

**REDESCUBRIENDO COLOMBIA
PORTAL TURISTICO**

**ANA MARIA NAVARRETE AYALA
ANDREA VELEZ VELEZ**

TRABAJO DE GRADO

**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
BOGOTÁ D.C., JULIO DE 2010**

**REDESCUBRIENDO COLOMBIA
PORTAL TURISTICO**

**ANA MARIA NAVARRETE AYALA
ANDREA VELEZ VELEZ**

**TUTOR:
JHON ALEXANDER RUEDA**

**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
BOGOTÁ D.C., JULIO DE 2010**

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	1
1. ENTORNO DEL NEGOCIO	4
1.1. Análisis Macro:.....	4
1.2. Análisis del Sector:	6
1.2.1. Análisis general del sector.....	6
1.2.2. Variables del sector de nuestro interés	7
1.2.2.1. GUAJIRA	10
1.2.2.2. COSTA ATLANTICA	14
1.2.2.3. MEDELLIN	25
1.2.2.4. SANTANDER	29
1.2.2.5. BOYACA	32
1.2.2.6. BOGOTA	36
1.2.2.7. EJE CAFETERO	52
1.2.2.8. HUILA	54
1.2.2.9. PACIFICO	48
1.2.2.10. AMAZONAS	52
2. MAPA DE NAVEGACION	56
3. DOFA	57
4. INVESTIGACION DE MERCADOS	60
4.1 Análisis del Mercado y Método de Análisis	60
4.2 Encuestas	61
6. MERCADO	66
7. VISION, MISION, OBJETIVOS ESTRATEGICOS	68
8. DIRECCION ESTRATEGICA	69
8.1. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.....	69
8.2. CONCEPTO DE POSICIONAMIENTO	69
8.3. SEGMENTACION DEL MERCADO	70
8.4. VENTAJA COMPETITIVA	70
9. MEZCLA DE MERCADEO	73
9.1. PRODUCTO	73
9.2. DISTRIBUCION	74
9.3. PROMOCION O COMUNICACIÓN.....	74
9.4. PRECIO	77
10. FACTIBILIDAD FINANCIERA	78
10.1. PERSPECTIVA DE LOS PROVEEDORES.....	78

10.2.	ESTRATEGIA PARA LOGRAR 4.000 VISITAS AL PORTAL	78
10.3.	ANALISIS DE INGRESOS Y EGRESOS.....	83
10.4.	PERSPECTIVA DEL PORTAL	85
10.5.	COTIZACIONES PORTAL WEB.....	89
11.	INDICADORES DE LA ESTRATEGIA.....	92
	CONCLUSIONES.....	93
	BIBLIOGRAFIA	95
	ANEXOS.....	114

LISTAS ESPECIALES

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Vías de Accesos de la Guajira	10
Tabla 2. FIESTAS Y FERIAS LA GUAJIRA.....	11
Tabla 3.OTRAS ACTIVIDADES LA GUAJIRA.....	12
Tabla 4. HOTELES LA GUAJIRA.....	14
Tabla 5.RESTAURANTES RECOMENDADOS LA GUAJIRA	14
Tabla 6. VIAS Y ACCESOS CARTAGENA	15
Tabla 7. FIESTAS Y FERIAS CARTAGENA.....	15
Tabla 8.OTRAS ACTIVIDADES CARTAGENA.....	17
Tabla 9.HOTELES CARTAGENA	18
Tabla 10.RESTAURANTES RECOMENDADOS CARTAGENA	18
Tabla 11.VIAS Y ACCESOS BARRANQUILLA.....	19
Tabla 12.FIESTAS Y FERIAS BARRANQUILLA.....	20
Tabla 13. OTRAS ACTIVIDADES BARRANQUILLA	21
Tabla 14. HOTELES BARRANQUILLA	22
Tabla 15. RESTAURANTES RECOMENDADOS	22
Tabla 16. VIAS Y ACCESOS SANTA MARTA	23
Tabla 17. FIESTAS Y FERIAS SANTA MARTA.....	23
Tabla 18. OTRAS ACTIVIDADES SANTA MARTA.....	24
Tabla 19. HOTELES SANTA MARTA.....	25
Tabla 20. VIAS Y ACCESOS MEDELLIN.....	26
Tabla 21. FIESTAS Y FERIAS MEDELLIN	27
Tabla 22. OTRAS ACTIVIDADES MEDELLIN	28

