paso del caño de Pitál y el acceso al mirador turístico de la ciudad, el Cerro de la Cruz desde el cual se divisa todo el casco urbano del municipio de Aguachica y la rivera del Río Magdalena.

Gracias a la ubicación geográfica del municipio es posible tener acceso a los lugares aledaños y de alto interés en la región; con lo anterior, se encuentra el ecoparque Los Besotes, una reserva natural situada a 10 km de Valledupar, en este lugar habitan 285 especies de

aves y otra gran variedad de especies de todo tipo. Los visitantes pueden recorrer este ecoparque para ver venados, armadillos y otros bellos especímenes, lo que se caracteriza por ser una experiencia enriquecedora y que permite a la sociedad crear conciencia sobre el cuidado y preservación de estos lugares tan importantes y con tanta riqueza natural.

Otro de los lugares turísticos más atractivos es Rio De Oro. Una de las festividades más importantes de esta zona es la que se lleva a cabo el seis de enero en este mismo lugar. Pues la celebración se desarrolla en torno a la llamada “legendaria matanza del tigre” en donde un grupo de niños, jóvenes, adultos y adultos mayores que de la mano de moldeadores, pintores, músicos, diseñadores, modistos, maquilladores, artesanos, historiadores, trovadores y artistas en general, recrean todo un imaginario colectivo que ha identificado a la gente de este municipio como los moradores de la Ciudad Cultural del Cesar. El recorrido del desfile por las principales calles del municipio y la presentación de todos los trabajos de los grupos culturales en la plazoleta del parque principal convoca a un numeroso público asistente que integra a los habitantes de la localidad, de la provincia de Ocaña y Sur del Cesar y los visitantes que llegan año tras año desde ciudades del país, como lo son Bogotá, Barranquilla, Santa Marta, Valledupar, Cúcuta, Bucaramanga entre otros.

Por su parte el Municipio de Gamarra es un aliado cultural estratégico para Aguachica, pues su proximidad y riqueza cultural resultan ser un atractivo ideal para el turismo de la zona. Gamarra cuenta con un alto índice de diversidad cultural, a través de sus carnavales y fiestas, siendo las fiestas de su fundación el 3 de noviembre las más importantes, goza del festival de las artes, la noche del río, así como las celebraciones del 9 de febrero en honor a la virgen, actividad en la que se realizan varias muestras culturales.

En ámbito de fiestas, está la semana santa de Valencia de Jesús (corregimiento de Valledupar) patrimonio cultural e inmaterial del departamento. Otras celebraciones importantes son las Fiestas Patronales de San Roque en Aguachica, San Francisco de Asís en La Paz, La Paletilla en Becerril.

Por su parte, el municipio de Aguachica tiene varios lugares por recorrer, entre estos se encuentra el bosque de la Agüil, el cual se encuentra en el sector urbano y una zona verde

que tiene gran biodiversidad. Este bosque cuenta con exuberante vegetación y árboles; además el mirador turístico de la ciudad, El Cerro de la Cruz desde el cual se divisa todo el casco urbano del Municipio y la rivera del Rio Magdalena.

Finalmente, se encuentra el Centro Cultural Eladio Vargas, el cual es un buen lugar para conocer, allí se prestan servicios de biblioteca, archivos fotográficos y artísticos, lo que ofrece un amplio portafolio de servicios culturales y académicos que pueden ser de gran interés para turistas y visitantes, una oferta diferente a las mencionadas anteriormente y mediante la cual el turista puede hacer una revisión histórica y tradicional de la región.

Por esta razón, sobresalen algunas iniciativas privadas asociativas como la generada en Aguachica donde existe una asociación de hoteleros, restaurantes y prestadores de servicios turísticos que está liderando procesos interesantes con enfoques de turismo sostenible. Así mismo, se destaca el proceso de la corporación de turismo en La Gloria, aunque no cuentan con el mismo grado de desarrollo, sin embargo, mantiene un esfuerzo por la unificación de los municipios del centro, sur del Cesar y hasta la Provincia de Ocaña.

Es importante comentar que en gran medida la falta de reconocimiento e importancia del turismo como actividad económica para el departamento se ve reflejado en el estado actual de los atractivos turísticos que en la mayoría de los casos no cuenta con la infraestructura necesaria para la prestación del servicio, salvo unos cuantos lugares de tipo privado como son: los balnearios la Floresta ubicado en la vía principal entre Pelaya y Pailitas, balneario Villa Loly ubicado en el sector de Chiriguaná o aquellos que se concentran hacia la zona centro y particularmente norte.

Esta falta de atención a los atractivos turísticos que son la base y columna vertebral de cualquier destino consolidado, en parte, es el resultado de la falta de una política pública efectiva, lo cual, se puede observar en la ausencia casi total de las secretarías u oficinas de turismo en los municipios, del Departamento del Cesar e incluso en los lugares donde existe la casa de la cultura (pues no hay en todos los municipios), la misma trabaja de forma muy

limitada, Sin embargo, llama notablemente la atención que en municipios como Chiriguaná exista un Instituto Autónomo de Cultura y Turismo con buen presupuesto, ya que el municipio no se destaca entre los de mayor proyección turística, incluso dicho municipio no posee plan de desarrollo turístico municipal.

4.3.4 Contexto Sociodemográfico actual.

El departamento del Cesar, cuenta con un total de población de 1.200.574 habitantes (75.24% cabecera – 24,75% centros poblados y rural disperso), participando con esto en 2,4% de población del total nacional (Población ajustada por cobertura, DANE - censo 2018).

Según el IGAC, el municipio de Aguachica se encuentra localizado en los 08° 18' 45" de latitud norte y 73° 37' 37" de longitud oeste, con 150 m de altura sobre nivel del mar. Distancia de Valledupar a 301 Km, su área municipal es de 917 Km² y limita por el norte con el municipio de la Gloria y el departamento de Norte de Santander, por el sur con San Martín, Rio De Oro y el departamento de Santander, por el oeste con Gamarra y el departamento de Bolívar (CCA, 2019)

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, la población estimada desagregada por área total, cabecera, centros poblados y rural disperso para el año 2018 del municipio Aguachica es de 109.621 (DANE, 2018).

Tabla 5 Población estimada desagregada de Aguachica

CÓDIGO	MUNICIPIO	TOTAL	CABECERA	CENTROS POBLADOS Y RURAL DISPERSO
20011	Aguachica	109.621	95.851	13.770

Fuente. Censo DANE 2018 / (Población ajustada por cobertura).

Fuente: DANE, 2018

El DANE, Censo 2018, indica que en la cabecera municipal viven 95.851 con el (87.43%) teniendo en cuenta la elevada participación de las personas que habitan la cabecera del municipio puede considerarse altamente urbanizado, y en el resto (Centros poblados y rural) del territorio 13.770 con (12.56%).

Por otra parte, el 3,7% de los habitantes en Aguachica (3.017 personas) se reconoce étnicamente como negro, mulato o afrocolombiano, y población indígena con 49 (0.06%) para un total de población étnica del 3.067 (3.80%), según el DANE (2005-2020)

Tabla 6 Población étnica

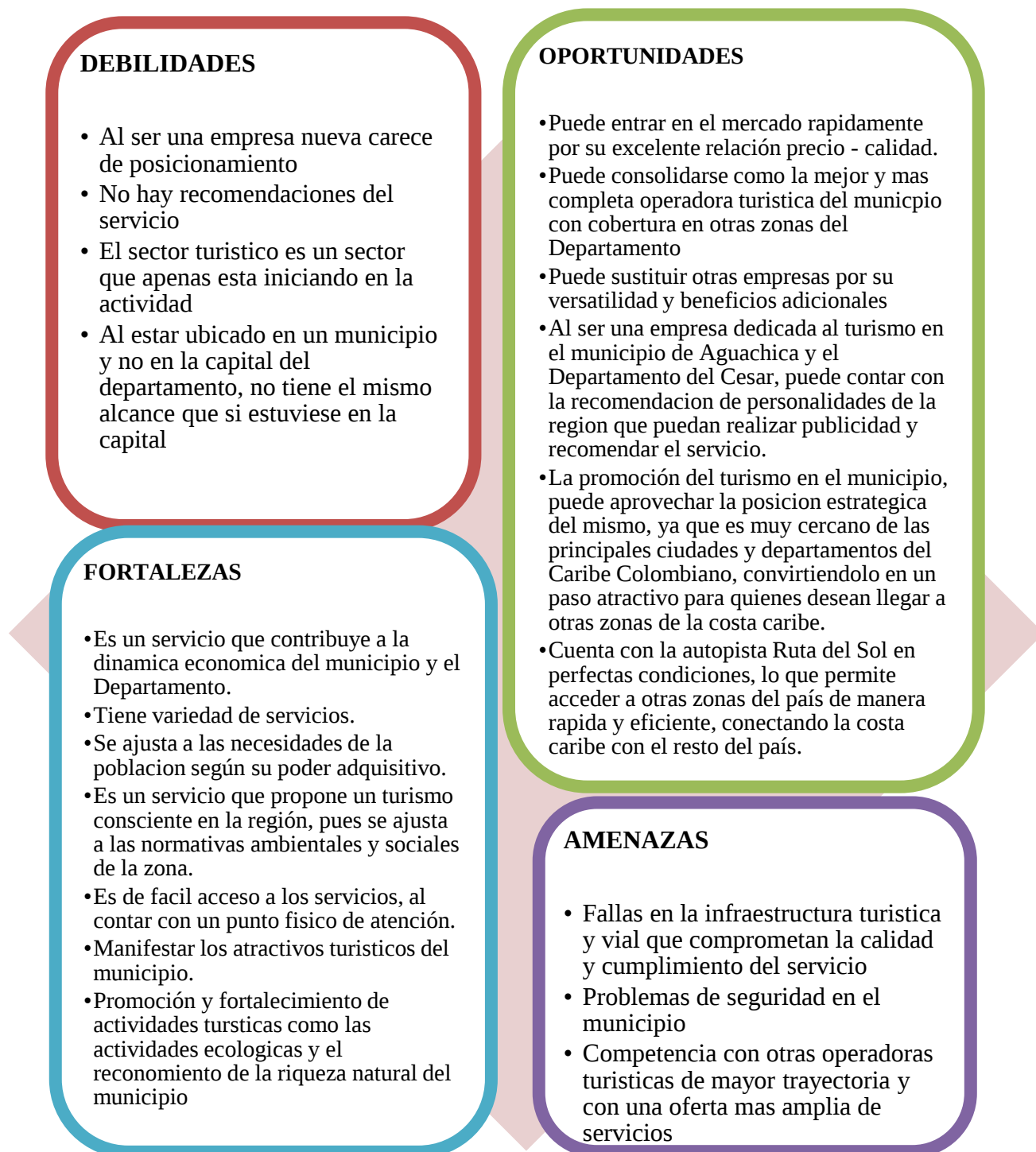
Población étnica
Población indígena: 49 (0,06 %)
Población negra, mulata o afrocolombiana: 3.017 (3,73 %)
Población raizal: 1 (0,00 %)
Población rom: 0 (0,00 %)
Población palenquero: 0 (0,00 %)
Población étnica total: 3.067 (3,80 %)
Población de origen étnico en resguardos indígenas: 0
Número de resguardos indígenas en el territorio: 0 (0,0 %)

Fuente. <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/20011-DNP> a partir de información del DANE y del Ministerio del Interior – 2017

Fuente: DANE, 2017

4.4 Matriz DOFA estudio de mercado

Figura 2 Matriz DOFA



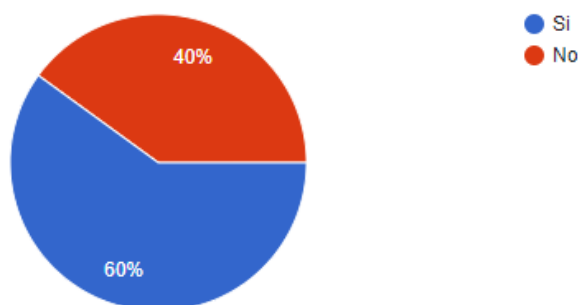
Fuente: Elaboración propia

4.5 Análisis para el procesamiento de la información

1. ¿Conoce usted algunos destinos turísticos del municipio de Aguachica, que le puedan ofrecer paisajes naturales de espejos de agua, fauna, flora, paseos en motor, canoas, noches de camping, recreación, comidas típicas, caminatas ecológicas, muestras folclóricas?

Respuestas 210

Figura 3 Pregunta 1



Fuente: Elaboración Propia

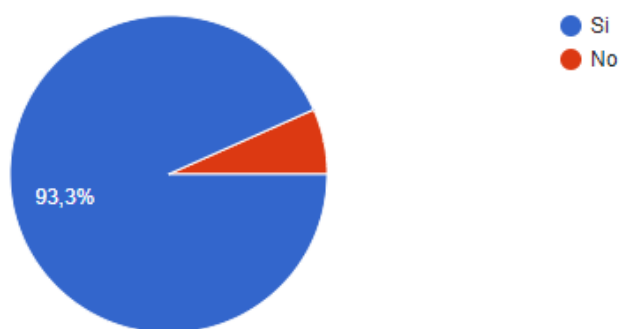
Análisis

Según el grafico anterior del 100% de los encuestado, el 60% afirma conocer lugares que le puedan ofrecer los atractivos turísticos antes mencionados, ocasionando así que las personas se distraigan, se relajen, se diviertan y aprendan nuevas cosas que los instruya emocionalmente; por otro lado, el NO se hace presente con un 40%, lo que realmente beneficia a la empresa, puesto sería un mercado por penetrar, del cual se puede obtener grandes beneficios.

2. ¿Si se creara una empresa en Aguachica como TURYTRAVEL, que ofreciera los anteriores atractivos turísticos, usted los visitaría?

210 Respuestas

Figura 4 **Pregunta 2.**



Fuente: Elaboración Propia

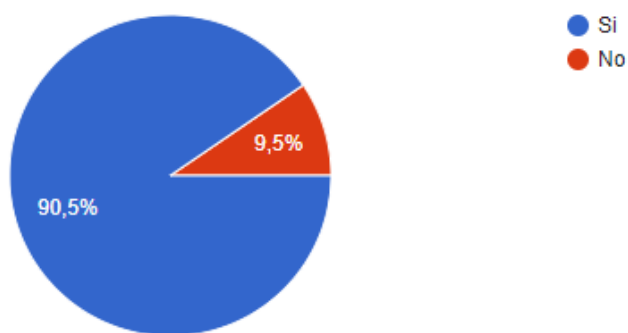
Análisis

Con los resultados de este grafico se pretendía comprobar cuantas personas estarían dispuestas a visitar los atractivos turísticos ofrecidos por la empresa, imponiéndose el SI con un 93,3% lo que resulta benéfico para la empresa, puesto aquí se ve reflejado la viabilidad que tiene este proyecto, pues más de la mitad de las personas responden positivamente a esta idea, mientras que el No estuvo presente con un 6.7%, lo que obligaría a la empresa a buscar nuevas estrategias para llegarle a estas personas y así de tal modo cambien de parecer.

3. Si los corregimientos de: Puerto Patiño con su Ciénega Doña María, Campo Amalia y su Ciénega, Loma de Corredor con el Rio Lebrija y Magdalena, Barranca Lebrija, con su Rio Lebrija y Humedales, le ofrecieran las siguientes diversiones: Paisajes naturales de espejos de agua, fauna, flora, paseos en motor, canoas, noches de camping, recreación, comidas típicas, caminatas ecológicas, muestras folclóricas, ¿usted pagaría por estas diversiones?

210 Respuestas

Figura 5 Pregunta 3



Fuente: Elaboración Propia

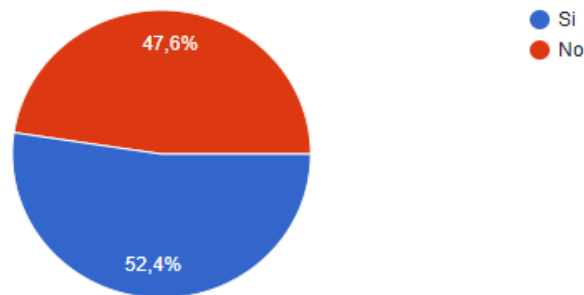
Análisis

En esta figura se puede apreciar, que del 100% de los encuestados, el 90,5% pagaría por las diversiones que brinda la empresa, lo que realmente resulta satisfactorio, pues el mercado Aguachiquenses estaría aceptando de entrada la idea de que exista una agencia en el municipio, con un 9,5% estuvo presente el no, lo que da a entender que esta parte de la población no le apetece conocer estas partes del municipio.

4. ¿Conoce usted la parte alta del municipio de Aguachica con sus montañas, hermosos paisajes, caminos de herradura, quebradas?

210 Respuestas

Figura 6 Pregunta 4



Fuente: Elaboración Propia

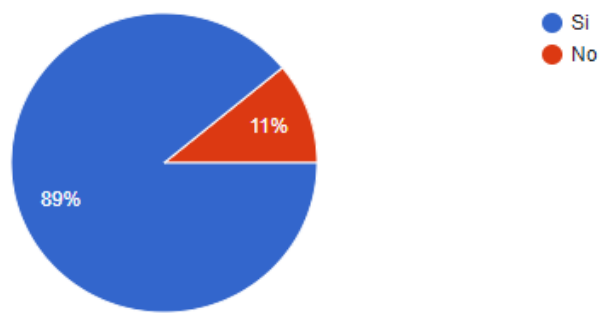
Análisis

Con este gráfico, lo que se pretendía era conocer cuántas personas conocían la parte alta del municipio, arrojando, así como resultados que un 52,4% de la población conoce esta parte del municipio, por otro lado, el 47,6% de los encuestados respondió NO conocer esta zona, lo que probablemente es muy benéfico para la agencia, pues muchas de estas personas querrán conocer estas partes y disfrutar de las actividades que ofrece la agencia.

5. Si se creara una empresa en Aguachica como TURVTRAVEL, que ofreciera atractivos turísticos en la parte alta del municipio, como: Paisajes naturales, fauna, flora, caminatas ecológicas, recorridos en caballos, noches de camping, recreación, comidas típicas, muestras folclóricas, ¿usted los visitaría y pagaría por estas diversiones?

210 Respuestas

Figura 7 **Pregunta 5**



Fuente: Elaboración Propia

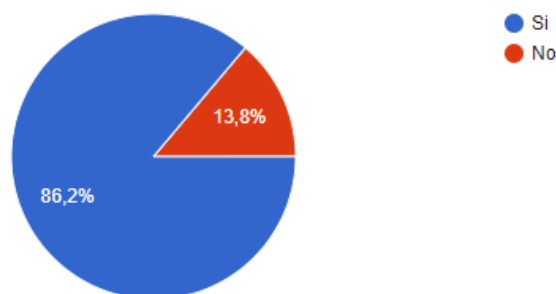
Análisis

De acuerdo con lo anterior, el 89% de los encuestados ve de buena manera visitar y pagar por las diversiones que ofrece la agencia en la parte alta del municipio, lo que da a entender que esta parte de la población desea conocer y recorrer más a fondo estas partes de la ciudad; por otro lado, el 11% dice NO querer realizar y pagar por estos recorridos, lo que conlleva a que la Agencia implemente nuevas ideas y estrategias para atraer a esta parte del público.

6. Si la empresa de TURYTRAVEL , le ofreciera a usted un recorrido en chiva en las noches, donde le recogieran en la puerta de su casa, con la siguiente ruta turística: saliendo del parque san roque, hasta villa de san Andrés, con una parada (coctel, muestras folclóricas), luego salida rumbo a gamarra, (coctel, música vallenata y muestras folclóricas) salida Aguachica hasta el parque san Roque (coctel, música vallenata y una muestra folclórica). ¿A usted le gustaría hacer ese recorrido?

210 Respuestas

Figura 8 Pregunta 6.