Tabla 23. HOTELES MEDELLIN	29
Tabla 24. RESTAURANTES MEDELLIN	29
Tabla 25. VIAS Y ACCESOS SANTANDER	30
Tabla 26. FIESTAS Y FERIAS SANTANDER.....	30
Tabla 27. OTRAS ACTIVIDADES SANTANDER.....	31
Tabla 28. HOTELES SANTANDER.....	32
Tabla 29. RESTAURANTES SANTANDER.....	32
Tabla 30. VIAS Y ACCESOS BOYACA.....	33
Tabla 31. FIESTAS Y FERIAS BOYACA	33
Tabla 32. HOTELES BOYACA	35
Tabla 33. RESTAURANTES RECOMENDADOS BOYACA.....	35
Tabla 34. VIAS Y ACCESOS BOGOTA	36
Tabla 35. FIESTAS Y FERIAS BOGOTA	37
Tabla 36. OTRAS ACTIVIDADES BOGOTA.....	38
Tabla 37. HOTELES BOGOTA.....	41
Tabla 38. RESTAURANTES BOGOTA	42
Tabla 39. VIAS Y ACCESOS EJE CAFETERO	43
Tabla 40. FIESTAS Y FERIAS EJE CAFETERO.....	43
Tabla 41. OTRAS ACTIVIDADES EJE CAFETERO.....	44
Tabla 42. HOTELES EJE CAFETERO.....	45
Tabla 43. RESTAURANTES EJE CAFETERO.....	45
Tabla 44. VIAS Y ACCESOS HUILA	46
Tabla 45. FIESTAS Y FERIAS HUILA.....	46
Tabla 46. OTRAS ACTIVIDADES HUILA.....	46

Tabla 47. HOTELES HUILA.....	47
Tabla 48. RESTAURANTES HUILA.....	47
Tabla 49. VIAS Y ACCESOS PACIFICO	48
Tabla 50. FIESTAS Y FERIAS HUILA.....	49
Tabla 51. OTRAS ACTIVIDADES HUILA.....	49
Tabla 52. HOTELES HUILA.....	51
Tabla 53. RESTAURANTES HUILA.....	52
Tabla 54. VIAS Y ACCESOS AMAZONAS	52
Tabla 55. FIESTAS Y FERIAS AMAZONAS	53
Tabla 56. OTRAS ACTIVIDADES AMAZONAS.....	53
Tabla 57. HOTELES AMAZONAS	54
Tabla 58. ENCUESTA A PROVEEDORES.....	62
Tabla 59. ENCUESTA A CLIENTES.....	63
Tabla 60. ANALISIS CLIC POR MES.....	75
Tabla 61. INVERSION CASA EDITORIAL EL TIEMPO	76
Tabla 62. DESCRIPCION MODELO.....	80
Tabla 63. ANALISIS DE INGRESOS Y EGRESOS	84
Tabla 64. Cotización ZOLA DESIGN.....	90
Tabla 65. COTIZACION UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES	90
Tabla 66. COTIZACION INTERNET YA.....	90
Tabla 67. TABLA DE EGRESOS.....	91

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: DIVISION DE COLOMBIA POR REGIONES DE INTERES.....	9
Ilustración 2. REDESCUBRE COLOMBIA.....	56
Ilustración 3. ANUNCIO FACEBOOK	75
Ilustración 4. MODELO PORTAL HOTEL.....	81
Ilustración 5. MODELO PORTAL - ATRACCIONES TURISTICAS.....	82
Ilustración 6. MODELO PORTAL - RESTAURANTES.....	83
Ilustración 7. VISITAS REALIZADAS AL PORTAL DESDE UN MOTOR DE BUSQUEDA	86
Ilustración 8 Comportamiento Expedia	87

RESUMEN

Redescubriendo Colombia busca incentivar el turismo colombiano mediante el uso de herramientas tecnológicas, que permitan ofrecer un servicio integrado donde el usuario disminuya el tiempo y el esfuerzo que debe invertir cuando busca adquirir servicios turísticos.

Nuestra idea es determinar que viabilidad tiene el montaje de una página en Internet, donde los usuarios tengan en ella, toda la información respecto a las ferias, fiestas y actividades en las diferentes épocas del año en Colombia, el plus de nuestra página respecto a otras es que el usuario tendrá la posibilidad además, de adquirir los servicios básicos que necesita para su viaje: tiquetes, hospedaje, descuentos en restaurantes entre otros; además de la información respecto a vías, accesos, medios de transporte, actividades dentro de las ciudades, y toda la demás información que requiera para hacer de su viaje el ideal.