Fuente: Elaboración Propia

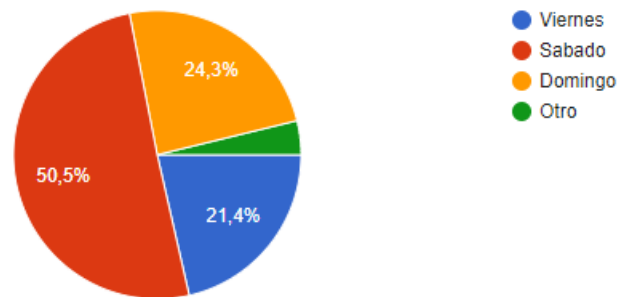
Análisis

Respecto a los resultados de este gráfico, se aprecia que un 86,2% de la respuesta de los encuestados afirma que le gustaría hacer el recorrido antes mencionados, y esto puede deberse a que esta opción está acompañada de cosas que son representativas del departamento, lo que conlleva que las personas vivan una muy grata experiencia; por otro lado, el 13,6% dice que NO le gustaría hacer este recorrido.

7. ¿Qué días en las noches preferiría para este recorrido?

210 Respuestas

Figura 9 **Pregunta 7.**



Fuente: Elaboración Propia

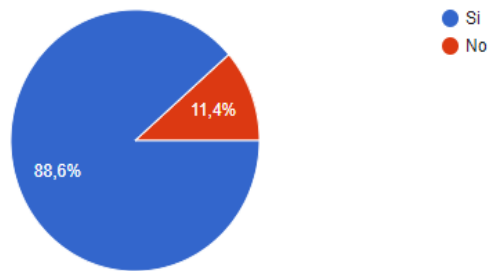
Análisis

De acuerdo al grafico anterior, el 50,5% de los encuestados dijo que le gustaría realizar estos recorridos el día sábado, el 24,3% respondió que le gustaría que este recorrido fuera un domingo, el 21,4% dice que el viernes, mientras que el 3,8% dice que otro día de la semana, lo que hace suponer que puede ser cualquier día de lunes a jueves.

8. Si la empresa turística TURYTRAVEL, le ofreciera unos paquetes turísticos por un sistema de ahorros para toda su familia, de los descrito anteriormente, ¿usted tomaría estos planes?

210 Respuestas

Figura 10 **Pregunta 8.**



Fuente: Elaboración propia

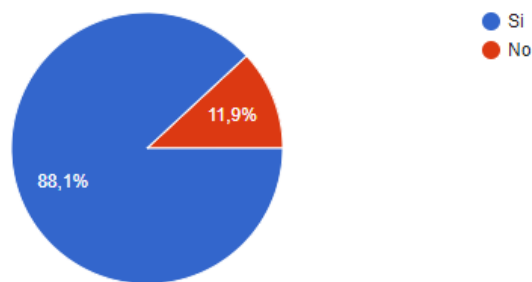
Análisis

De acuerdo con lo anterior, el 88,6% de los encuestados afirmo que tomaría los planes descritos anteriormente, lo cual resulta benéfico para la agencia, puesto más de la mitad de la población encuestada está de acuerdo en tomar estos planes, mientras que el 11,45 se hizo presente con un rotundo NO, lo que de cierta manera obliga a la empresa a implementar estrategias que atraigan esta parte de la población.

9. ¿Si la empresa TURYTRAVEL, les ofreciera otros paquetes turísticos a otros destinos del país los realizarían?

210 Respuestas

Figura 11 **Pregunta 9**



Fuente: Elaboración Propia

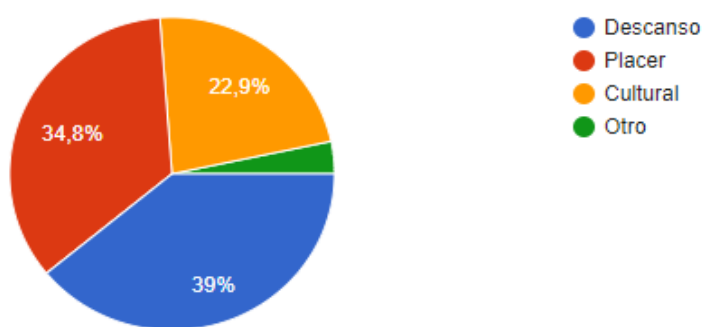
Análisis

Según los datos arrojados por el grafico anterior, del 100% de los encuestados, el 88,1 respondió que, SI le gustaría que la empresa realizara paquetes para otras ciudades del país, mientras que el 11,9% dijo que NO tomaría esta opción, una razón puede ser la falta de dinero, de tiempo o que en su defecto están acostumbrados a realizarlos con otra agencia, la cual ya le tienen confianza.

10. ¿Cuál sería el motivo principal por lo que le gustaría tomar un paquete turístico?

210 Respuestas

Figura 12 **Pregunta 10**



Fuente: Elaboración Propia

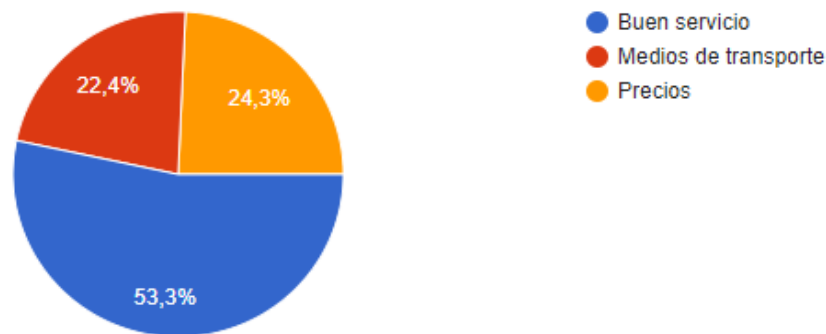
Análisis

De acuerdo al grafico anterior el 39% de los encuestados dijo que la razón por la que toma un paquete turístico es por descanso, el 34,8% respondió que los tomaba por placer, el 22,9% por cultura y el 3,3% dijo que lo hacía por otras razones, que probablemente podría ser por religión, por trabajo, por aventura, por diversión etc.

11. ¿Qué factores tiene en cuenta al adquirir un paquete turístico?

210 Respuestas

Figura 13 Pregunta 11



Fuente: Elaboración Propia

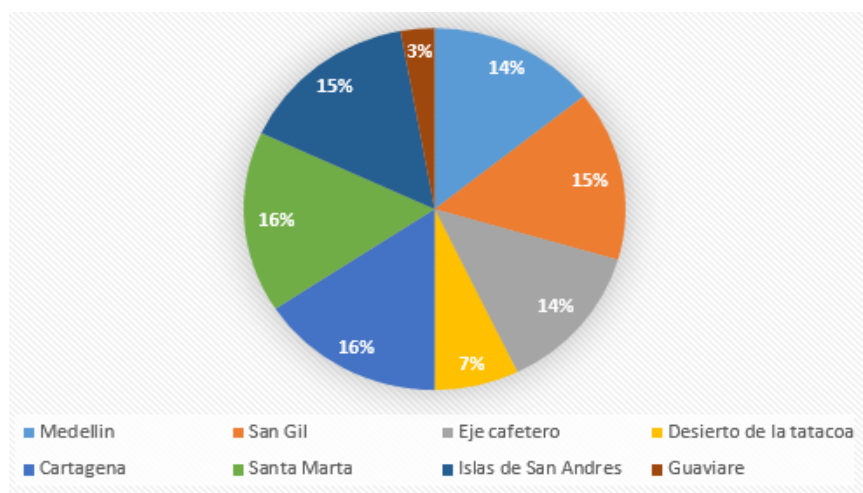
Análisis

De acuerdo al grafico anterior, del 100% de los encuestados el 53,3% dijo que el factor a tener en cuenta a la hora de viajar era el buen servicio, el 24,3% dijo que tenía en cuenta el precio, mientras que el 22,4% dijo que era primordial los medios de transporte, lo que da a entender que la empresa debe tener en cuenta estos factores, para así poder complacer y satisfacer de la mejor manera posible a los posibles clientes, para que así estos sientan la confianza y comodidad a la hora de agendar un paquete o de tomar un recorrido.

12. ¿Qué destinos turísticos sugiere para visitar en Colombia?

210 Respuestas

Figura 14 Pregunta 12



Fuente: Elaboración Propia

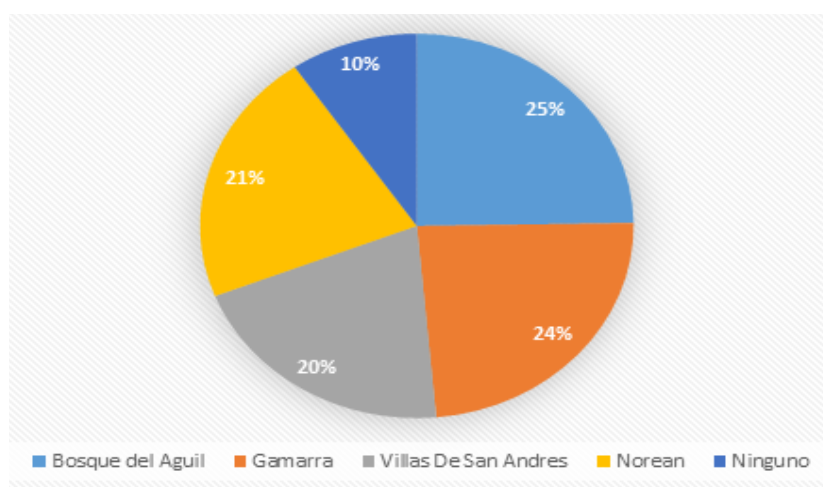
Análisis

Según los datos arrojados por el grafico, del 100% de los encuestados, el 16% de la población dijo que le gustaría visitar Cartagena, otro 16% Santa Marta, el 15% Islas de San Andrés, otro 15% San gil (Santander), el 14% dijo que el eje cafetero, otro 14% dijo que Medellín, el 7% el desierto de la Tatacoa y con un 3% el departamento del Guaviare; en esta grafica se evidencia que los destinos a visitar fueron sugeridos por la población encuestada.

13. ¿Qué sitios turísticos ha visitado del municipio?

210 Respuestas

Figura 15 Pregunta 13



Fuente: Elaboración propia

Análisis

Según el grafico anterior, con un 25% las personas afirman que han visitado el bosque del Agüil, el 24% dice que ha visitado gamarra, el 21% ha visitado Norean, el 20% ha visitado Villas de San Andrés y el 10% dice que no conoce ningún sitio turístico del municipio de Aguachica; en esta grafica se puede evidenciar que las personas encuestadas fueron quienes tuvieron la libertad de decir que sitios turísticos del municipio han visitado.

5 Objetivo Específico Número 2: Estudio Técnico.

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica para la prestación del servicio que se ofrece, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida. El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar.

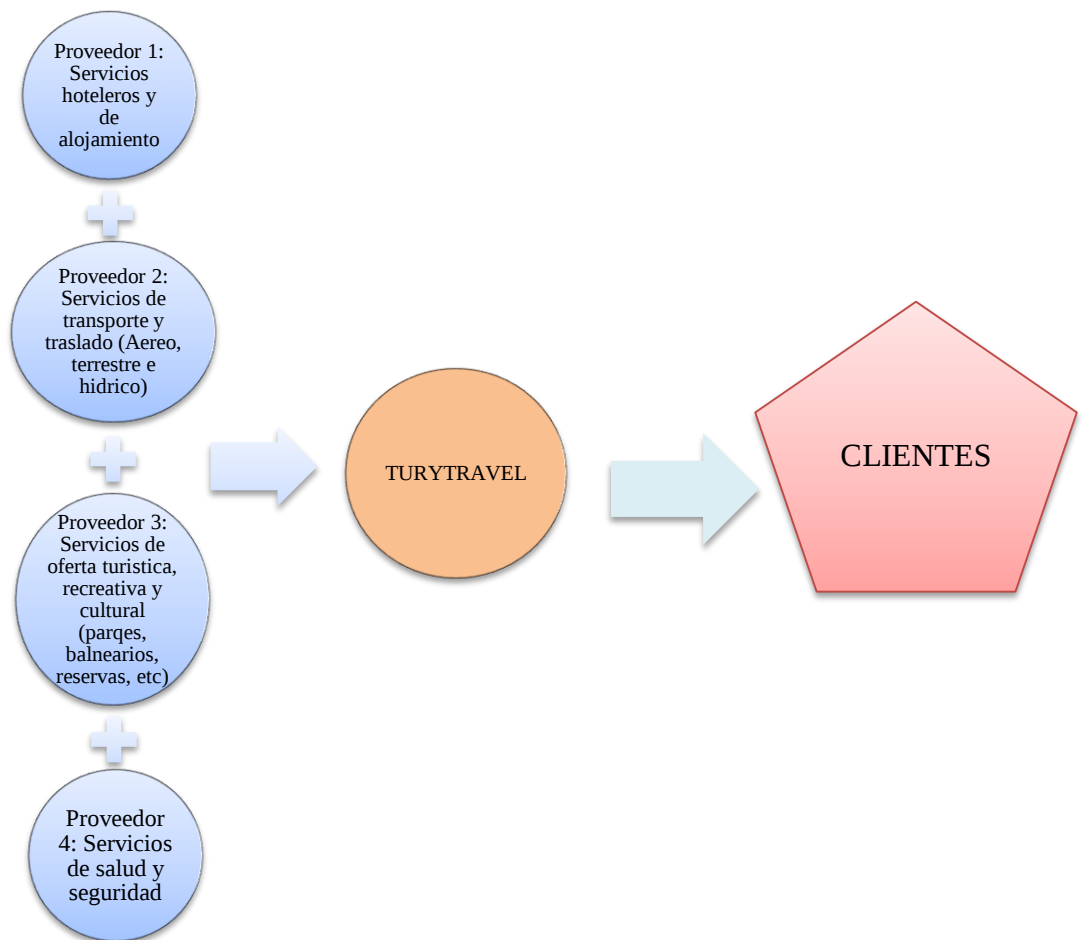
En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del servicio ofertado, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional.

El presente estudio técnico se encarga de describir todo lo anteriormente expuesto desde la visión del Servicio de Turismo que se plantea como nuevo mecanismo de promoción de la actividad turística del Municipio de Aguachica, siendo esto un importante aporte a la economía del Departamento y el municipio de forma individual.

5.1 Sistema de distribución / comercialización

El sistema que se utilizará para distribuir y comercializar el servicio es mediante oficinas de atención propias en las cuales el cliente encontrará todo lo necesario para adquirir los servicios turísticos y realizar la experiencia de compra que le brinda “TURYTRAVEL”. La oficina de atención al público deberá cumplir con ciertos requerimientos técnicos específicos con el fin de brindar un servicio de alta calidad.

Figura 16 **Ciclo de distribución y comercialización de servicios turísticos de TUR YTRAVEL**



Fuente: Elaboración Propia

5.2 Tamaño del proyecto

5.2.1 Factores que condicionan el tamaño

- **Dimensión del mercado:** El objetivo del proyecto es la creación de una empresa de servicios turísticos en el Municipio de Aguachica con cobertura en todo el Departamento del Cesar y sus alrededores, el cual se genera a partir del suministro de servicios de alojamiento, transporte y oferta recreativa, supliendo así necesidades de entretenimiento de la población identificada en el estudio de mercado.

A partir de la investigación realizada previamente sobre el Estado actual del sector turístico en el Departamento y el Municipio, se evidencia la necesidad de una demanda potencial elevada, pues como se mencionó con anterioridad el sector económico del turismo no cuenta con la robustez necesaria para consolidarse como una de las actividades económicas principales del Departamento, y es en torno de cambiar esta perspectiva que se consolida el presente proyecto.

Así pues, es necesario llegar a este mercado de una manera estratégica con puntos de atención, ventas que puedan satisfacer las necesidades de compra y servicio sin generar conflicto por falta de capacidad u atención, especialmente en fechas consideradas como temporadas altas en las que las festividades y condiciones territoriales propician la demanda turística provocando un incremento de la demanda.

- **Disponibilidad de Servicios:** La disponibilidad de servicios es un factor determinante a la hora de las ventas, ya que en primer lugar la ausencia de estos puede desestimular la demanda, acabar con la imagen, como también las expectativas que se tienen del negocio, finalmente incentivar y dar la posibilidad a otros establecimientos de aplicar estrategias agresivas para captar mercado. En segunda media, un portafolio de servicios que no presenten transformación y/o actualización conlleva a la generación de grandes costos que representarían a la empresa graves pérdidas.

- **Capacidad Financiera:** El capital propio disponible para dar inicio a la operación del proyecto es está garantizado, por lo cual la capacidad financiera estará atada de los financiamientos de entidades públicas y privadas, como también de los aportes de cada uno de los socios que hagan parte del negocio.

- **Capacidad Administrativa:** La gestión adecuada del establecimiento requiere del buen uso de las capacidades administrativas para el montaje y manejo del mismo siguiendo el enfoque deseado. Se buscará el apoyo logístico de instituciones de educación en el sector público y privado, con el objetivo de generar alianzas estratégicas que permitan la cooperación entre las entidades a partir de la contratación de pasantes y/o practicantes, que apoyen las labores de secretariado y otros asuntos administrativos, esto permitirá la contratación de personal capacitado a través de contratos de prácticas profesionales y técnicas, así mismo, la participación de socios fundadores será otra alternativa para la administración. Esto constituye una buena alternativa para garantizar el correcto funcionamiento de la empresa, en sus periodos de constitución e iniciación hacia una opción de crecimiento, a medida que se posiciona el servicio y se consolida el mercado

A continuación, se muestra el talento humano que se empleará y sus gastos

Tabla 7 Talento Humano Necesario en TURYTRAVEL

CARGO	CANTIDAD DE PERSONAL	GASTOS
GERENTE	1	Salario + prestaciones legales
SUBGERENTE	1	Salario + prestaciones legales
SECRETARIO/A	1	Salario + prestaciones legales
CAJERO/A	1	Salario + prestaciones legales

ASESOR/A	2	Salario + prestaciones legales + Comisiones
SERVICIOS GENERALES	1	Salario + prestaciones legales
VIGILANCIA	1	Salario + prestaciones legales

Fuente: Elaboración Propia

- Problemas de orden institucional: Desde su inicio la empresa contará con un manual de funciones específico para cada uno de los cargos, un organigrama detallado. Así mismo se dará a conocer desde el principio la misión, visión, objetivos y políticas de la empresa para que de esta manera se genere una cultura organizacional favorable y positiva que estimule el buen funcionamiento de la empresa.

5.2.2 Descripción del Servicio

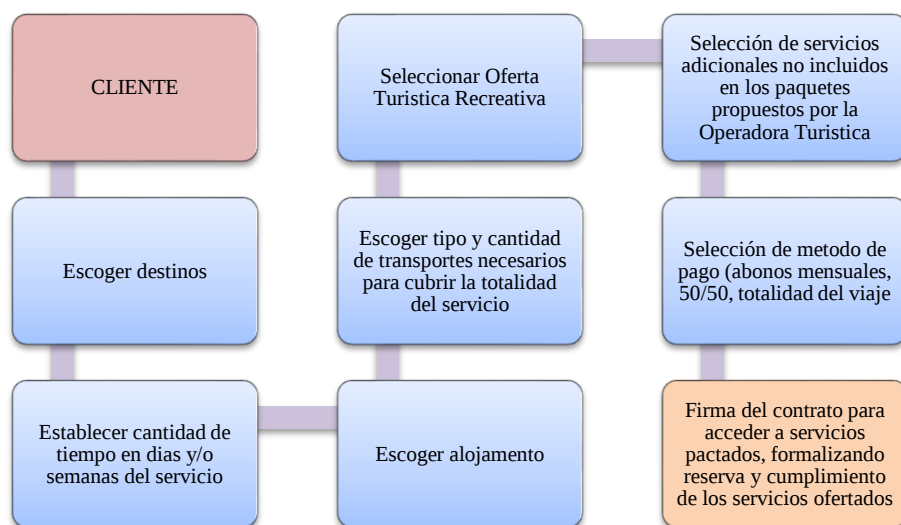
La empresa TURYTRAVEL, como proyecto planteado en el presente estudio estará proyectada para prestar los servicios de turismo local y nacional, dentro de los tipos de turismo que se contemplan en la empresa se prestarán servicios de turismo de aventura, aprovechando la diversidad y riqueza de la zona para la práctica de deportes hídricos, de terreno y aéreo, ecoturismo en el cual se tendrá en cuenta la diversidad y riqueza ambiental del municipio, enseñando esto a los turistas y creando conciencia ambiental del sector, turismo histórico y cultural teniendo acceso a los lugares más emblemáticos y tradicionales, así como instituciones encargadas de preservar, promoviendo el conocimiento y la cultura de la región, turismo de sol, playa, ríos y zonas del caribe con acceso a las mejores playas del país.