La página permitirá que los usuarios conozcan a profundidad, las ciudades y lugares que pretende visitar, tenga una información más clara y detallada de los servicios que puede adquirir en los destinos que visita, y hacer una programación de su viaje más puntual.

PALABRAS CLAVE

- TURISMO
- PLAN DE NEGOCIO
- PORTAL INTERACTIVO
- SERVICIO
- CLUSTER

ABSTRACT

Re-discovering Colombia it seeks to stimulate the Colombian tourism by means of the use of technological tools, which allow to offer an integrated service where the user diminishes the time and the effort that it must invest when it seeks to acquire tourist services

Our idea is to determine the viability of a page in Internet, where the users have in her, all the information about the fairs, holidays and activities in the different epochs of the year in Colombia, the bonus of our page with regard to others is that the user will have the possibility in addition, of acquiring the basic services that he needs for his trip: ticket, accomodations, discounts in restaurants between others; besides the information about routes, accesses, transport, activities inside the cities, and all the other information that it needs to do of his trip the ideal one.

The page will allow that the users should know , the cities and places that it tries to visit, have a clearer and detailed information of the services that it can acquire in the destinations that he visits, and do a programming of his more punctual trip.

KEY WORDS:

- TOURISM
- PLAN OF BUSINESS
- INTERACTIVE PORTAL
- SERVICE
- CLUSTER

!!REDESCUBRIENDO COLOMBIA!!

...Generamos Valor.....

INTRODUCCION

¿Y qué es la globalización?, dentro de todas las definiciones que nos dan los libros, las páginas de Internet entre otras fuentes de información, podríamos resumir que la globalización es un proceso que consiste en la comunicación entre los diferentes países del mundo, buscar su conexión e interdependencia económica, tecnológica, social y cultural. Su llegada fuertemente criticada por la falta de flexibilidad de algunos países y de visión que no entendían que no se trataba de una imposición sino de un cambio necesario, estaba argumentada por la pérdida de identidad de cada país, pérdida de costumbres y de culturas.

Revisando el tema hoy en día, podríamos decir que a pesar de encontrar que los argumentos en contra de la globalización estaban perfectamente fundamentados, no han resultado en lo que se imaginaba, pues encontramos que el tema de la globalización llevo a los países a preocuparse por una preparación interna en todos los aspectos, para competir directamente con otros países que entraran en su mercado y que fuesen un riesgo para su estabilidad económica.

Hablando puntualmente del turismo, encontramos que los países menos desarrollados encontraron en éste, el negocio propicio para competir buscando revertir la pobreza extrema en la que se encuentran.

Todo este tema de globalización vino acompañado con la presidencia de Álvaro Uribe Vélez en nuestro país durante dos periodos (2002 – 2010), quien se preocupó por reactivar el turismo cultural en nuestro país, bajo el lineamiento de políticas de seguridad que le afirmaran en primer medida a sus habitantes, la tranquilidad y seguridad de viajar dentro del país, que años atrás se había perdido. “Los más significativos e impactantes resultados de las acciones emprendidas por el Gobierno desde el 2002, están asociados a la Política de Seguridad Democrática. Esto ha permitido mantener una tendencia decreciente y constante en los principales indicadores de violencia y criminalidad. Sin duda, estos éxitos promueven y estimulan el

aumento de la inversión, el crecimiento de la economía y la disminución de la pobreza del país..”¹

Trabajar primero en darle seguridad a sus habitantes y en fomentar el turismo a nivel interno, fue una de las mejores estrategias hechas por este gobierno, pues que mejor imagen a nivel externo, que ver como los habitantes de un país disfrutaban viajando dentro de su país sin ningún riesgo y que elijan como primer destino sus propias tierras.

¿Pero que es turismo cultural?, según el portal iberoamericano de gestión cultural de Barcelona, turismo cultural es “... aquel segmento del mercado turístico que ofrece al visitante un conocimiento más profundo de otras culturas, costumbres y tradiciones, otras formas de vivir y de entender el mundo. Ofrece un contacto más cotidiano y cercano del comportamiento cultural de otras poblaciones.