Se encuentra en el servicio de actividades turísticas, el punto de partida para desarrollar todas las estrategias que conlleven al diseño y desarrollo de nuevos servicios que satisfagan los deseos de los turistas, además de las necesidades de servicio, las necesidades

simbólicas respectivas; es decir, el servicio de operador turístico, corresponde al servicio pionero del portafolio y a partir del cual se desarrolla la idea de la creación de una empresa de servicio turístico y recreativo.

A continuación, se muestra un diagrama de operatividad con el objetivo de explicar el proceso de prestación de servicios por parte de la empresa.

Figura 17 Diagrama de operatividad del servicio



Fuente: Elaboración Propia

5.2.3 Descripción de las Operaciones:

5.2.3.1 Operación 1: Escoger destinos

Con esta operación inicia el proceso. Una vez el cliente se acerca al punto de atención y conoce los servicios ofertados por la empresa, procede a seleccionar entre las múltiples opciones que presenta la empresa, el destino hacia donde quiere dirigirse.

5.2.3.2 Operación 2: Establecer cantidad de tiempo en días y/o semanas del servicio

Una vez selecciona el destino, el cliente establece con su asesor los días que disfrutará de los servicios ofertados, teniendo en cuenta las distintas temporadas del calendario turístico y los costos diferenciales que cada una de estas trae.

5.2.3.3 Operación 3: Escoger alojamiento

Una vez establecidos los destinos y la cantidad de días contratados por el cliente, la operadora turística le presentará las diferentes opciones que tendrá el cliente para alojarse los días seleccionados evidenciando una oferta económica y variada dependiendo los planes e intereses del cliente

5.2.3.4 Operación 4: Escoger tipo y cantidad de transportes necesarios para cubrir la totalidad del servicio

A partir de la selección de destinos y la cantidad de días, así como el tipo de alojamiento escogido, la operadora turística procede a ofrecer servicio de transporte que incluye posibilidad de compra de tiquetes aéreos, transporte aeropuerto – hotel – aeropuerto, servicio de buses y busetones para cubrir viajes grupales y /o familiares, así como los multidestino, renta de vehículos, reserva de botes, lanchas, entre otros; esto dependerá de las actividades e intereses del cliente.

5.2.3.5 Operación 5: Seleccionar Oferta Turística Recreativa

Una vez seleccionados los servicios principales (alojamiento y transporte) el cliente procederá a seleccionar los servicios recreativos a los cuales desea acceder durante su visita

por el Departamento y/o región, pues la operadora turística está en condiciones de ofrecer un amplio portafolio recreativo, con diferentes lugares y actividades que permitirán al cliente conocer a profundidad sus destinos.

5.2.3.6 Operación 6: Selección de servicios adicionales no incluidos en los paquetes propuestos por la Operadora Turística

Los servicios adicionales y su contratación, hacen referencia aquellos servicios que no están incluidos en los paquetes turísticos pero que se encuentran disponibles en la empresa, estos servicios pueden ser alimentación, guía turístico personalizado durante todos los recorridos, bebidas, seguros; entre otros, estos serán reservados y cancelados con un valor adicional por parte del cliente a la operadora turística.

5.2.3.7 Operación 7: Selección de método de pago (Abonos mensuales, 50/50, totalidad del viaje)

Una vez seleccionados los servicios, entendidos los términos y condiciones se presentan las formas de pago de los servicios prestados, la primera hace referencia abonos mensuales en cuotas dejando la última cuota para la totalidad del valor del servicio una semana antes del día del viaje, la segunda opción será pago del 50% del total del valor dejando el otro 50% para pago una semana antes de la fecha del viaje, y finalmente la última opción contemplada será la totalidad del viaje el mismo día de la reserva y firma del contrato.

5.2.3.8 Operación 8: Firma del contrato para acceder a servicios pactados, formalizando reserva y cumplimiento de los servicios ofertados

Una vez aceptados los términos y condiciones, se procede a la firma del contrato de los servicios accediendo a beneficios, como también las responsabilidades como clientes, el reconocimiento de las obligaciones y derechos de la operadora turística, con el fin de realizar una operación legal y transparente cumpliendo con las expectativas del cliente, evitando cualquier inconveniente a futuro, la firma del contrato se hace al tiempo con el pago bien sea parcial o total.

5.2.4 Alternativas de tamaño para inicio del proyecto

- TURYTRAVEL, debe iniciar operaciones con un (01) establecimiento que permita satisfacer la demanda estimada en un alto porcentaje. Esto implicaría el montaje de las instalaciones en un área de por lo menos 100 m², en los que se disponga del espacio adecuado para la atención al cliente, y la venta de los servicios.

Ventajas: se adquiere reconocimiento del establecimiento en cuanto a la comodidad y la capacidad de atención al cliente de forma personalizada y cordial.

Desventajas: el costo inicial para su montaje (arriendo, infraestructura, equipos, publicidad) acceso limitado a créditos y herramientas bancarias.

Se debe comenzar la empresa con la inauguración de una (01) oficina en el municipio de Aguachica de manera que se satisfaga la demanda del Departamento que como ya se mencionó con anterioridad, goza de una excelente ubicación geográfica y administrativa en la zona caribe.

Ventajas: Se atiende la demanda del punto teniendo un mayor acceso para clientes, pues la ubicación será reconocida, ubicada en zonas exclusivas y centrales

- TURYTRAVEL, debe iniciar operaciones con el montaje de un local ubicado en una zona central y de fácil acceso en el Municipio de Aguachica, ya que es el municipio de domicilio de sus socios. Dicho establecimiento tendrá un tamaño entre 50 y 100 m²

Ventajas: Los costos de montaje y adecuación no son tan elevados, el tamaño del local es apropiado para cubrir las necesidades de operación, logrando atender la demanda en una zona donde el potencial de crecimiento es factible.

5.3 Descripción de proveedores

Se trabajará con proveedores pertenecientes a los sectores hoteleros, transporte, recreación, seguridad, que tengan actividad en el Departamento del Cesar y así mismo cuenten con una oferta de servicios en el resto del país, con los cuales se establecerán alianzas y acuerdos comerciales especificando calidad del servicio, disponibilidad, tarifas preferenciales, formas de pago y cumplimiento de las condiciones.

Se evaluará la posibilidad de trabajar con plazos de pago de 30 a 90 días, este se determinará mes a mes y será dependiente del comportamiento de la curva de demanda en el año. La reserva de los servicios y compra de los mismos, estará sujeta al ingreso de la operadora turística que a su vez dependerá de los clientes, sus métodos de pago en el proceso de reserva y contratación de los servicios turísticos.

Para los pagos de los servicios que se prestarán por parte de TURYTRAVEL, se contará con varios métodos de pago, los cuales se ajustan a la demanda y capacidad de pago de los clientes, siendo estos pagos totales del servicio, pago parcial para la separación de cupos y pago del excedente en cuotas, división del valor total en cuotas de igual valor, alianzas comerciales con entidades bancarias para la financiación de servicios a través de contratos bancarios. A partir de estas diversas condiciones de pago es posible manejar un flujo de caja que permitirá dar cumplimiento a los servicios contratados, como también un sistema de libranzas a las empresas, ello asegura la rentabilidad y los pagos a tiempo.

Los proveedores tendrán como características: Ser empresas registradas en cámara de comercio, que estén legalmente constituidas, con normativa en regla, serán empresas con una trayectoria superior a 2 años de operación, evidenciando la calidad de sus servicios y la transparencia de los mismos. Esto le permite a TURYTRAVEL, realizar su actividad con la seguridad de que se dará cumplimiento total con los servicios ofrecidos a sus clientes, logrando un posicionamiento positivo de la empresa como la mejor y más confiable.

5.4 Equipos de oficina

Para la correcta ejecución de las operaciones de la empresa se requieren cinco (05) computadores, tres (03) impresoras una de ellas especial para la impresión de recibos y facturas, de los cuales uno de ellos será destinado para la operación final de pago y facturación teniendo su propia impresora enlazado con el computador de la Gerencia, dos de los computadores se destinarán para operación intermedia, es decir asesoría y firma de contratos de prestación de servicios turísticos compartiendo una impresora, un computador y su impresora estará a cargo del auxiliar administrativo, como herramienta para el desarrollo de sus funciones y un computador estará a cargo de la Gerencia en el cual se guardará toda la información privada de la empresa a la que solo la persona encargada tendrá acceso compartiendo la impresora del auxiliar administrativo.

Adicionalmente, para la optimización de la operación de pago y facturación se requiere de un cajón electrónico para el dinero, el cual será anclado al computador del encargado de esta operación, su respectiva impresora térmica, datafono y una maquina contadora de billetes que permitirá una mayor precisión en las transacciones realizadas.

A continuación, se relacionan los equipos de oficina y sus costos.

Tabla 8 Descripción equipos de Oficina.

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador All In One LENOVO 23,8 " Pulgadas AIO 3 Intel Core i3 4GB RAM Disco Duro 1TB color Negro	5	\$1'815.000	\$9'075.000
Impresora HP 1000w Neverstop Laser Blanco	2	\$799.000	\$1'598.000
Cajón Monedero Rieles Metálicos Sistema Pos Billetes Dinero	1	\$218.000	\$218.000
Impresora Térmica Pos 80mm De Alta Velocidad Con Cortadora	1	\$299.000	\$299.000
Datafono Minipro RedeBan	1	\$299.000	\$299.000
Máquina Para Contar Billetes Con Detector De Billetes Falsos	1	\$370.000	\$370.000
Total	11	\$3'800.000	\$11'859.000

Fuente: Elaboración Propia

5.5 SOFTWARE

Dadas las necesidades y condiciones de la empresa en el ámbito financiero y con el fin de mantener una estructura y orden adecuado para el desarrollo de las actividades de facturación, se va adquirir el software de facturación electrónica y contabilidad para Pymes llamado Alegra, el cual es aprobado por la DIAN para generar facturas y mantener de forma adecuada todo el ámbito contable y administrativo de la empresa.

El software mencionado cumple con las siguientes características:

- Facturación electrónica: Crea facturas electrónicas estándar, de exportación o con AIU.
- La emisión de facturas es realizada en cuestión de minutos.
- La factura puede generarse desde cualquier dispositivo electrónico que tenga acceso al software.
- Con la adquisición del software, se tiene acceso asesorías con especialistas contables cuando se requiera.
- El Software cuenta con “Bodegas” en donde se pueden crear servicios y productos que harán más sencillo el proceso de facturación, pues asigna códigos a cada uno de los servicios que el usuario cree.
- Alegra se puede conectar a cualquier sistema de redes y tecnología.
- Los comprobantes que genera Alegra, son autorizados por la DIAN.
- Las facturas creadas solo son aprobadas cuando las mismas no tienen errores, permitiendo el uso responsable y resultados óptimos.

Estas funciones del software se encuentran disponibles según planes que el proveedor ha dispuesto.

Figura 18 Planes de pago del software ALEGRA.

	★ Sugerido	
PYME	PRO	PLUS
60.000 COP/Mes	100.000 COP/Mes	190.000 COP/Mes
10% de descuento en pago anual	10% de descuento en pago anual	10% de descuento en pago anual
Facturas ilimitadas	Facturas ilimitadas	Facturas ilimitadas
Incluye Facturación Electrónica	Incluye Facturación Electrónica	Incluye Facturación Electrónica
Valor de facturación de hasta 50 millones COP/MES	Valor de Facturación de hasta 200 millones COP/MES	Valor de Facturación de hasta 500 millones COP/MES
2 Usuarios con acceso a Alegra	3 Usuarios con acceso a Alegra	8 usuarios con acceso a Alegra
2 Bodegas de inventario	10 Bodegas de inventario	100 Bodegas de inventario
Multimoneda	Multimoneda	Multimoneda
Lista de precios	Lista de precios	Lista de precios
Informe Contador	Informe Contador	Informe Contador
Adjunta hasta 20.000 archivos	Adjunta hasta 20.000 archivos	Adjunta hasta 20.000 archivos
Integración con otras aplicaciones	Integración con otras aplicaciones	Integración con otras aplicaciones

Fuente: Alegra Oficial Colombia.

Con lo anterior, es posible establecer que el plan que mejor se ajusta a las necesidades de TURYTRAVEL, es el plan PRO por valor de \$100.000 mensuales, ya que este plan cuenta con las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad empresarial, siendo una herramienta útil y con funciones suficientes para lograr objetivos de manera eficiente y reduciendo cualquier riesgo de tipo contable y/o fiscal. En caso de hacer el pago de la membresía anual el valor final cuenta con un descuento del 10% lo que trae como resultado que el software ya no tendría un valor de \$1'200.000, sino que el total del mismo sería \$1'080.000, lo que evidencia una reducción de costos atractiva y conveniente para la empresa.

Adicional a este software, cada equipo de computación deberá contar con las herramientas ofimáticas que ofrece Microsoft Office, ya que aplicativos como Word, Excel, Power Point, Outlook, son de gran ayuda para el desarrollo de las actividades de cada uno de los funcionarios que laboren con TURYTRAVEL.

La licencia que se adquiere con Microsoft, será un plan empresarial Microsoft 365 empresa estándar por valor de \$12,50 USD por usuario al mes, lo que equivale a \$47.500 pesos colombianos aproximadamente por usuario. Este plan incluye el acceso a:

- Los aplicativos de Office en versiones móviles y de escritorio (Outlook, Word, Excel, power point, Publisher, Access)
- Microsoft Teams para videoconferencias
- OneDrive para almacenamiento seguro en la nube
- Correo empresarial.

5.6 Obras civiles

Las obras civiles pueden dividirse en dos:

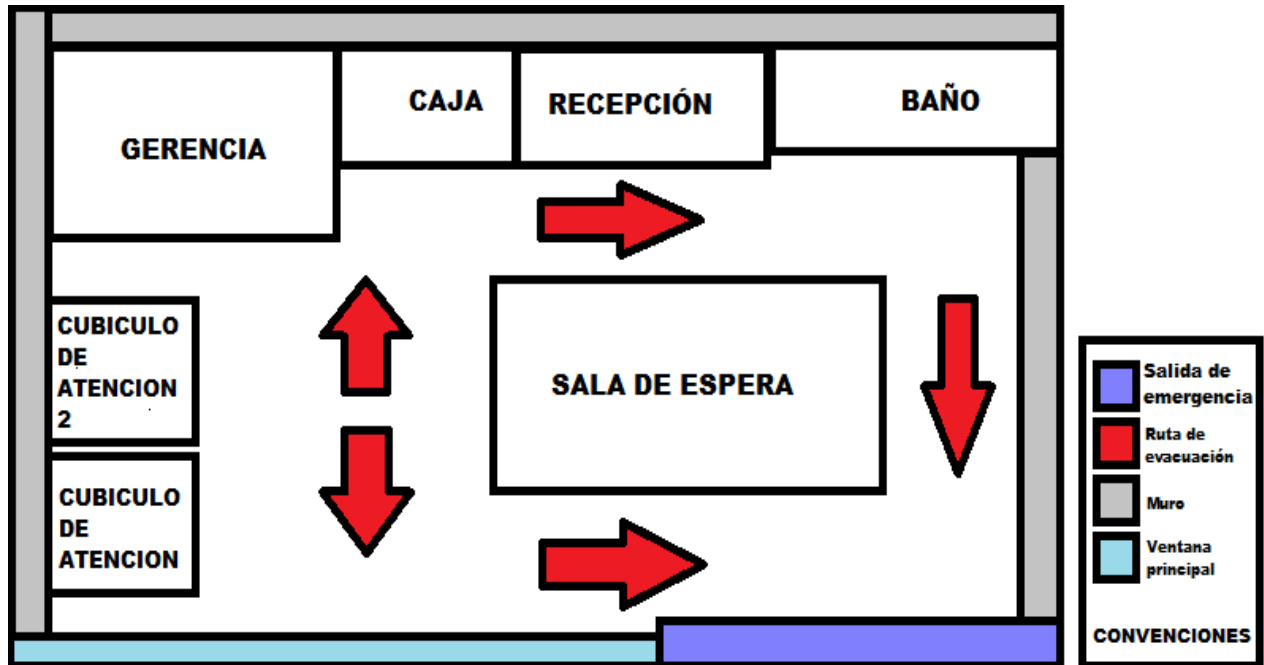
Decoración: La decoración del punto de atención, será una decoración sobria y sencilla, en la que predominen imágenes de los lugares emblemáticos del Departamento, los principales atractivos turísticos de la región y la publicidad, todo esto sumado a paredes de un solo tono en color blanco y mobiliario de tono gris o blanco, con el objetivo de brindar frescura y sutileza al espacio. Esta decoración para la oficina de atención al cliente tendrá un costo alrededor de \$10'000.000 la totalidad del espacio.

Parqueaderos: No habrá necesidad de construir parqueaderos debido a que el local estará ubicado en un centro comercial.

5.7 Distribución de planta

Dadas las condiciones del local mencionado, a continuación, se muestra la distribución de la oficina, el lugar donde estará ubicada la oficina es un centro comercial el cual dispone de zona de comidas y baños para uso de los clientes.

Figura 19 Distribución del punto de atención



Fuente: Elaboración Propia

6 Objetivo Específico Número 3: Estudio Administrativo

El estudio administrativo corresponde a ser el análisis de las condiciones legales y organizacionales de la empresa, desde donde se dejará por sentado la ruta de consolidación jurídica, organizacional para la creación y sostenimiento de la misma. El presente estudio administrativo corresponde a ser la ruta mediante la cual se sentarán los objetivos y dinámicas de desarrollo de la empresa dejando en claro el ámbito jurídico con el cual se respaldará la actividad de operación turística de TURYS TRAVEL.

6.1 Modelo administrativo

El modelo administrativo corresponde al centro de administración de la empresa, desde éste ámbito es posible establecer las generalidades desde donde parte el funcionamiento y organización de la misma. TURYTRAVEL, será consolidada a partir de un modelo administrativo de enfoque Organizacional, a continuación, se detalla el desarrollo del mencionado modelo.

6.1.1 Cultura Organizacional

La cultura organizacional responde a ser el conjunto de normas e instituciones que rigen una empresa, para lo cual es necesario consolidar una serie de principios que robustezcan las bases de su planeación, dirección y operatividad con el fin de obtener los resultados deseados. Siguiendo esta idea, se establece que TURYTRAVEL, deberá contar con una cultura organizacional que le permita establecer no solo un ambiente de trabajo sano, sino que además le permita proyectarse como una empresa, seria, responsable y de los más altos índices de calidad en la prestación de sus servicios.

6.1.1.1 Misión:

Proporcionar las mejores y más innovadoras opciones de entretenimiento a partir de la venta de servicios que bajo los conceptos de calidad, innovación, economía, y servicio al cliente proporcionen una experiencia de compra única en el mercado turístico.

6.1.1.2 Visión:

Ser reconocidos en los próximos dos años como líderes en el mercado turístico como proveedores de un servicio de calidad e innovación que satisfaga las necesidades de entretenimiento, comodidad, recreación y economía permitiendo complacer las exigencias de cada cliente.

6.1.1.3 Objetivos del negocio

- A partir del suministro de servicios turísticos en el municipio de Aguachica Cesar, se pretende consolidar un portafolio de servicios que ofrezcan diferentes e innovadoras opciones de practicar, el turismo en el municipio y sus alrededores, aprovechando las condiciones físicas, ambientales y geográficas de la zona, todo esto a partir del concepto de alta calidad, innovación y acercamiento, entre cliente - empresa, fortaleciendo de esta manera la economía de la región.

6.1.2 Recursos Humanos

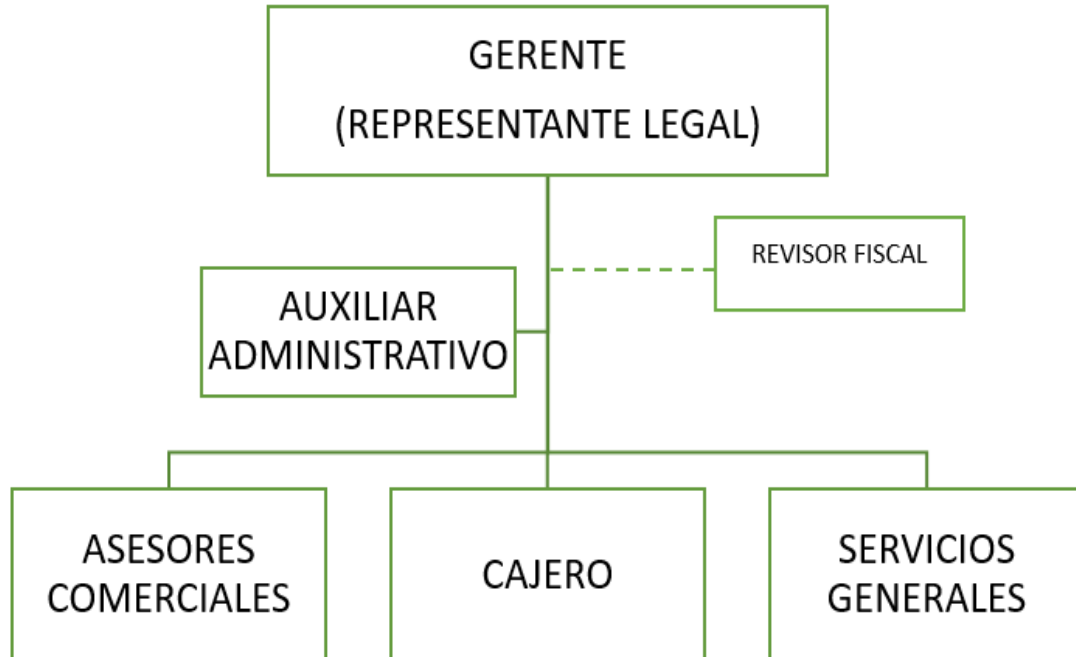
Para entender el ámbito de recursos humanos de la empresa ha sido necesario crear un organigrama que va a permitir identificar la departamentalización funcional de la empresa, esto va a permitir que cada uno de los objetivos propuestos sean desarrollados por cada uno de los funcionarios, teniendo claras cada una de sus funciones, entregando resultados óptimos, durante la operación de la Operadora Turística. El organigrama propuesto, irá de la mano con la misión empresarial y la visión.

Dicho lo anterior, se entiende que los recursos humanos, mobiliario, equipos, materiales y el ámbito financiero, se consolidan como la base estructural de la formación de un fondo de recursos, sobre el cual cada departamento especializado actúa en beneficio del desarrollo de la empresa.

A partir de lo anterior, se identifica que la prestación de servicios como operador turístico, pretende desarrollar todas las estrategias que permitan proveer de servicios de alta calidad y con gran ajuste a la economía de sus potenciales clientes por lo que resulta necesario contar con un recurso humano que se centre en el cumplimiento de sus responsabilidades en pro del desarrollo de la empresa y la contribución de esta a la sociedad.

Dicho lo anterior, a continuación se expone el organigrama de la empresa TURYTRAVEL .

Figura 20 Organigrama de TURYTRAVEL



Fuente: Elaboración propia

6.1.3 Manual de Funciones

El manual de funciones condensa las diversas actividades que debe desarrollar cada integrante del equipo de trabajo, bajo estas mismas funciones se realiza la búsqueda y contratación del personal en cuestión.

6.1.3.1 Área Directiva

Tabla 9 Gerencia

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		GERENTE
FINALIDAD DEL CARGO	Planear y dar seguimiento a la estrategia financiera de la empresa con el fin de que se logre tener un flujo constante de dinero, analizando permanente los rendimientos de las operaciones y proponiendo acciones necesarias a fin de cumplir con los objetivos estratégicos de la empresa. Garantizar el buen funcionamiento administrativo de la oficina y óptimo estado de las instalaciones físicas de la empresa.	
FUNCIONES	Responsable de los procesos de Contabilidad, Talento Humano, Costos, Calidad y servicios administrativos.	
REQUERIMIENTOS	Profesional en finanzas, economía, administración de empresas, ingeniería industrial; preferible con especialización en finanzas, con las siguientes competencias. Pensamiento Estratégico Liderazgo Negociación Régimen Cambiario Atención al detalle Orientación al cliente	

Fuente: Elaboración propia

6.1.3.2 Área Administrativa

Tabla 10 Subgerencia y Revisor Fiscal

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	SUBGERENTE
FINALIDAD DEL CARGO	Estará a cargo de asesores comerciales, y se asegurará del correcto cumplimiento de las funciones comerciales y organizacionales de la empresa.
FUNCIONES	Sus funciones principales son: Responder administrativamente (organización de malla horaria, responsabilidad y control del inventario, organización documental) y trabajar en equipo para el cumplimiento de meta de venta de la operadora turística, que se sigan los procesos establecidos por la empresa y se llegue a la superación de la meta de venta y en calidad.
REQUERIMIENTOS	Profesional en administración de empresas, Negocios, Contaduría, con las siguientes competencias: Contaduría Administración Atención Al Cliente Fluidez

Fuente: Elaboración propia

Auxiliar Administrativo / Contable

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	AUXILIAR ADMINISTRATIVO / CONTABLE
FINALIDAD DEL CARGO	Estará encargado de brindar atención al cliente en el punto de información, orientando acerca de procesos e información general, apoyará las tareas administrativas y realizará acompañamiento al área de gerencia y subgerencia.
FUNCIONES	1. Asistencia a la gerencia. 2. Cronograma: Responder íntegramente por que todos los empleados y jefes de la empresa cumplan sus funciones. 3. Elaboración de documentos. Asumir las típicas funciones secretariales de la gerencia, cuidando de una perfecta ortografía, orden y presentación de documentos. 4. Dictados y lectura de documentos: el gerente y subgerente acostumbra a hacer dictados, los cuales deben ser tomados directamente en el computador o a mano según el caso. 5. Relaciones públicas y etiqueta. Acompañar a la gerencia y subgerencia a reuniones sociales o empresariales, cuidando en todo tiempo de su perfecta presentación personal, 6. Agenda: se debe llevar la agenda de la gerencia y subgerencia según indicaciones 7. Recepción de llamadas. 8. Servicio al cliente. Ejercer todas las actividades inherentes a la administración y al servicio al cliente (atención al cliente interno y externo) de la empresa. 9. Realizar las típicas funciones de elaboración de cotizaciones, manejo del mensajero, manejo de cartera, realización de actas, elaboración de presentaciones corporativas, compra de insumos, faltantes.

	10. Administración de archivo: radicación de documentos y de la organización de la correspondencia recibida y enviada. 13. Contactos: mantener actualizado el Outlook, archivos telefónicos de contactos de las empresas y pedir las tarjetas de presentación que recopilen. 14. Digitalización de documentos.
REQUERIMIENTOS	Técnico / tecnólogo o estudiante de sexto semestre de áreas afines a la administración de empresas y/o contabilidad. Debe contar con las siguientes competencias: Inteligente, activo, autónomo, con liderazgo, autoridad, lealtad, discreto, paciente, sistemático, con compromiso, buena actitud de servicio y con buena capacidad para coordinar actividades. Manejo de office y plataformas de pagos y mensajería electrónica avanzados.

Fuente: Elaboración propia

6.1.3.3 Área Operacional

Tabla 11 Cajero

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO CAJERO	
FINALIDAD DEL CARGO	Atención al cliente y manejo de caja, emisión de facturación.
FUNCIONES	Manejo de caja y emisión de facturas de compra y contratación de los servicios turísticos.
REQUERIMIENTOS	Bachilleres, técnicos o tecnólogos de carreras administrativas, con experiencia mínima de un año manejando altas sumas de dinero, persona empática con buen servicio al cliente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12 Asesor comercial

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		ASESOR COMERCIAL
FINALIDAD DEL CARGO		Atención al cliente de forma presencial y telefónica, para fortalecer sus unidades de negocio y comprometerse con la calidad en la prestación de servicios.
FUNCIONES		- Atención telefónica y correos electrónicos a las agencias de viajes, free-lance y cuentas corporativas. - Realizar reservas y emisiones de tiquetes en los destinos de acuerdo a los requerimientos de los clientes. - Cumplir con las demás actividades que sus superiores jerárquicos competentes le asignen de manera particular o específica y que sean conexas o complementarias en relación con el cargo desempeñado.
REQUERIMIENTOS		Tecnólogo / profesional o su equivalente en experiencia en el área comercial, con excelente imagen y manejo de relaciones públicas, líder proactiva.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13 Servicios Generales

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO OPERARIO DE SERVICIOS GENERALES	
FINALIDAD DEL CARGO	Velar por el aseo y orden del área que comprende la sede de servicios.
FUNCIONES	Limpieza y desinfección de todo el área de atención y oficinas, servicios de cafetería.
REQUERIMIENTOS	Bachiller con mínimo un año de experiencia en el cargo de servicios generales, dónde haya hecho labores de aseo y limpieza de oficinas, lavado y desinfección de baños, manejo de cafetería, atención a reuniones.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14 Vigilancia

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		VIGILANTE
FINALIDAD DEL CARGO		Prestación de servicios de seguridad y acompañamiento en el punto de atención de la empresa
FUNCIONES		Brindar servicio de seguridad en el ingreso de las instalaciones y su interior
REQUERIMIENTOS		- Experiencia mínimo de 1 año en el área preferiblemente en el sector hoteles. -Bachiller - Formación (cursos) referente al área

Fuente: Elaboración propia

6.1.3.4 Jornada Laboral

La jornada laboral de los empleados en la sede de atención será de ocho (08) horas laborales diarias. La apertura para atención al público será de 8:00 AM – 12:00 PM; 12:00 PM a 1:00 PM horario de almuerzo de empleados; y 1:00 PM a 5:00 PM dejando espacios de 15 minutos en la mañana y en la tarde para reducir cargas de estrés laboral.

6.1.3.5 Estrategias de Reclutamiento

Para la selección e incorporación del personal administrativo se tendrán en cuenta a los socios, pues estos serán quienes ocupen los cargos directivos de la empresa, por su parte

en la selección y contratación del auxiliar administrativo, se emplearán procesos idóneos del área de recursos humanos: Solicitud de personal a través de bolsas de empleo y anuncios en redes, recepción de hojas de vida, selección de posibles candidatos y programación de entrevistas.

Para el área operativa se tendrán en cuenta perfiles de vendedores enfocados en el servicio al cliente, jóvenes con educación en áreas administrativas y de marketing, manejo de idiomas y programas computacionales. Para esta selección se llevará a cabo el mismo proceso descrito en la selección del auxiliar administrativo. Finalmente, para la selección de personal de limpieza y vigilancia se acudirá a bolsas de empleo o temporales que se encargan del proceso de selección y contratación de este personal, pues su contrato estará directamente con la temporal.

6.1.3.6 Contratación y Salarios

- El área administrativa y operativa (exceptuando servicios generales y vigilancia) pactará un contrato a término indefinido con cláusulas que permitan en algún momento dado que cualquiera de las partes decida terminar el contrato, cumpliendo a cabalidad con todas las prestaciones de ley.
- El personal encargado de la vigilancia y servicios generales se contratará por medio de una empresa de servicios temporales.

Esta dinámica de contratación permitirá una reducción de costos laborales garantizando competitividad y experiencia en las funciones requeridas, no obstante, también brinda a los empleados tener la seguridad de contar con un contrato que les beneficia y corresponde al trabajo que cada uno desempeña, siendo esto una motivación para el desarrollo de un excelente trabajo.

A continuación, se presenta una tabla de salarios, no sin antes destacar que los costos administrativos de personal se explican en detalle en el estado financiero.

Tabla 15 Asignaciones salariales aproximadas Área administrativa

GERENTE	2'500.000 – 3'000.000
SUBGERENTE	2'000.000 – 2'500.000
AUXILIAR ADMINISTRATIVO	908.526

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16 Asignaciones salariales aproximadas Área Operativa

CAJERO	908.526 (SMMLV) + Comisiones
ASESOR COMERCIAL	800.000(SMMLV) + Comisiones

Fuente: Elaboración Propia

6.1.3.7 Capacitación

Con el objetivo de brindar un excelente servicio por parte de TURYTRAVEL, los empleados recibirán capacitación sobre el servicio y las políticas por las que se rige la empresa. Esta capacitación estará dirigida por los directivos de la empresa como creadores del proyecto, y se enfatizará en los puntos críticos que llevarán al éxito la empresa, siendo estos el servicio al cliente, satisfacción, calidad y cercanía con el cliente.

6.1.4 Aspectos institucionales, legales y jurídicos.

Los aspectos institucionales, legales jurídicos hacen referencia a la normativa y formalidades de aspecto legal, mediante los cuales se va a llevar a cabo el proceso de creación y vigilancia de las operaciones realizadas por la empresa.

6.1.4.1 Políticas sectoriales del gobierno

6.1.4.1.1 Política de infraestructura turística:

Esta política tiene como objetivo robustecer los procesos de formulación, planeación, gestión, evaluación y seguimiento de proyectos para desarrollo sostenible de una infraestructura turística que sea coherente con las necesidades de los territorios y poblaciones locales, promoviendo la consolidación de instituciones que fomentan la infraestructura estratégica del país.

6.1.4.1.2 Política de turismo sostenible:

La política de turismo sostenible titulada “Unidos por la naturaleza” busca posicionar la sostenibilidad como el pilar central en el desarrollo del turismo del país, como elemento característico de la competitividad de los negocios para un desarrollo social y cultural local.

6.1.4.1.3 Política de mercadeo y promoción turística de Colombia:

Esta política pública titulada “Colombia destino turístico de clase mundial” presenta una amplia propuesta para incentivar la competitividad, el mercadeo, la promoción y la seguridad turística, de igual forma se hace promoción al turismo social, la vinculación del turismo y las artesanías, la formación y capacitación en turismo de diferentes instituciones del sector para robustecer su actividad económica y generar importantes cambios a nivel nacional.

6.1.4.1.4 Política de turismo cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio:

Esta política pública Pretende fomentar el desarrollo del turismo cultural en Colombia e incentivar a extranjeros, nacionales a conocer y apropiarse las costumbres y el patrimonio material e inmaterial del país. Con esto se garantiza el alcance de cubrir las necesidades y generar beneficio a las comunidades garantizando la sostenibilidad de los sectores que componen este tipo de turismo.

6.1.4.1.5 Política de turismo de naturaleza:

Esta política pública busca orientar el trabajo de los actores de la cadena de valor del turismo nacional, basado en el ecoturismo, avistamiento de aves, avistamiento de ballenas, turismo de aventura, buceo y turismo rural. Con esto, se pretende alcanzar el desarrollo competitivo del producto turístico de naturaleza en Colombia.

6.1.4.1.6 Política para el desarrollo del ecoturismo:

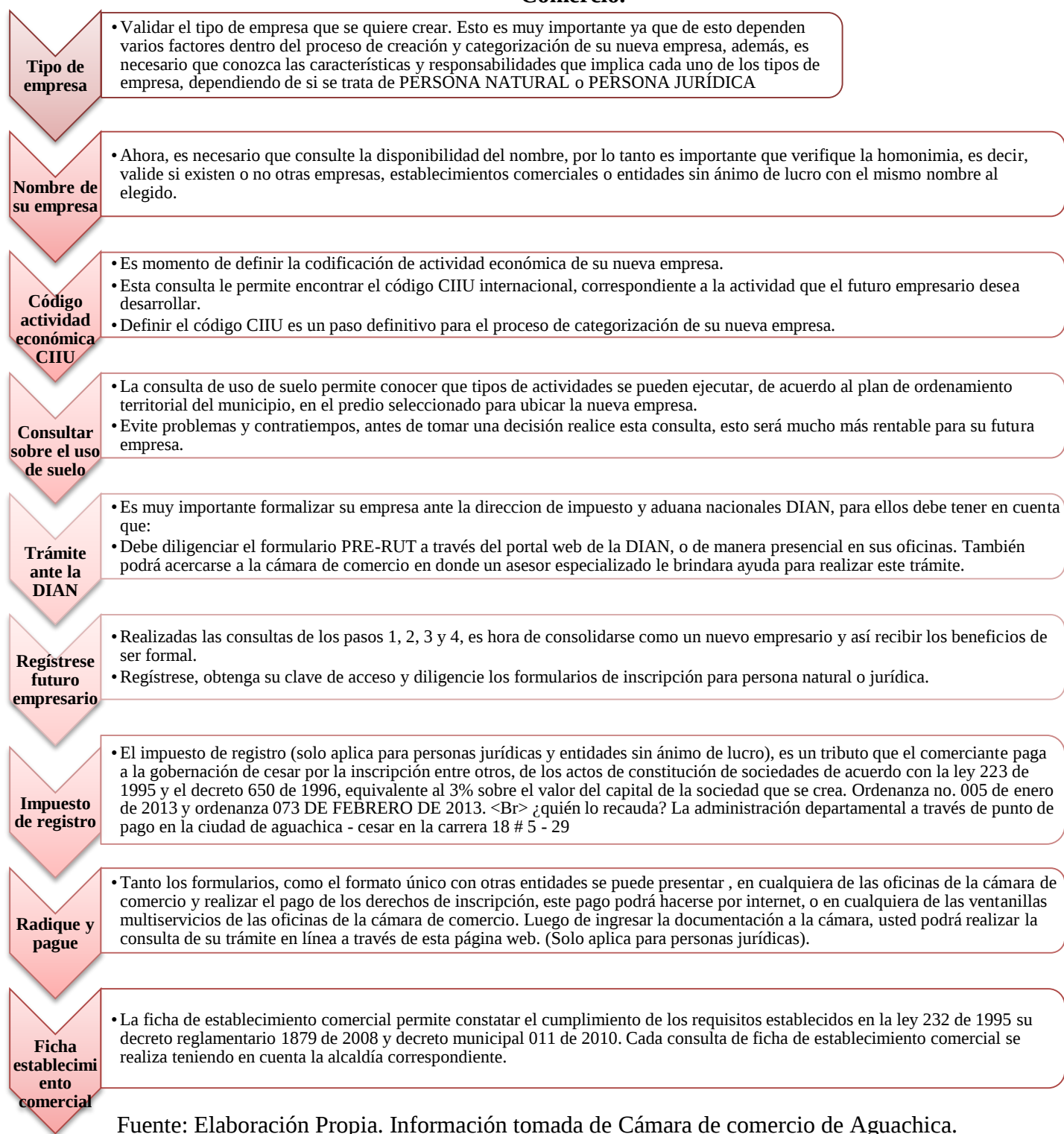
Conforme las dinámicas del ecoturismo se han posicionado como una de las tendencias más importantes de la gobernabilidad, nace esta política pública como una propuesta que pretende fortalecer y diversificar la actividad ecoturística, de tal manera que las regiones del país puedan ofrecer productos competitivos, sostenibles ambiental, social, económica y culturalmente, que deriven beneficios para la comunidad receptora y la integren de manera productiva en su prestación de servicios turísticos.

6.1.5 Constitución y formalización.

La constitución y formalización de la empresa TURYTRAVEL, deberá cumplir con los fundamentos principales establecidos por la Cámara de comercio.

A continuación, se expone el proceso que debe seguirse para la creación de la empresa de turismo que cumpla con la normativa vigente desde el área comercial.

Figura 21 Pasos para la creación de empresa en Aguachica con Cámara de Comercio.



Fuente: Elaboración Propia. Información tomada de Cámara de comercio de Aguachica.

(2021)

6.1.6 Definiciones de la naturaleza Jurídica.

La empresa TURYTRAVEL, será una sociedad comercial de responsabilidad Limitada, en este caso TURYTRAVEL LTDA. Se define este tipo de sociedad dadas las condiciones de su creación, es decir la cantidad de socios que conforman la asociación y las responsabilidades en el monto de los aportes.

A continuación, se evidencia la constitución de la naturaleza jurídica.

Tabla 17 Constitución de la naturaleza jurídica

ACTO	Constitución de sociedad Limitada (LTDA)
RAZÓN SOCIAL	TURYTRAVEL Ltda.
REPRESENTANTE LEGAL	Kelly Yuleidy Prada Luna
SOCIOS	Prada Luna Kelly Yuleidy CC. 1.065.917.539 Sedano Vargas Martha Viviana CC. 49.673.281
RESPONSABILIDAD DE APORTES	Prada Luna Kelly Yuleidy 50% Sedano Vargas Martha Viviana 50%
DOMICILIO	Municipio de Aguachica Cesar, en la zona centro del municipio en un local comercial ubicado en Montecarmelo Plaza, ubicado en la Calle 5 #14 - 01
OBJETO SOCIAL	Agencia de viajes y operadora turística

Fuente: Elaboración propia

7 Objetivo Especifico 4: Desarrollar el estudio financiero.

7.1 Inversiones.

Tal como se mencionó en los capítulos anteriores, el proyecto que pretende la consolidación de la operadora turística TURYTRAVEL, es el punto inicial que le permite a la empresa y sus miembros, conseguir los recursos necesarios para consolidar nuevos proyectos, para dar continuidad de los mismos una vez consolidados. Es necesario comprender que cada proyecto debe satisfacer las diferentes necesidades del mercado en el sector turismo.

Con las utilidades acumuladas que genera TURYTRAVEL y con recursos financieros, se estima la necesidad de realizar una inversión que, a partir del comportamiento de la demanda durante el tiempo transcurrido desde el inicio de operaciones de la empresa, permita decidir la continuidad del proyecto teniendo extensiones incluso en otros municipios del Departamento del Cesar, o incluso desarrollar un nuevo proyecto que complemente las actividades realizadas por la operadora turística.

7.1.1 Inversión fija.

La inversión fija corresponde a los valores de las adquisiciones que deben hacer los socios para la consolidación de la empresa tanto a nivel físico como el operativo.

7.1.1.1 Activos fijos (PPE)

Teniendo en cuenta que para la producción se necesitan la compra de insumos para la instalación de equipos, en la que se plantea sea la sede de trabajo. En la siguiente tabla se observa el concepto, su valor unitario y valor total.

A continuación, se muestran las tablas en donde se relacionan los diferentes activos que son necesarios para el montaje inicial de la operadora turística TURYTRAVEL.

ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio en L	2	\$322,900	\$ 645,800
Archivadores de pared	3	\$389,900	\$ 1,169,700
Archivador de cajones	2	\$332,900	\$ 665,800
Sillas de Gerencia	2	\$258,900	\$ 517,800
Sillas Giratorias	4	\$149,900	\$ 599,600
Sillas sencillas acolchadas individuales	4	\$170,000	\$ 680,000
Silletería lineal para sala de espera x4 puestos	2	\$385,999	\$ 771,998
Mostrador para recepción	1	\$950,000	\$ 950,000
Cubículo de oficina	2	\$200,000	\$ 400,000
Kits de oficina	6	\$ 65,520	\$ 393,120
Computador All In One LENOVO 23,8 " Pulgadas AIO 3 Intel Core i3 4GB RAM Disco Duro 1TB color Negro	5	\$1,815,000	\$ 9,075,000
Impresora HP 1000w Neverstop Laser Blanco	2	\$799,000	\$ 1,598,000
Cajón Monedero Rieles Metálicos Sistema Pos Billetes Dinero	1	\$218,000	\$ 218,000
Impresora Térmica Pos 80mm De Alta Velocidad Con Cortadora	1	\$299,000	\$ 299,000
Datafono Minipro RedeBan	1	\$299,000	\$ 299,000
Máquina Para Contar Billetes Con Detector De Billetes Falsos	1	\$370,000	\$ 370,000
TOTAL	39	\$7,026,019	\$ 16,837,318.00

Fuente: Elaboración Propia

7.1.1.2 Intangibles

En los medios intangibles se integran los programas que son necesarios para el buen funcionamiento de la empresa. En la siguiente tabla se observan los conceptos y los valores.

Tabla 18 Activos Intangibles

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Software ALEGRA	1	\$ 1,080,000.00	\$ 1,080,000.00
Microsoft Office	5	\$ 47,500.00	\$ 237,500.00
Total	6	\$ 1,127,500.00	\$ 1,317,500.00

Fuente: Elaboración Propia

7.1.2 Inversión total.

Con respecto a la inversión total, el capital que requiere la empresa para su funcionamiento inicial está estimado en un total de \$27.000.000 el cual debe ser cubierto por sus asociados desde diferentes fuentes de financiación, pues se tendrán en cuenta tanto los recursos propios como el acceso a soluciones financieras que permitan generar solvencia y cobertura de las necesidades básicas para el inicio de operaciones de la operadora turística.

Dentro de esta inversión total, se contabilizan gastos para la adquisición de activos y patrimonio de la empresa, gastos referentes al sostenimiento administrativo y operativo de la sede de trabajo y como tal sus actividades.

7.2 Fuentes de financiación.

La totalidad de la inversión estaría dividida en dos cantidades: \$10'000.000 que serán obtenidos a partir de los aportes que pagarán los socios para constituir la sociedad, por otro lado, se solicitará un préstamo por valor de \$17.000.000 al banco Bancolombia en la

línea de crédito Findeter² el cual ofrece suplir necesidades de financiación en temas de infraestructura del sector turístico.

A continuación, se detalla la línea de crédito seleccionada.

Tabla 19 Generalidades de la línea crédito FINDETER Banco BANCOLOMBIA

BANCO	BANCOLOMBIA
LINEA DE CREDITO	Crédito Findeter Es un crédito de redescuento y su principal objetivo es suplir necesidades de financiación en temas de infraestructura de sectores, tales como: Educación, salud, turismo, transporte, acueducto, alcantarillado y saneamiento fiscal.
CARACTERISTICAS	• Las amortizaciones a intereses y capital se realizan en forma mensual, trimestral, semestral y anual. • El monto mínimo es de \$1.000.000 y el máximo depende de la capacidad de endeudamiento. • Las tasas de redescuento están divididas entre el sector público y sector privado y, a su vez, entre los grupos 1 y 2. • Este producto se ofrece a dos sectores, al grupo 1 (salud y educación) y al grupo 2 (servicios públicos, vivienda, transporte, turismo, energético, cadenas productivas, comunicaciones, maquinaria y equipo, entre otros). • Plazos desde 1 hasta 180 meses (hasta 5 años para los créditos de capital de trabajo y hasta 15 para los de inversión). • Tasa variable indexada DTF e IPC y únicamente en moneda legal (pesos). • Este producto está dirigido a personas naturales y jurídicas de los sectores público y privado.

² Crédito Findeter. Es un crédito de redescuento y su principal objetivo es suplir necesidades de financiación en temas de infraestructura de sectores, tales como: educación, salud, turismo, transporte, acueducto, alcantarillado y saneamiento fiscal. Este producto es ofrecido por Bancolombia S.A. Establecimiento Bancario.

	• Cargos tributarios: las operaciones de Redescuento, Descuento y Factoring están exentas. Sin embargo, el desembolso debe efectuarse en una cuenta de ahorro, corriente o de depósito en el Banco de la República, o mediante expedición de cheque con cruce y con la leyenda "para consignar en la cuenta corriente o de ahorros del primer beneficiario"						
BENEFICIOS	• Estudio de crédito sin costo. • Agilidad y conocimiento en el estudio, aprobación y desembolso. • Pago automático con débito a la cuenta de ahorros o corriente. • El plazo, amortización y periodos de gracia, se definen de acuerdo al flujo de caja del negocio y de lo que necesites financiar. Va dirigido normalmente a personas naturales y jurídicas de carácter público y privado que pertenezcan: • Entidades territoriales y sus descentralizados • Asociaciones de municipios y áreas metropolitanas • Entidades públicas del orden nacional • Patrimonios autónomos						
PLANES	• Findeter DTF • Findeter IPC						
TASAS	<table border="1"> <tr> <th colspan="2">Tasas expresadas en términos E.A</th></tr> <tr> <td>Sector público y privado Grupo 1</td><td>Entre DTF + 3.5% TA y DTF + 18% TA</td></tr> <tr> <td>Sector privado Grupo 2</td><td>Entre DTF + 4% TA y DTF + 20% TA</td></tr> </table> Las tasas de Findeter, se expresan en T.A, debido a que las de Redescuento son expresadas de esta manera.	Tasas expresadas en términos E.A		Sector público y privado Grupo 1	Entre DTF + 3.5% TA y DTF + 18% TA	Sector privado Grupo 2	Entre DTF + 4% TA y DTF + 20% TA
Tasas expresadas en términos E.A							
Sector público y privado Grupo 1	Entre DTF + 3.5% TA y DTF + 18% TA						
Sector privado Grupo 2	Entre DTF + 4% TA y DTF + 20% TA						

Fuente: Información tomada de portal web BANCOLOMBIA, elaboración propia.

7.2.1 Gastos proyectados.

Teniendo en cuenta que los costos por mes corresponden a \$10.000.098 en los cuales se da el pago del local, los activos fijos y servicios que son necesario para el buen funcionamiento del local.

Se estima que, para el funcionamiento de la empresa en cuanto a sus costos fijos, se debe obtener un total de \$ 10.000.098 mientras que los costos variables que hacen referencia a Comisiones y proveedores externos un total de \$300.000

7.2.1.1 Costos fijos

Los valores correspondientes a los costos fijos, hacen referencia aquellos que permanecerán constantes durante un periodo de tiempo, en estos valores no se tienen en cuenta ingresos ni volúmenes de ventas, en estos costos se encuentran aquellos referentes al sostenimiento de la planta o punto físico, nominas, y demás depreciaciones.

A continuación, se identifican los costos fijos a tener en cuenta para la consolidación de la Operadora turística TUR Y TRAVEL.

Tabla 20 Costos Fijos

Publicidad	\$465.000			
Papelería	\$350.000			
Arriendo	\$500.000			
Servicios públicos	\$450.000	Prestaciones de ley		
Gerente	\$3.000.000	\$240.000	\$2.760.000	
Subgerente	\$2.500.000	\$160.000	\$1.840.000	
Auxiliar Administrativo	\$981.208	\$72.682	\$908.526	
Cajero	\$981.208	\$72.682	\$908.526	
Asesor Comercial	872.682	\$72.682	\$872.682	
TOTAL	\$10.000.098			

Fuente: Elaboración Propia

7.2.1.2 Costos variables

Como costos variables se entienden aquellos valores que presentan cambios de acuerdo con el flujo de ventas, en este caso los salarios del personal que comisiona a partir

de las ventas realizadas, los costos generados por concepto de descuentos de nómina y novedades que se presenten durante el periodo laboral. Estos se evidencian a continuación.

Tabla 21 Costos variables generales

COSTO VARIABLE			\$ 300.000
DESCRIPCIÓN	VALOR	CANTIDAD	IMPORTE
comisiones	\$ 150.000	2	\$ 300.000

Fuente: Elaboración Propia

7.2.2 Gastos de Nomina

En cuanto a los gastos administrativos se tiene previsto un total de \$ 8,417,578 que corresponden a los sueldos de las personas que trabajarían dentro de la empresa, estos en los cargos de cajero y asesor comercial, están sujetos a cambio por que puede incrementar por comisión de ventas. En la siguiente tabla se discrimina los valores.

Tabla 22 Gastos de Nómina / Salarios Básicos

Gerente	\$	\$2,800,000	\$	\$3,000,000
Subgerente	\$	\$1,800,000	\$	\$2,500,000
Auxiliar Administrativo	\$	\$908,526	\$	\$972,526
Auxiliar Contable	\$	\$908,526	\$	\$972,526
Asesor Comercial	\$	\$908,526	\$	\$972,526
Total	\$	\$7,325,578	\$	\$8,417,578

Fuente: Elaboración Propia

7.2.2.1 Primas – Vacaciones - Cesantías – Intereses de Cesantías

Se evidencia que la legislación laboral colombiana, contempla la cobertura de una serie de pagos correspondientes a las prestaciones sociales otorgadas a los trabajadores vinculados a las empresas a través de un contrato de trabajo. La Corte Suprema de Justicia

referencia las prestaciones sociales como el pago que debe hacer el empleador a su empleado, bien sea en dinero, especie, servicios u otros beneficios por ley o por acuerdo en el contrato de trabajo, diferenciando estos del salario e indemnizaciones por las labores completadas.

A continuación, se evidencian las prestaciones legales tenidas en cuenta para cada uno de los cargos que operan en la empresa.

Tabla 23 Prestaciones sociales por cargo

GERENTE	
Cesantías	\$1.400.000
Intereses sobre cesantías	\$84.000
Prima primer semestre	\$1.400.000
Prima segundo semestre	\$1.500.000
Vacaciones	\$700.000
TOTAL	\$5.084.000
SUBGERENTE	
Cesantías	\$900.000
Intereses sobre cesantías	\$54.000
Prima primer semestre	\$900.000
Prima segundo semestre	\$1000.000
Vacaciones	\$450.000
TOTAL	\$3.304.000
ASESORES Y CAJERO	
Cesantías	\$507.490
Intereses sobre cesantías	\$30.449
Prima primer semestre	\$400.000
Prima segundo semestre	\$500.000
Vacaciones	\$227.132
TOTAL	\$1.665.071
AUXILIAR ADMINISTRATIVO	
Cesantías	\$507.490
Intereses sobre cesantías	\$30.449
prima primer semestre	\$400.000
90Prima segundo semestre	\$500.000

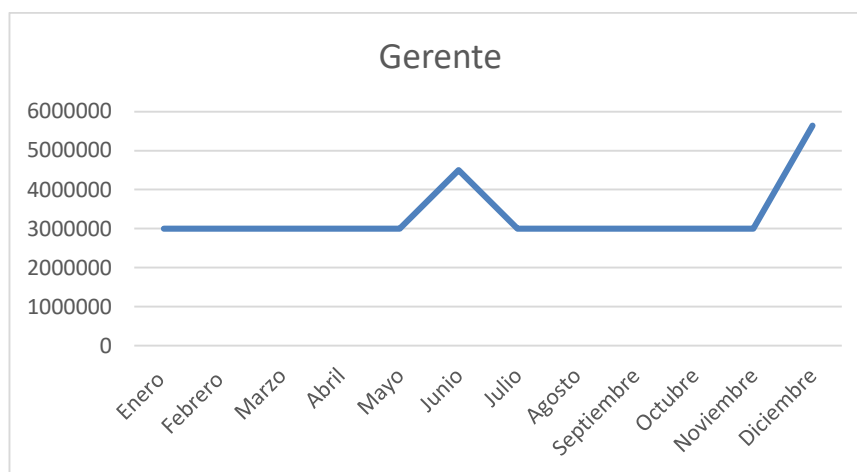
Vacaciones	\$227.132
TOTAL	\$1.665.071

Fuente: Elaboración Propia

7.2.3 Proyección Gastos

Al tener en cuenta que uno de los gastos más altos que se tendrá está relacionado con los sueldos y a su vez estos se dividen por categoría, en las siguientes tablas se hace la proyección sumando primas y vacaciones más sueldo.

Figura 22 Gastos de Gerencia

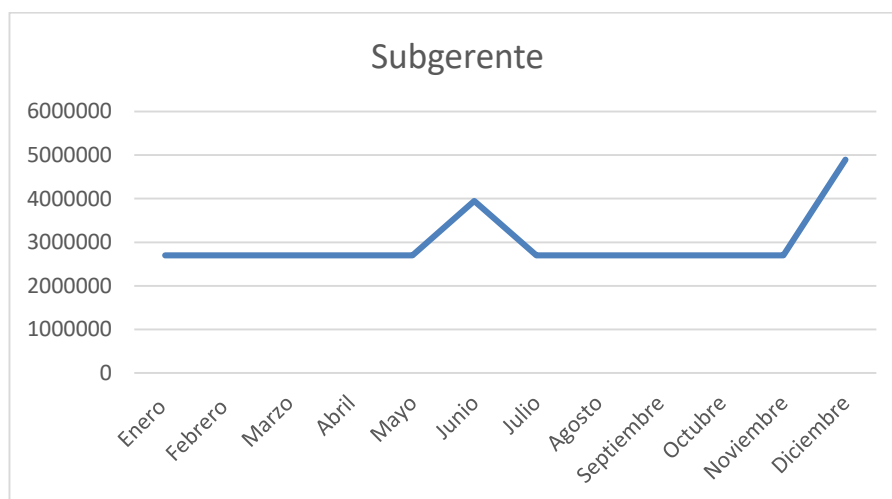


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 24 Proyeccion anual de gastos de Gerencia

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Nov	Dic
2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	3.584.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	3.684.000

Fuente: Elaboración Propia

Figura 23 Proyección anual de gastos de Subgerente

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25 Proyección anual de gastos de Subgerente

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	3.304.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	3.404.000

Fuente: Elaboración Propia

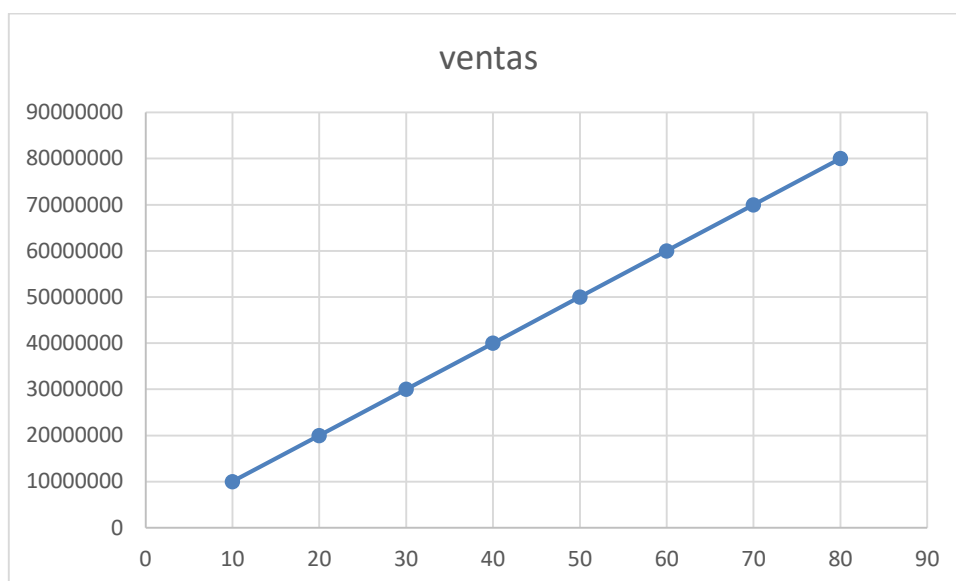
En el caso de los asesores y de la persona encargada de la caja la proyección no se puede realizar de manera exacta ya que estos empleos están guiados por comisiones de ventas que pueden generar una variabilidad de los datos y en general no se encuentra estimada.

7.3 PROYECCIÓN DE VENTAS Y DE INGRESOS

Los ingresos operacionales pueden variar de acuerdo a las condiciones de venta, al ser un insumo que varía en su precio de acuerdo a los destinos, condiciones de hospedaje y planes en general, no se puede realizar un estimado de acción o de venta. Sin embargo, se puede proponer un tope mínimo de ventas, al tener 2 asesores de ventas dentro de la empresa se podría gestionar que cada uno tenga un mínimo de venta de \$5.000.000.

Teniendo en cuenta un estimado de venta de paquetes de \$1.000.000, el estimado por número de paquete es el siguiente, de igual forma se evidencian las ganancias o ingresos que se obtendrían por cada venta.

Figura 24 Ingreso por Ventas



Fuente: Elaboracion propia

7.4 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.

Tabla 26 Flujo de caja libre del proyecto

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA TURYS TRAVEL LTDA											
EXPRESADO EN PESOS											
ACTIVO	2021	2022	S/.	%	Indice	PASIVO Y PATRIMONIO	2021	2022	S/.	%	Indice
ACTIVO CORRIENTE						PASIVO CORRIENTE					
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	20.000.000,00	35.000.000,00	15.000.000,00	75,00%	0,75	OBLIGACIONES FINANCIERAS	12.000.000,00	12.000.000,00	-	0,00%	-
INVERSIONES	39.592.318,00	27.592.318,00	-12.000.000,00	-30,31%	-0,30	BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS	14.201.985,00	8.500.000,00	-5.701.985,00	-40,15%	-0,40
CUENTAS POR COBRAR DIVERSAS - TERCEROS	5.750.000,00	-	-5.750.000,00	-100,00%	-1,00	PROVISIONES	2.943.442,00	1.322.534,00	-1.620.908,00	-55,07%	-0,55
SERVICIOS Y OTROS CONTRATADOS POR ANTICIPADO	6.476.974,00	10.551.281,00	4.074.307,00	62,90%	0,63						
ACTIVOS INTANGIBLES	1.317.500,00	1.317.500,00	-	0,00%	-	Total Pasivo Corriente	29.145.427,00	21.822.534,00	-7.322.893,00	-25,13%	-0,25
			-								
Total Activo Corriente	73.136.792,00	74.461.099,00	1.324.307,00	1,81%	0,02	Total Pasivo	29.145.427,00	21.822.534,00	-7.322.893,00	-25,13%	-0,25
ACTIVO NO CORRIENTE											
INMUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPO	18.154.818,00	19.575.825,00	1.421.007,00	7,83%	0,08	PATRIMONIO NETO					
						CAPITAL	20.000.000,00	25.000.000,00	5.000.000,00	25,00%	0,25
Total Activo No Corriente	18.154.818,00	19.575.825,00	1.421.007,00	7,83%	0,08	UTILIDAD DEL EJERCICIO	42.146.183,00	47.214.390,00	5.068.207,00	12,03%	0,12
						Total Patrimonio Neto	62.146.183,00	72.214.390,00	10.068.207,00	16,20%	0,16
TOTAL ACTIVO	91.291.610,00	94.036.924,00	2.745.314,00	3,01%	0,03	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	91.291.610,00	94.036.924,00	2.745.314,00	3,01%	0,03

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27 Estado de resultado Turytravel

ESTADO DE RESULTADOS TURYTRAVEL LTDA					
CUENTA	Expresado en Pesos		S/.	%	Indice
	2021	2022			
Contribuciones, tasas e Ingresos no Tributarios	2.289.078,00	2.750.000,00	460.922,00	20,14%	0,20
Ventas de paquetes Turísticos	77.305.525,00	76.357.415,00	-948.110,00	-1,23%	-0,01
Transferencias y Subvenciones	5.750.000,00	2.328.500,00	-3.421.500,00	-59,50%	-0,60
Ingresos Diversos	34.655.397,00	44.551.281,00	9.895.884,00	28,56%	0,29
TOTAL INGRESOS	120.000.000,00	125.987.196,00	5.987.196,00	4,99%	0,05
UTILIDAD BRUTA	120.000.000,00	125.987.196,00	5.987.196,00	4,99%	0,05
Gastos de Operación					
Beneficios a Empleados	-13.384.506,00	-12.381.628,00	1.002.878,00	-7,49%	-0,07
Impuestos Contribuciones y Tasas	-1.400.546,00	-778.963,00	621.583,00	-44,38%	-0,44
Otros Gastos	-8.323.771,00	-7.754.980,00	568.791,00	-6,83%	-0,07
Gastos Generales	-54.744.994,00	-57.857.235,00	-3.112.241,00	5,68%	0,06
TOTAL DE GASTOS	-77.853.817,00	-78.772.806,00	-918.989,00	1,18%	-98,83%
UTILIDAD DE OPERACIÓN	42.146.183,00	47.214.390,00	5.068.207,00	12,03%	0,12

Fuente: Elaboración Propia

7.5 Flujo de efectivo proyectado

Teniendo en cuenta que se proyecta iniciar con un total de \$27.000.000 con los cuales se pretende dar la compra de insumos y los gastos fijos y variables rondan entre \$ 10.300.098 se podría estimar que el flujo de caja que se necesita ronda para el primer mes tiene que estar entre \$9.890.942, con esto se tendría la base de pagos, pero de igual forma serviría para mover la caja de la empresa que se repondrá con las ventas que se realicen dentro del mes.

7.6 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.

7.6.1 Punto de Equilibrio

Se determinó el punto de equilibrio con un precio base por paquete de un \$1.000.000, esto puede variar de acuerdo al tipo de paquete, pero se toma como referencia mínima el paquete básico para tener un aproximado de cuantas unidades se debe vender como mínimo para equiparar los costos.

Para esto se tomaron los siguientes datos:

Tabla 28 Punto de Equilibrio DATOS

COSTO FIJO		\$ 23.327.942,00
DESCRIPCIÓN	VALOR	
Hotel	\$ 40.000,00	
póliza	\$ 100.000,00	
comida	\$ 65.000,00	
Tickets	\$ 85.000,00	
Refrigerio	\$ 20.000,00	
TOTAL	\$ 310.000,00	

Fuente: Elaboración propia

Con la siguiente tabla se obtuvo el punto de equilibrio

PRODUCTO	VIAJE
PRECIO UNITARIO	\$ 1.000.000,00

$$\begin{aligned}\text{Paquete de Viaje} &= \text{Valor del Viaje} - \text{Costo del Viaje} \\ &= \text{Ganancia por Viaje}\end{aligned}$$

$$\text{Paquete de Viaje} = 1.000.000 - 310.000 = 690.000 \text{ Ganancia por viaje}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Costo unitario} - \text{costos variables}}$$

$$= \text{Paquetes que se deben vender mensualmente}$$

$$\text{P. E} = \frac{\$10.000.098}{\$1000.000 - 310.000} = 15 \text{ paquetes mensualmente}$$

Ganancia mensual

= Ganancia por Viaje

* Paquetes vendidos mensualmente

= Ganancia mensualmente

$$\text{Ganancia mensual} = \$690.000 * 15$$

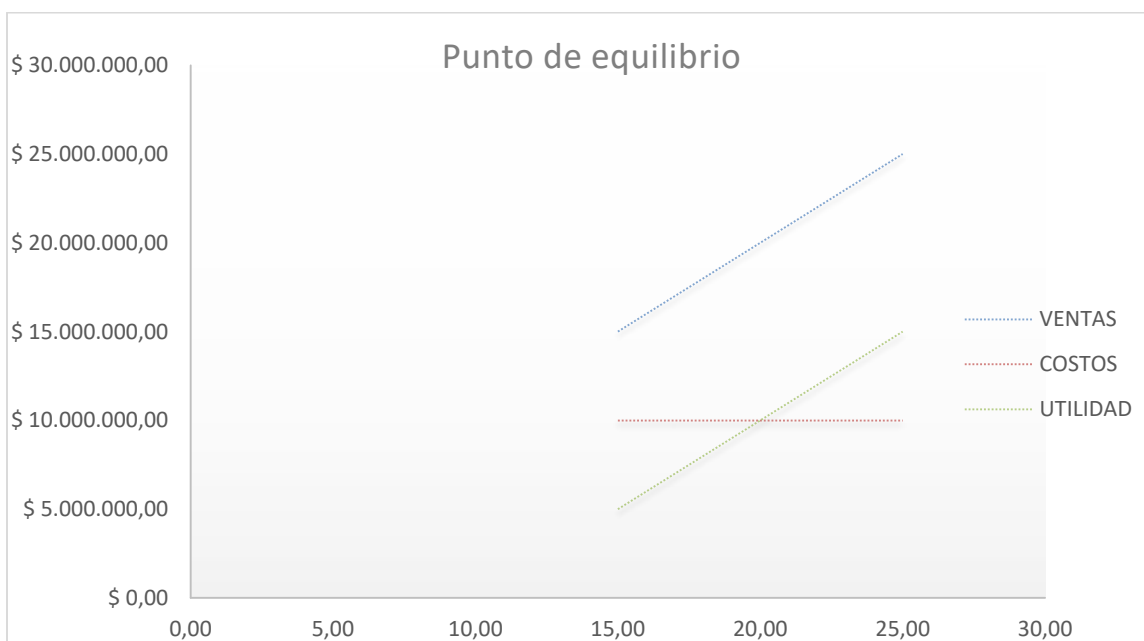
$$= \$10.350.000 \text{ Ganancia mensualmente}$$

Tabla 29 Punto de Equilibrio CALCULO

UNIDADES	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
15,00	\$ 15.000.000	\$ 10.000.098	\$ 4.999.902
20,00	\$ 20.000.000	\$ 10.000.098	\$ 9.999.902
25,00	\$ 25.000.000	\$ 10.000.098	\$ 14.999.902

Fuente: Elaboración propia.

Esto permitió entender que para llegar a un punto de equilibrio es necesario que las personas vendan aproximadamente entre 15 y 20 paquetes de \$1.000.000. En la siguiente grafica se observa de mejor manera.

Figura 25 Representación del Punto de Equilibrio

Fuente: Elaboración Propia

7.7 Cálculo de razones financieras.

Las razones financieras permiten realizar una comparación relativa de la empresa y su comportamiento. Este análisis permite analizar las tendencias y proporciones de la empresa, con el objetivo de identificar los posibles escenarios a los que se puede enfrentar la empresa antes, durante y después de iniciar operaciones, evidenciando un panorama más claro acerca de beneficios y riesgos a los que puede enfrentarse.

7.8 Razón de liquidez.

En caso de tener alguna acción que requiera liquidez y teniendo en cuenta que la inversión que se está realizando está ligada para la infraestructura y pagos, no se cuenta con una caja de liquidez específica, sin embargo, en caso de que se necesite liquidar el negocio se utilizarían o realizaría la venta de los insumos que fueron comprados, teniendo en cuenta que estos pueden perder un valor del 10%, en este caso la caja de liquidez corresponde a:

Tabla 30 Caja de liquidez

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR TOTAL	DESCUENTO	TOTAL
Escritorio en L	2	\$ 645,800	\$ 64,580	\$ 581,220
Archivadores de pared	3	\$ 1,169,700	\$ 116,970	\$ 1,052,730
Archivador de cajones	2	\$ 665,800	\$ 66,580	\$ 599,220
Sillas de Gerencia	2	\$ 517,800	\$ 51,780	\$ 466,020
Sillas Giratorias	4	\$ 599,600	\$ 59,960	\$ 539,640
Sillas sencillas acolchadas individuales	4	\$ 680,000	\$ 68,000	\$ 612,000
Silletería lineal para sala de espera x4 puestos	2	\$ 771,998	\$ 77,200	\$ 694,798
Mostrador para recepción	1	\$ 950,000	\$ 95,000	\$ 855,000
Cubículo de oficina	2	\$ 400,000	\$ 40,000	\$ 360,000
Kits de oficina	6	\$ 393,120	\$ 39,312	\$ 353,808
Computador All In One LENOVO 23,8 “ Pulgadas AIO 3 Intel Core i3 4GB RAM Disco Duro 1TB color Negro	5	\$ 9,075,000	\$ 907,500	\$ 8,167,500

Impresora HP 1000w Neverstop Laser Blanco	2	\$ 1,598,000	\$ 159,800	\$ 1,438,200
Cajón Monedero Rieles Metálicos Sistema Pos Billetes Dinero	1	\$ 218,000	\$ 21,800	\$ 196,200
Impresora Térmica Pos 80mm De Alta Velocidad Con Cortadora	1	\$ 299,000	\$ 29,900	\$ 269,100
Datafono Minipro RedeBan	1	\$ 299,000	\$ 29,900	\$ 269,100
Máquina Para Contar Billetes Con Detector De Billetes Falsos	1	\$ 370,000	\$ 37,000	\$ 333,000
Software ALEGRA	1	\$ 1,080,000	\$ 108,000	\$ 972,000
Microsoft Office	5	\$ 237,500	\$ 23,750	\$ 213,750
Arriendo	5	\$ 2,500,000	\$ 250,000	\$ 2,250,000
Servicios públicos	5	\$ 2,250,000	\$ -	\$ 2,250,000
Publicidad	5	\$ 8,435,000.00	\$ -	\$ 8,435,000
Papelería	5	\$ 4,000,000.00	\$ -	\$ 4,000,000
Total	24	\$ 24,720,318	\$ 2,247,032	\$ 22,473,286

Fuente: Elaboración Propia

Con esto se estima que el flujo de caja sería de \$22,473,286

7.9 Capital de trabajo.

Se entiende como capital de trabajo el dinero que es necesario para el pago de los diversos servicios que son necesarios para el funcionamiento de la empresa, como son el pago de los servicios básico. En este caso este ya esta determinado dentro de los costos, tanto los sueldos de los empleados, como los gastos de publicidad, papeleria y servicios necesarios para su funcionamiento, lo que da un total de \$10.000.098

7.10 Nivel de endeudamiento.

Para el cálculo del nivel de endeudamiento de la empresa, se debe partir de la división entre el pasivo total de la empresa por su patrimonio neto y este es dividido entre 100 para obtener el resultado porcentual de dicho nivel.

Teniendo en cuenta lo anterior, se identifica que respecto a los pasivos de la empresa, en el primer año de operación únicamente tendría pasivos a largo plazo correspondientes al crédito solicitado en la entidad bancaria Bancolombia, esto teniendo en cuenta que la empresa no presenta cuentas por pagar a proveedores, puesto que todas las compras realizadas para el montaje de la misma es cancelado inmediatamente se hace el proceso de compra, posterior a este tiempo es posible que se generen los pasivos correspondientes a las responsabilidades administrativas y de constitución, es decir actualizaciones de documentación, impuestos, y demás responsabilidades por pagar, dado que a partir del cierre contable la empresa evidencia utilidades.

Dicho lo anterior, se entiende que los indicadores de endeudamiento en el primer año del proyecto el nivel de deuda es muy alto ya que la empresa cuenta con un pasivo de \$17.000.000 por concepto de un préstamo con Bancolombia, el cual dividido entre \$18'372.318 valor del patrimonio de la empresa, su ratio de endeudamiento es de 0.92 o un 92% lo que indica un alto endeudamiento, el cual puede ser saldado a corto plazo, teniendo en cuenta los ingresos que genera la empresa en un determinado periodo.

$$\text{Ratio de endeudamiento} = \frac{\$17.000.000}{\$18.372.318} = 0.92 \times 100 = 92\%$$

Fuente: Elaboración Propia

7.11 Margen operacional

El margen operacional corresponde al valor que define el porcentaje de ingresos por ventas que la empresa convierte en beneficios, previo a los descuentos que debe desarrollar dentro de su operación comercial. Para el cálculo de esta ratio se dividen los ingresos netos sobre los ingresos totales de ventas.

Ajustándonos al mínimo de ventas de \$5'000.000 por cada asesor de TURVTRAVEL, en el mes, tomando estos \$5'000.000 como el ingreso total luego de hacer la deducción de gastos derivados de la actividad principal, se establece que:

$$\text{Margen Operativo} = \frac{\$5'000.000}{\$10'000.000} = 0,5 \times 100 = 50\% \text{ mensual}$$

Fuente: Elaboración propia

A partir de este cálculo, se establece que la empresa tiene un 50% de ganancias mensuales, antes de impuestos e intereses por cada peso que entra por ventas. Este margen permite a la compañía obtener flexibilidad a la hora de enfrentarse a situaciones inesperadas que comprometan la estabilidad y funcionamiento de la misma.

7.12 Margen neto

El Margen de Utilidad neto hace referencia al valor resultante posterior a la deducción de todos los gastos y obligaciones que acarrea la prestación del servicio ofertado, valores que inciden directamente sobre el valor del servicio. Así pues, para el cálculo del margen de utilidad neta, es necesario dividir la utilidad bruta menos los gastos en los ingresos totales y multiplicarlo por cien, con el objetivo de que dicho resultado este dado en porcentaje.

Si se parte del supuesto en que la venta que se realiza es por valor de \$1'000.000 siendo este el valor del paquete turístico más económico ofertado (unidad), y que este valor es el resultante luego de la deducción de los gastos y costos por prestación de servicio, es decir el valor bruto de venta unitaria, para el cálculo del margen neto tenemos que:

$$\text{Margen neto} = \frac{\$1'000.000}{\$10'000.000} = 0,1 \times 100 = 10\%$$

Fuente: Elaboración Propia

Con lo anterior se entiende que la empresa tiene 10% de margen de utilidad neta en el caso expuesto, siendo este el escenario de venta más económica consolidada por la empresa TURYTRAVEL.

7.13 Rendimiento sobre el patrimonio

El margen de rendimiento sobre el patrimonio permite determinar la tasa de crecimiento de las ganancias de la empresa, esto a partir de la inversión de los accionistas. A partir de este cálculo es posible identificar los beneficios futuros esperados de la empresa durante su consolidación. El análisis de rendimiento del patrimonio es importante para conocer el desempeño y la probabilidad de obtener beneficios de la operación de la empresa.

A partir de lo anterior, se establece que para calcular la rentabilidad sobre el patrimonio es a partir de la división de la utilidad neta de la empresa entre su patrimonio neto y el resultado debe multiplicarse por cien para obtener el valor porcentual.

En este caso, si partimos de los \$5'000.000 correspondientes al valor mínimo de ventas de cada asesor en donde ya se encuentran realizadas las deducciones correspondientes, tenemos una utilidad neta de \$10'000.000 mensuales, y teniendo en cuenta que el patrimonio neto calculado es de \$1.080.724, tenemos que:

Calculo de Patrimonio Neto = Activos – Pasivos

Calculo de Patrimonio Neto = \$18.372.318 – \$17.000.000 = \$1.080.724

CALCULO DE UTILIDAD DE RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO.

Rendimiento sobre el Patrimonio = $\frac{\$10'000.000}{\$1.080.724} = 9.25\%$

Fuente: Elaboración Propia

En este caso en particular, se puede evidenciar que a pesar de la deuda que se adquiere con el banco para poder emprender, el rendimiento sobre el patrimonio es positivo, lo que quiere decir, que la empresa gana 9.25 centavo por cada peso de patrimonio neto.

8 Discusión

En el desarrollo de la presente tesis se ha identificado que el turismo es una de las actividades económicas más importantes en Colombia, pues la riqueza cultural, ecológica y etnográfica entre muchas otras, se consolidan como atractivos de gran relevancia a la hora de escoger un destino en el cual practicar diferentes actividades o simplemente encontrar un lugar de descanso. La costa Caribe colombiana se ha enmarcado por ser uno de los atractivos turísticos predominantes, y se ha evidenciado un importante desarrollo en esta zona del país gracias a esta actividad.

No obstante, es importante destacar que no todos los Departamentos y Municipios tienen esta actividad como el fenómeno económico central de su sostenimiento. Así pues, se identifica que los principales destinos son aquellos que están cercanos a las playas y principales salidas costeras del país, pues entre sus atractivos se encuentran las actividades deportivas y turísticas con acceso al Mar. A partir de esta lógica se identifica entonces que el Municipio de Aguachica, si bien es uno de los municipios que forman parte de la región del Caribe en Colombia, es un Municipio que no goza de gran popularidad para el ejercicio del turismo, pues el mismo no se encuentra cercano de las playas y costas del Mar Crible.

Sin embargo, el Municipio de Aguachica ofrece un sin fin de actividades atractivas que pueden incentivar el turismo de esta zona, pues el municipio goza de características especiales que hacen de este destino, un lugar interesante para recorrer y conocer a través de su historia, ubicación geográfica, y riqueza desde distintos ámbitos.

De lo anterior, se puede destacar entonces el planteamiento que desarrolla Isidro (2018) en donde menciona el turismo como una serie de labores y recursos que interactúan entre sí para

el logro de distintas metas comunes, caso palpable del municipio de Aguachica, que como se evidenció previamente, las autoridades y en general la comunidad Aguachiquenses han fortalecido sus estrategias económicas y comerciales con el objetivo de incentivar el turismo en la zona, pues ven en esta actividad una forma de contribuir al desarrollo del Municipio y en general del Departamento.

En concordancia con lo expuesto anteriormente, puede identificarse que para el desarrollo de la actividad turística es de gran relevancia contar con los elementos claves que permiten la ejecución de la misma, esto está dado a partir de las condiciones geográficas y las características del turista y su destino, pues como lo menciona (Moral, 2016) la región de origen del viajante, la región de tránsito que intercomunica el origen con el destino y la región del destino turístico, son los elementos centrales del sistema turístico, y es en este ámbito en el que el Municipio de Aguachica bien podría tomar participación y convertirse en protagonista robusteciendo su infraestructura turística, pues este municipio es uno de los pasos obligatorios que debe recorrer el viajero que parte desde el interior del país hacia la costa caribe colombiana; esto convierte al municipio en un espacio de aprovechamiento para el viajero, pues tras su paso por la región puede encontrarse con un territorio lleno de diversidad, y cultura que son atractivos para el turista.

Sin embargo, la actividad turística no está enmarcada únicamente en el intercambio y movilidad de los individuos hacia las diferentes zonas del país, sino que además requiere de una infraestructura sólida que permita el desarrollo de la actividad de forma exitosa, y en esto Panosso y Lohmann (Moral, 2016) complementan los planteamientos de Leiper al establecer la necesidad de interacciones entre los distintos sectores del turismo, pues si bien se parte del análisis espacial y geográfico de la actividad, también es necesario que surja y se fortalezca la interacción entre los actores que intervienen en el proceso.

Es a partir de este ámbito que nace la idea de establecer una operadora turística en Aguachica, pues se pretende aprovechar las condiciones y características de las que goza el municipio con el objetivo de alcanzar metas a nivel regional. A través de esta propuesta se pretende impulsar la economía del municipio y a mediano y largo plazo la del departamento, como a vez la

región, aprovechando las condiciones físicas, climáticas, ambientales, culturales y sociales que ofrecen Aguachica y sus alrededores.

Con base en lo anterior, se entiende que el sistema turístico reúne todos los elementos necesarios para la consecución de los objetivos económicos y comerciales establecidos adecuando dichos elementos al contexto de Aguachica. El aprovechamiento de estos elementos es visible en cuanto se desarrolla la investigación contextual del municipio, pues se deja entre ver las particularidades por las cuales Aguachica debe considerarse un Municipio en crecimiento y con un alto valor para el desarrollo de la actividad turística, pues como se evidenció en el desarrollo investigativo Aguachica es un territorio con un alto nivel de aprovechamiento económico, cuenta con dinamismo y flexibilidad para adaptarse a las diferentes dinámicas económicas que los procesos de globalización evidencian en el contexto colombiano, permitiendo que el municipio vaya a la vanguardia con las necesidades económicas y comerciales que la actualidad demanda.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, es posible resaltar que a partir de la demanda turística que existe en torno al interés por las regiones caribeñas, se ha dado un importante crecimiento en el interés por adquirir bienes y servicios que permitan acceder a estas zonas, satisfaciendo las necesidades de aquellos interesados en recorrer dicha región, por lo que es necesario la constitución de una entidad que se dedique a esta actividad aportando al crecimiento económico de la región.

Dicho lo anterior, se está de acuerdo con Dumazeider (Moreno, 2010) al identificar dos actores relevantes en el proceso del servicio turístico, los cuales son el turista y el operador turístico, pues el primero se encarga de establecer la demanda desde donde el segundo va a desarrollar su operación. En este caso los turistas son todos aquellos civiles interesados en recorrer el Municipio de Aguachica y sus alrededores, teniendo acceso a todas las actividades que este lugar ofrece, y es allí en donde la actividad del operador turístico toma protagonismo, pues TURYTEL, será el puente de contacto o intermediario para el proceso de comercialización de los servicios turísticos entre el consumidor final y los organismos reguladores del turismo.

A este proceso de intercambio entre operador turístico y turista, se le conoce como espacio turístico, el cual está sujeto al aspecto físico y territorial en donde se va a desarrollar la actividad turística, tal como lo mencionó anteriormente Leiper. De este intercambio surgen algunas responsabilidades a las cuales los actores implicados en el proceso se ven obligados a dar cumplimiento.

Por su parte el turista está en la obligación de respetar y cuidar los espacios que se han dispuesto para su ocio y entretenimiento, teniendo en cuenta que varios de estos hacen parte del patrimonio y el ecosistema del Municipio; adicionalmente el operador turístico está en la obligación de consolidar, proteger, restaurar conservar, mantener y fomentar el cuidado y respeto por el patrimonio, dejando claros cada uno de los parámetros de protección y conservación del territorio en el momento de prestar sus servicios como empresa.

De lo anterior se identifica, que el turismo es visto como una actividad de entretenimiento y ocio, la cual para Dumazeider (2015) corresponde a una serie de labores en las que el individuo vela por su distracción y aprovechamiento de su tiempo libre, es por ello que es necesario que dentro del turismo se cuente con diferentes actividades y escenarios para satisfacer el ocio y esparcimiento de quienes adquieren los servicios turísticos.

A partir del estudio de mercado y el estudio operacional desarrollado en la presente investigación, se tiene que el Municipio de Aguachica, ofrece no solo ser un paso de conexión de gran importancia con las demás ciudades y Municipios de la región caribe y Norte de Santander, Y Sur de Bolívar, sino que además Aguachica se presenta como un destino turístico innovador y de amplia oferta turística, cumpliendo con las características y espacios necesarios para realizar diferentes tipos de turismo según sea la necesidad del visitante, pues así como se presentan espacios de ocio y esparcimiento para la ejecución de actividades propias al descanso, también existe la oferta del reconocimiento natural, cultural, social y tradicional que ofrece el territorio, lo que muestra una importante variedad de actividades que se pueden desarrollar en Aguachica, las cuales van desde la práctica de deportes, como el enriquecimiento cultural e informativo acerca de los atractivos turísticos del lugar.

Dicho lo anterior, y partiendo desde los supuestos teóricos expuestos se identifica que el entretenimiento es uno de los factores fundamentales en el desarrollo de la actividad turística, adicionalmente este factor evidencia la necesidad de las personas por aprovechar su tiempo libre y su inclinación por adquirir bienes y servicios que contribuyan a satisfacer sus necesidades, pues si bien se entiende que desean experimentar nuevas sensaciones y salir de sus rutinas, las personas prefieren contratar agentes especializados que les brinden una experiencia completa.

Desde la planeación comercial y estratégica que se ha desarrollado en torno a la creación de TURYTRAVEL, como operadora turística en el municipio de Aguachica, se ha adoptado como misión y visión de la empresa, cubrir estas necesidades de entretenimiento y aprovechamiento del tiempo libre, sin embargo, como se evidenció a lo largo de este estudio, este logro será dado a partir del cumplimiento de estándares de calidad, buen servicio, y costos asequibles para el cliente, siendo estos algunos de los valores agregados que se presentan en la propuesta.

Si bien se reconoce esta propuesta como una idea de negocio en la que se pretende consolidar un proyecto para generar ingresos a sus socios, este también es un proyecto con compromiso social pues con la conformación de la sociedad y posterior creación de la empresa, se va a buscar reducir el desempleo en el municipio, e incrementar la movilidad al interior del mismo alcanzando así un crecimiento económico que beneficie Aguachica y establecer importantes relaciones de intercambio cultural y social .

Si se analiza la creación de la Operadora Turística TURYTRAVEL desde los procesos de intercambio e interacción entre los individuos, se tiene como punto de partida la Globalización. Bajo este precepto se puede estar de acuerdo con Alcántara (Cuadra, 2016) cuando habla de este proceso como “producción blanda del ocio”, pues esta como proceso de intercambio e interacción entre actores con el fin de alcanzar objetivos claros, se enmarca en la interacción de mercados, transformaciones en la demanda, y el crecimiento constante que ha tenido la actividad turística en el ámbito económico y social, estando todo esto acompañado de las nuevas tecnologías, la responsabilidad con el medio ambiente y la sociedad, creando una cultura de turismo responsable y en expansión.

Así pues, se logra identificar que TURYTRAVEL realiza una inversión completa, tanto en su infraestructura física como en su gestión, pues si bien lo que busca la Operadora es brindar un servicio de calidad, debe contar con proveedores y activos de calidad con el fin de hacer más eficiente su labor, sin dejar de lado su compromiso como actor social. Como empresa, TURYTRAVEL, está obligada a ser responsable con el patrimonio del territorio en que realiza operaciones, siendo esto parte de su ética social empresarial, y responsabilidad empresarial con el entorno de operación, lo que responde a las nuevas dinámicas inmersas en el proceso de globalización que va de la mano al crecimiento y desarrollo del territorio y la sociedad.

En contraste con la postura de Alcántara, se encuentra Pardo (2019), quien establece el turismo como la actividad resultado de los procesos de intercambio económico y social, pues si bien el turismo como actividad económica genera unas utilidades y beneficios, tal como se evidencia en el estudio financiero adelantado, el turismo también genera importantes aportes a nivel social, esto ya que se genera un intercambio cultural a través de las movilizaciones que se realizan en torno a esta actividad y contribuye al desarrollo de la población, al ofrecer una mejora en las condiciones de vida de quienes residen en el territorio visitado.

Como ya se ha mencionado, el turismo es una de las actividades económicas que más ha contribuido al desarrollo y la activación de mercados y economía en todo el mundo, y en el caso colombiano ha permitido impulsar nuevas iniciativas que comprometen el desarrollo y reajuste de las relaciones tanto sociales como económicas. La interacción que se desarrolla en torno a esta actividad, permite identificar no solo la participación de los actores como clientes y prestadores de servicio, sino que también permite evidenciar las responsabilidades de cada uno de estos como agentes de cambio y transformación.

El caso del turismo en Aguachica no es una excepción de esta dinámica, pues si bien el Municipio es un territorio pequeño y en el que la oferta turística no ha sido una actividad determinante para el desarrollo económico y social del mismo, se identifica que es un espacio con un alto potencial para el aprovechamiento de esta actividad económica, pues su ubicación estratégica y su riqueza en términos físicos, ambientales y culturales, son elementos importantes

que propician la interacción entre actores para el desarrollo económico y social del municipio, permitiéndole al mismo posicionarse como un nuevo destino atractivo para el ejercicio de la actividad.

Tal como se evidencia en los estudios desarrollados para analizar la viabilidad de la propuesta de crear una Operadora Turística en Aguachica, se identifica que el territorio no solo cuenta con propiedades que permiten el desarrollo de las actividades que giran en torno al turismo, sino que esta actividad es un fenómeno que va a permitir potencializar el desarrollo del municipio y la región, pues ofrece una gran variedad de elementos que soportan el desarrollo de los diferentes tipos de turismo que existen.

Adicionalmente, es posible identificar que Aguachica es un territorio en expansión y que dadas estas condiciones, también es importante el desarrollo de una cultura de servicio e interacción, en la que los Aguachiquenses estén comprometidos con proyectar la mejor imagen del municipio ante sus visitantes, pues de este comportamiento dependerá el éxito de las interacciones y relaciones que surgen de la actividad turística, que como ya se evidencio con anterioridad, este tipo de acercamientos son los que comprometen el escenario como un ambiente propicio para el desarrollo.

9 Conclusiones

A partir de la investigación realizada a lo largo de esta tesis, se encuentran como conclusiones los siguientes elementos:

1. El sector económico en el que se desarrolla la empresa TURYTRAVEL es un sector que compromete una importante dinámica económica a nivel nacional, sin embargo, en el municipio de Aguachica, este sector aún no está del todo explotado, pues no se ha aprovechado el potencial del municipio como debería y por ello, que la propuesta de crear una Operadora turística en el territorio, resulta ser una idea innovadora.

2. Se determina que el sector turístico está basado principalmente en el ocio y el entretenimiento de los individuos, y es en torno a la satisfacción de estas necesidades que deben enfocarse las actividades desarrolladas por la Operadora Turística, aprovechando que este sector se encuentra en pleno desarrollo y su crecimiento se ha dado de manera exponencial.

3. A partir del estudio de necesidades y metas por cumplir, es posible identificar los principios y conceptos en los que la empresa fundamenta su actividad, estos son: Innovación, calidad, buen servicio, cercanía con el cliente, accesibilidad de los servicios. A partir de estos principios es posible consolidar el valor agregado de la empresa.

4. Desde el planteamiento de los principios claves en la gestión de la empresa, se direcciona el desarrollo de los servicios, buscando que se satisfagan las necesidades del cliente a cabalidad, fomentando de esta manera la interacción social y económica impactando directamente en el mercado.

5. Gracias a la investigación realizada, se determinó que el sector turístico en Colombia presenta como características:

- Es un mercado que está constantemente en transformación, sin embargo, presenta sus índices más altos de venta en los meses correspondientes a la temporada de vacaciones, lo que se conoce como las “temporadas altas”.

- Se evidencia un consumo de servicios turísticos en crecimiento, principalmente en servicios que implican el contacto con la naturaleza y la práctica de deportes al aire libre.

- Preferencia por los destinos costeros, principalmente con salida hacia el mar Caribe y/o océano Atlántico.

6. Con respecto a las preferencias y necesidades de la población, se logró determinar el nivel de aceptación del servicio que se propone desde la gestión de la Operadora Turística, a partir de una investigación del mercado que determino una población objetivo de 202 personas, a quienes se les aplicó una encuesta para identificar el nivel de aceptación de los servicios, en donde se evidenció que:

- El 93,3% de los encuestados están de acuerdo en la creación de una empresa Operadora Turística que brinde sus servicios orientados al aprovechamiento de las zonas consideradas patrimonio del Municipio. Este resultado permite identificar la viabilidad y alto nivel de aceptación de la propuesta en la comunidad, lo que establece una notoria ventaja para la empresa.

7. Del estudio realizado no se identifican competidores directos, esto ya que los principios de innovación, calidad, buen servicio, cercanía con el cliente y accesibilidad de los servicios, que son mencionados anteriormente como valor agregado de la empresa, y el hecho de que Aguachica aún no sea un destino turístico consolidado en la oferta turística nacional, reduce la competencia a una casi inexistente.

8. Del estudio técnico adelantado se logra determinar que el sistema de distribución del servicio será centralizado, pues este se llevará a cabo desde una oficina estratégicamente ubicada en el Centro del Municipio con el fin de que el acceso a la misma se de forma sencilla y organizada, dejando en un mismo lugar toda la operación comercial.

9. Se concluye que la mejor alternativa de tamaño del proyecto inicia en un local alquilado ubicado en el centro del Municipio, el cual contará con instalaciones cómodas y amplias que cuenten con la capacidad necesaria para satisfacer la demanda y se preste para su crecimiento potencial.

10. Se identificaron, los equipos y bienes necesarios para la prestación de servicios ideal, para cada uno de estos activos se determinaron características y costos que

permitan cumplir con las actividades necesarias para la prestación del servicio con calidad, pero tratando de que los costos no se elevaran de manera innecesaria, pues se parte de la necesidad de ahorrar con el fin de tener liquidez y sostener la empresa.

11. A través del estudio administrativo jurídico y legal se determinó la estructura organizacional de la empresa, la cual está fundamentada en una organización funcional, esto con el objetivo de establecer una estructura que permita la optimización de las funciones administrativas y comerciales.

12. A partir de la selección del equipo de trabajo fue posible determinar las funciones de cada miembro, estableciendo además jornada de trabajo y asignaciones salariales acordes a las funciones realizadas en cada uno de los cargos.

13. Se determina que los asociados desempeñaran cargos directivos dentro de la organización, lo que permite tener un mayor control de la actividad comercial y un acercamiento directo con los clientes, esto va a lograr que los socios y fundadores evalúen el desarrollo y crecimiento de la empresa, estando directamente involucrados en su funcionamiento.

14. A partir del estudio financiero se determinó que, si existe una viabilidad significativa para el desarrollo del proyecto, pues cuenta con características y condiciones que propician su funcionamiento y rapido posicionamiento como lider.

15. Se tomo como referencia de venta paquetes de \$1,000,000 lo cual en este caso es uno de los mas economicos que se pueden ofrecer, lo que da un margen de ganancia mas alto al tener en cuenta que existe un ingreso mas alto con otro tipo de paquetes.

16. Se hizo el estimado de 2 empleados y que cada uno venda 13 paquetes como minimo, esto da un total de 26 paquetes y el punto de equilibrio se estimo en 24 paquetes, es decir que da la rentabilidad para mantener el negocio y todo lo que se venda en adelante representaran ganancias que seran reinvertidas dentro de la empresa para generar mejores activos a futuro.

17. Se determina que la inversión inicial necesaria para este proyecto es de \$59'592.318 m/cte. de los cuales \$39'592.318 serán cubiertos a través de un préstamo con Bancolombia, pues los socios fundadores no cuentan con el total del capital para la inversión inicial, no obstante debe destacarse que el nivel de endeudamiento será superior

al patrimonio, lo que trae como consecuencia que desde la creación de la empresa se caiga en una quiebra técnica, sin embargo a partir del inicio de sus operaciones se identifica un alto índice de superación de estas responsabilidades y la liberación del patrimonio.

18. Se determina que los aspectos más relevantes a tener en cuenta para la creación de una empresa operadora de turismo en Aguachica, Cesar, son el aprovechamiento de los recursos que ofrece el municipio para el entretenimiento de los turistas, las responsabilidades de cada uno de los actores que intervienen en el proceso de intercambio, estas responsabilidades son a nivel institucional y a nivel territorial, la aplicabilidad de los principios de innovación, calidad, buen servicio, cercanía con el cliente y accesibilidad de los servicios, pues a partir de estos será posible robustecer las herramientas con las que se va alcanzar el desarrollo económico y sostenible en la región.

19. Es muy importante manifestar para tener en cuenta que la empresa es factible y que es rentable, si se tienen paquetes turísticos de diferentes precios y opciones.

20. Recorridos por la zona rural del municipio con atractivos de naturaleza.

21. Paquetes turísticos de orden nacional a diferentes destinos.

10 Recomendaciones

La presente tesis, tuvo como eje central el desarrollo de una propuesta para la creación de la empresa operadora de turismo con el nombre de TURYTRAVEL, que se ubicará en el Municipio de Aguachica brindando servicios dentro y fuera del municipio, pero principalmente en la promoción del turismo al interior del mismo, pues con esta actividad se busca promover el crecimiento y desarrollo económico y social del territorio y la región a nivel general.

Para el desarrollo de esta propuesta fue necesario ejecutar estudios que reflejaron las necesidades del mercado turístico en el Municipio en cuestión, identificando los potenciales clientes y sus necesidades, centrando la atención de la Operadora turística en la cobertura de estos requerimientos. Dentro de este estudio se evaluaron además las condiciones necesarias que requiere la empresa para el ofrecimiento de un servicio atractivo para los clientes identificados previamente, por lo que es necesario realizar una inversión significativa en planta y equipo con el objetivo de contar con lo necesario para ofrecer calidad y dar cumplimiento a lo requerido por los clientes interesados en adquirir los servicios, adicional a ello se debe estructurar de manera estratégica alianzas con los proveedores de los servicios que serán ofertados por la empresa, pues de estas alianzas dependerá la calidad, el costo y el beneficio, tanto para la empresa como para los clientes.

Luego de desarrollar este análisis se establece la viabilidad de crear la empresa TURYTRAVEL en el Municipio de Aguachica, pues la consolidación de esta empresa, no solo es una forma de negocio que permitirá a sus socios fundadores crecer económicamente y generar utilidades para su beneficio, sino que además contribuyen al crecimiento exponencial del sector turístico de la región, y en consecuencia al desarrollo económico y social del mismo, siendo esta su principal responsabilidad como actor y parte del Estado, involucrado en los procesos de intercambio e interacción de mercados y sociedad.

No obstante, es necesario tener claro que, si bien los estudios adelantados a lo largo de esta investigación muestran un resultado favorable en torno a la viabilidad del proyecto, se debe tener en cuenta que existen riesgos, pues, así como la cultura desde los procesos de globalización

se transforma, la economía, el mercado, y las dinámicas sociales también lo hacen, lo que marca un riesgo de deterioro y/o sostenimiento de la empresa.

Como se evidenció en el estudio financiero, para la consolidación de la misma es necesaria la adquisición de un crédito que permita solventar gastos de inversión iniciales, acarreado una responsabilidad para sus socios fundadores, es por ello que previo a poner en marcha el proyecto empresarial es importante determinar si existe la posibilidad de reducir el valor del préstamo, incrementando el valor del capital de inversión de los socios, pues al reducir el monto de préstamo e incrementar el capital propio, la empresa reduce los índices de endeudamiento y así mismo bajan los indicadores de riesgo latente a la quiebra.

Adicionalmente, se recomienda fortalecer la estrategia publicitaria y de servicio al cliente, pues de esta publicidad y enganche con el público a través del buen servicio, será posible consolidar ventas y robustecer el nivel de ingresos con el que se cubrirán los costos y gastos de sostenimiento de la empresa, generando utilidades a sus socios y manteniendo un equilibrio óptimo de la empresa. Este fortalecimiento puede estar dado a través de capacitaciones a sus empleados, generando motivación y un ambiente laboral sano para el correcto cumplimiento de sus respectivas funciones lo que se verá reflejado en las ventas y el alto posicionamiento de la empresa en la región.

11 Bibliografía

- ACERENZA, M. (2006). Definiciones y clasificaciones del turismo con fines técnicos. En M. A. ACERENZA, CONCEPTUALIZACIÓN, ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO (pág. 54). MEXICO: TRILLAS.
- Adams, Finn, Moes, Flannery, & Rizzo. (2009). The virtual reality classroom. *Childneuropsychology*, 15, 120-135.
- ALCANTARA, C. (2017). Tesis doctoral. El turismo como factor de desarrollo: el caso de Sergipe – Brasil. Universidad de Barcelona, Barcelona.
- ALCIVAR, I. (2018). Sistema turístico. En I. ALCIVAR, Realidades del turismo local (pág. 13). Manta, Ecuador: Uleam.
- Araujo, & Shadwick. (2008). Tecnología educativa. Barcelona.
- B, B., & Bricklin M. (1998). Causa psicológica del bajo rendimiento escolar. México.
- Baelo, R. Á., & Álvarez Baelo, R. (Noviembre 2009). LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR. *Revista Iberoamericana de educación*, 5-10.
- Baelo, R. (Noviembre 2009). LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR. *Revista Iberoamericana de Educación*, 5 - 10.
- Bandera, P. F. (2003). Programa general de acciones recreativas para adolescentes, jóvenes y adultos. Bogotá.
- Benavides, G. Z. (1998). Lúdica: Una opción para comprender. Caldas.
- Betancur, M. (16 de Julio de 2002). Al tablero.
- Bravo. (1991). Psicología de las dificultades del aprendizaje escolar. Santiago de Chile.
- BULLON, R. (4 de JULIO de 2018). SISTEMA TURÍSTICO. Obtenido de SISTEMA TURÍSTICO: <https://sistema-turistico.site123.me/teor%C3%8Das-del-sistema-tur%C3%8Dstico/el-sistema-tur%C3%8Dstico-seg%C3%9An-roberto-bullon>

- CISNEROS, L. (2020). Antecedentes historicos del turismo. Obtenido de Universidad de la Habana: <https://www.monografias.com/trabajos-pdf4/antecedentes-historico-del%20turismo/antecedentes-historico-del-turismo.pdf>
- Cominetti, & Ruiz. (1997). Algunos factores del rendimiento: las expectativas y el genero. Honduras.
- CONTRERAS , E. (2016 de Mayo de 2016). La ventaja competitiva de Michael Porter. Obtenido de Centro de innovacion y creacion empresarial: <http://v-beta.urp.edu.pe/pdf/id/6330/n/>
- CRUZ, G., HERNANDEZ, V., AVILES, G., & VALDIVIA, R. (2016). Economía, sociedad y territorio. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-84212016000100002&script=sci_abstract
- Cuadra, M. (18 de Mayo de 2016). Redalyc. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1934/193449985009/html/>
- DEMORA, L. (4 de septiembre de 2019). La actividad turística es la cuarta generadora de divisas en el PBI argentino. Obtenido de Misiones online: <https://misionesonline.net/2019/09/04/la-actividad-turistica-la-cuarta-generadora-divisas-pbi-argentino/>
- DIAZ, M. (20 de FEBRERO de 2020). Las cifras record que dejo el turismo en colombia. EL ESPECTADOR, pág. 3.
- Echeverry, J. H., & Gómez, J. (2009). Lúdica del maestro en formación.
- ENTORNO TURISTICO STAFF. (27 de Septiembre de 2015). Historia del Día Mundial del Turismo. Obtenido de Entorno Turistico: <https://www.entornoturistico.com/historia-del-dia-mundial-del-turismo/>.
- ESPAÑOLA, R. A. (2021). REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Obtenido de REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: <https://www.rae.es/desen/calidad>
- Fajardo, G. P., & Riasgos Erazo, S. C. (Enero - Abril de 2011). PROPUESTA PARA LA MEDIACIÓN DEL IMPACTO DE LAS TIC EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA. Educ.Educ, 14(1), 169-188. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/eded/v14nl/vl4n1a10pdf>

FRANCO, J., & MARIN, A. (3 de febrero de 2020). Plan de turismo español. Obtenido de Ministerio d industria y comercio: <https://turismo.gob.es/desarrollo-sostenibilidad/Paginas/desarrollo-sostenibilidad.aspx>

Gallego. (1997). Las estrategias cognitivas en el aula. Madrid.

GARCIA , R. (3 de Febrero de 2020). Evolución del turismo mundial según la Organización Mundial del Turismo. Obtenido de Aprende de turismo: <https://www.aprendedeturismo.org/evolucion-del-turismo-mundial-segun-la-organizacion-mundial-del-turismo/>

Garcia, & Magaz. (2000). Actualidad sobre el TDA-H.

Genovard, Gotzens, & Montané. (1987). Psicología de la educación. Barcelona.

Gibson, J. (2008). Los sentidos considerados como sistema de percepción. Boston.

Gómez, M. d., & García Gómez, A. (Enero - Junio de 2013). PROGRAMA DE ENSEÑANZA LUDICA: Un espacio para todos. Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo(10). Obtenido de <http://www.ride.org.mx/docs/publicaciones/10/educacion/C27.pdf>

Goróstegui. (1997). Síndrome de déficit de atención con hiperactividad.

Guido, L. M. (2009). Tecnología de la información y la comunicación. Argentina.

HERALDO. (25 de ABRIL de 2017). Historia del Festival de la Leyenda vallenata. Obtenido de EL HERALDO: <https://www.elheraldo.co/cesar/historia-del-festival-de-la-leyenda-vallenata-352667>

HERALDO. (28 de Octubre de 2019). Cesar destino turístico y creativo de Colombia . Obtenido de HERALDO: <https://www.elheraldo.co/cesar/cesar-destino-turistico-y-creativo-de-colombia-685001>

Hernández, F., & Fernandez, S. (2016). Metodología de la Investigación Sexta Edición. México: Mc Graw Hill.

HOSTELTUR. (17 de OCTUBRE de 2017). Reino Unido registra cifras records en turismo por la caída de la libra . Obtenido de HOSTELTUR: https://www.hosteltur.com/124546_reino-unido-registra-cifras-records-turismo-caida-libra.html

Kinsbourle, & Kaplan. (1990). Problema de atención y aprendizaje en niños. México.

Lacouture , M. (30 de Marzo de 2016). Buenas noticias de Pascua para el turismo. Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/opinion/maria-claudia-lacouture/turismo-tercera-industria-atrae-divisas-despues-petroleo-carbon-493297>

Litwin, E. (Diciembre 2007). Cuadernos de Investigación Educativa. Uruguay: Publicación anual del Instituto de Educación.

MAMANI, W. (24 de Noviembre de 2016). Demanda turística. Obtenido de Asesores en turismo: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>

Mariño, J. C. (Octubre de 2008). TIC y la transformación de la práctica educativa en el contexto de las sociedades del conocimiento. Universidad y sociedad del conocimiento, 5(2). Obtenido de <http://www.uoc.edu/rusc/5/2/dt/esp/gonzalez.pdf>

Matlin, M. (1996). SENSACIÓN Y PERCEPCIÓN. Prentice Hall, 554.

MINCIT. (23 de Octubre de 2015). Decreto 2094. Obtenido de Ministerio de industria, comercio y turismo.: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2015/decreto-2094-de-23-de-octubre-de-2015-por-el-cual/decreto-2094-de-23-de-octubre-de-2015.pdf.aspxhttps://www.mincit.gov.co/get>

MINCIT. (2015 de ENERO de 2015). Resolucion 0148 de 2015. Obtenido de Ministerio de comercio, industria y turismo.: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2015/resolucion-148-de-2015-por-la-cual-se-reglamente-e/resolucion-148-de-2015.pdf.aspx>

MINCIT. (28 de Agosto de 2015). Resolucion 2877 de 2015. Obtenido de Ministerio de comercio, industria y comercio.: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2015/resolucion-2877-de-2015-por-la-cual-se-conforma-el/resolucion-2877-de-2015.pdf.aspx>

MINCIT. (2015 de Agosto de 2015). Resolucion 2877 de 2015. Obtenido de Ministerio de comercio, industria y turismo.: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2015/resolucion-2876-de-2015-por-la-cual-se-conforma-el/resolucion-2876-de-2015.pdf.aspx>

MINCIT. (5 de Octubre de 2015). Resolucion 3159 de 2015. Obtenido de Ministerio de comercio de industria y turismo.: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2015/resolucion-3159-de-2015-por-la-cual-se-crea-el-com/resolucion-3159-de-2015.pdf.aspx>

MINCIT. (5 de octubre de 2015). Resolucion 3160. Obtenido de Ministerio de comercio, industria y turismo.: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2015/resolucion-no-3160-de-05-de-octubre-de-2015-por-la/resolucion-no-3160-de-05-de-octubre-de-2015.pdf.aspx>

MINCIT. (16 de Diciembre de 2015). Resolucion 3722 de 2015. Obtenido de Ministerio de comercio, industria y turismo.: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2015/resolucion-3722-de-2015-por-la-cual-se-deroga-la-r/resolucion-3722-de-2015.pdf.aspx>

MINCIT. (28 de Diciembre de 2015). Resolucion 3860. Obtenido de Ministerio de comercio, industria y comercio: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2015/resolucion-3860-de-2015-por-la-cual-se-reglamenta/resolucion-3860-de-2015.pdf.aspx>

MINCIT. (1 de febrero de 2016). CIRCULAR 002. Obtenido de Ministerio de comercio, industria y turismo.: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2016/circular-002-de-2016-cobro-iva-por-servicios-prest/circular-002-de-2016.pdf.aspx>

MINCIT. (1 de febrero de 2016). Circular 003. Obtenido de Ministerio de comercio, industria y comercio: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2016/circular-002-de-2016-cobro-iva-por-servicios-prest/circular-002-de-2016.pdf.aspx>

MINCIT. (16 de Febrero de 2016). Circular 004. Obtenido de Ministerio de comercio, industria y turismo: Viceministra de Turismo. (16 de Febrero de 2016). Circular 004 De 2016. Obtenido de Ministerio De Industria, Comercio y Turismo:

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/201>

MINCIT. (23 de febrero de 2016). Ministerio de comercio, industria y turismo. Obtenido de Decreto 297: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2016/decreto-297-de-2016-por-el-cual-se-reglamenta-la-e/decreto-297-de-2016.pdf.aspx>

MINCIT. (26 de Diciembre de 2016). Resolucion 135. Obtenido de Ministerio de comercio, industria y turismo.: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2016/resolucion-135-de-2016-por-la-cual-se-dicta-el-cód./resolucion-135-de-2016.pdf.aspx>

MINCIT. (20 de Diciembre de 2017). Decreto 2158 de 2018. Obtenido de Ministerio de comercio, industria y turismo.: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2017/%E2%80%8Bdecreto-2158-de-2017-por-el-cual-se-adiciona-el-c/%E2%80%8Bdecreto-2158-de-2017.pdf.aspx>

MINCIT. (14 de Febrero de 2017). Decreto 229 de 2017. Obtenido de Ministerio de comercio, industria y turismo: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2017/decreto-229-de-2017-por-el-cual-se-establecen-las/decreto-229-de-2017.pdf.aspx>

MINCIT. (3 de marzo de 2017). Decreto 355. Obtenido de Ministerio de comercio, industria y turismo.: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2017/decreto-355-de-2017-por-el-cual-se-modifican-los/decreto-355-de-2017.pdf.aspx>

MINCIT. (19 de Febrero de 2019). El turismo obtuvo resultados históricos en 2018. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/el-turismo-obtuvo-resultados-historicos-en-2018>

Moral, S. (18 de Mayo de 2016). Real. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1934/193449985009/html/>

Moreno, M. (18 de 08 de 2010). redalyc. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Natale, V. D. (1990). Estilo de aprendizaje y rendimiento académico. Estilo de aprendizaje, 1(5).

OCDE. (21 de 02 de 2018). UNWTO. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

OLLAGUE, N. (2015). Plan de promoción turística para la comunidad punta diamante de la parroquia del chongon del canton guayaquil. Plan de promoción turística para la comunidad punta diamante de la parroquia del chongon del canton guayaquil. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, GUAYAQUIL. Obtenido de Tesis de licenciatura (Universidad de guayaquil).

Orjales. (1998). Deficit de atención con hiperactividad. Madrid.

Oviedo, G. L. (2004). La definicion del concepto de percepción en psicologia con base en la teoria de Gestalt. Revista de estudios sociales, 89-96.

PANOSSO, A., & LOHMANN, G. (2012). SISTEMA TURISTICO DE LEIPER. En A. P.-G. LOHMANN, TEORIA DEL TURISMO (SISTEMAS TURISTICOS) (págs. 17-18). MEXICO: TRILLAS.

PARDO, A. (2019). Tesis de licenciatura. Condiciones turísticas que presenta el distrito de Chota - Región Cajamarca para el desarrollo de la hotelería. Universidad nacional de trujillo, Trujillo.

PINASSI, C., & ERCOLANI, P. (24 de julio de 2017). TURISMO Y ESPACIO TURÍSTICO: UN ANÁLISIS TEÓRICO CONCEPTUAL DESDE LA CIENCIA. Obtenido de semanticscholar: <https://pdfs.semanticscholar.org/0a35/561118d0e08ec1cf045fbfdffd2c3923527f.pdf>

Pineda. (1996). Disfunción ejecutiva en niños con transtorno por deficit de atención con hiperactividad. Revista neurológica Colombiana, 16-25.

Price, M. S., & Henao Calderón, J. L. (2011). Influencia de la percepción visual en el aprendizaje. Universidad de La Salle. Fundación Universitaria del Área Andina , 9(1), 89. Obtenido de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/sv/article/view/221>

Quintero. (2009). Avances en el transtorno por deficit de atención e hiperactividad. Revista actas esp psiquitria, 9(6), 352-358.

Quiroga, G. (2006). METODOS ALTERNATIVO DE CONFLICTOS: PERSPECTIVA MULTIDICIPLINAR. En Q. Gonzalo, METODOS ALTERNATIVO DE CONFLICTOS:

PERSPECTIVA MULTIDICIPLINAR (págs. 113 -129). Bosnia de Sarajevo: Editorial URG.

RAE. (2006). RAE. Obtenido de RAE: <https://www.rae.es/desen/globalizaci%C3%B3n>

RAE. (2021). RAE. Obtenido de RAE: <https://www.rae.es/desen/desarrollo>

RAE. (2021). RAE. Obtenido de RAE: <https://dle.rae.es/geoestrategia>

RAE. (2021). RAE. Obtenido de RAE: <https://dle.rae.es/innovaci%C3%B3n>

RAE. (2021). RAE. Obtenido de RAE: <https://dle.rae.es/mercado>

RIET. (2008). UNWTO. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

RIET. (2008). UNWTO. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

RIET. (2008). UNWTO. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

ROZO, J. (1 de SEPTIEMBRE de 2015). Colombia es ‘realismo mágico’ para los turistas. Obtenido de DIARIO SEMANA: <https://www.semana.com/economia/articulo/el-turismo-impulsa-economia-colombia-2015/212909/>

Sampieri, R. (2018). Metodos Mixtos. Obtenido de Postgradoune: <https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/15.pdf>

SANCHO, A. (28 de febrero de 2018). Introduccion al turismo. Obtenido de Entorno al turismo: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>

Scheel, J. E. (2000). Roles alternativos de las tics en educación:sistema de apoyo al sistema de enseñanza aprendizaje. Chile.

Scheel, J. E., & Laval, E. (4,5 y 6 de Diciembre de 2000). Roles alternativos de TIC en educación: sistemas de apoyo al proceso de enseñanza aprendizaje. Ribie. Obtenido de <http://www.niee.ufrgs.br/eventos/RIBIE/2000/papers/048.htm>

SEMANA. (2018 de Febrero de 2018). 2017 fue un buen año para el turismo en Colombia . Obtenido de SEMANA: <https://www.semana.com/balance-de-turismo-en-colombia-en-2017/255323/>

Skinner. (2009). Aprendizaje y comportamiento. Barcelona.

Solomon. (2010). Entorno de aprendizaje con ordenadores. Barcelona.

Souza, D. (2008). The impact when not diagnosed. Revista Jbras psiquiatry, 57(2), 139-151.

SUAREZ, J. (9 de SEPTIEMBRE de 2018). Plan Sectorial de Turismo 2018 – 2022. Obtenido de MINCOMERCIO: <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>

UNWTO. (2008). UNWTO. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

UNWTO. (2008). UNWTO. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

UNWTO. (2021). UNWTO. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

UNWTO. (2021). UNWTO. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticosE>

wehmeyer, M. (2008). The intellectual disability construct and its relation to human functioning. Intellectual and Developmental Disabilities . San Diego.

Zubiria, F. (2014). Metodología de la Investigación. Bogotá, D.C: Estudios.