Bajo este concepto, entre las distintas modalidades del turismo cultural encontraríamos al: turismo gastronómico, turismo religioso, turismo patrimonial, turismo educativo, turismo étnico, turismo oscuro, entre otros tipos de turismo...”², es este el tipo de turismo en el que el ministerio de turismo, industria y comercio, junto con las políticas del gobierno, han tratado de difundir en el país, encontrando resultados muy positivos, pues los colombianos volvieron a confiar y reavivaron su interés por conocer y descubrir su país, la inversión se ha dirigido entonces a este sector y hoy día es un sector en desarrollo que genera empleo, inversión extranjera, apropiación del patrimonio cultural, crecimiento, entre otro número de variables que define este sector como una importante opción para invertir.³

Encontramos entonces una excelente oportunidad de negocio, en un sector en desarrollo y con una necesidad identificada, ¿qué necesidad? Acceso a información y facilidades para el acceso a paquetes turísticos, ¿Qué es esto?, con la tecnología dispuesta por la época en la que estamos, tenemos las herramientas necesarias para ofrecer a nuestros clientes un servicio que le facilite acceder a planes turísticos en su propio país (Colombia), reduciendo el tiempo que debe invertir en contratar servicios independientes, tales como transporte, alojamiento, alimentación, entre otros.

Colombia es un país rico en actividades, fiestas, tradiciones, y un sin número de atracciones turísticas que nos permiten ofrecer un servicio que llega a la necesidad de

¹ URIBE VELEZ, ALVARO. Informe al congreso 2009 (EN LINEA). [Consultado 5 Mayo 2010]. Disponible en: <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/LinkClick.aspx?fileticket=c6CW6foLCV8%3d&tabid=210>

² GUERRA CHIRINOS, DIANA. Los actores del turismo cultural, una introducción a los avances y perspectivas en su estudio y aplicación (EN LINEA). [Consultado 5 Mayo 2010]. Disponible en: http://www.gestioncultural.org/gc/private/analisisSectoriales/pdf/DGuerra_Actores.pdf

nuestros usuarios finales, cuando estos buscan gastar sus vacaciones de la forma más cómoda, agradable y sencillamente posible. Buscaremos entonces determinar la viabilidad de un portal Web enfocado en el turismo de nuestro país, analizando el sector turístico, formulando modelos que sean interesantes para nuestros proveedores y que nos permitan trabajar como Cluster

Nuestra página permitirá captar el interés del usuario, pues pondrá en sus manos la información y el paquete de servicios que requiere para sus viajes, lograremos entonces incentivar el turismo interno del país, apoyándonos también en las políticas de seguridad que permiten hoy en día a los colombianos movilizarse por las carreteras y dirigirse a los destinos que desea dentro del país sin temor alguno.

Con ello lograremos aportar a todos los sectores de nuestro país, pues el turismo genera empleo, inversión en la infraestructura del país, aporte a sectores hoteleros, de alimentos, construcción, entre otros, podemos remitirnos a cifras del 2009, donde el turismo aportó en divisas durante el primer semestre 2.499 millones de dólares demostrando así como el sector turismo se está convirtiendo en uno de los sectores más importantes para el país.

1. ENTORNO DEL NEGOCIO

1.1. Análisis Macro:

Colombia cuenta con más de 43 millones de habitantes, distribuidos en 32 departamentos con diferencias culturales, climáticas, demográficas, geográficas, entre otras, que hacen de Colombia, un lugar ideal para conocer. Pero sabiendo que nuestro negocio hará uso de una herramienta tecnológica para llegar a nuestros consumidores, debemos entender un poco más de ella para reconocer por que el negocio es viable.

La tecnología de hoy en día como lo nombramos anteriormente, nos da la posibilidad de ofrecerle a nuestros clientes un servicio completamente integrado y que se adapte a las necesidades que el ser humano cada día desarrolla, esto es, que con las posibilidades que hoy Internet nos ofrece, los consumidores finales se vuelven cada vez más exigentes por que reconocen más y más servicios y opciones que la red les puede entregar. La revolución que encontramos con la Web 2.0⁴ en la que se logró un vuelco tecnológico con la posibilidad de modificar contenidos e información por parte del usuario final, abrió paso a una nueva era en la que la interacción entre la maquina (computador) y el hombre es cada vez mayor. Por otro lado, debemos tener en cuenta que la brecha entre quien podría tener acceso a Internet y quien no, es cada vez menor, "...Las cifras de penetración de Internet en Colombia revelan que este medio ya dejó de ser sólo para unos pocos privilegiados, o sólo para jóvenes. Según la Comisión de Regulación de Comunicaciones, en septiembre había 20,7 millones de ciudadanos conectados, una cifra que equivale al 46% de la población y que posiciona al país como el tercero con mayor penetración en toda Latinoamérica, después de Chile y Argentina..."⁵ esto representa una ventaja para nuestro negocio, por que encontramos que va a llegar a más ciudadanos que se ubiquen dentro del target al que buscamos enfocarnos; según la comisión de regulación de comunicaciones, Internet llega a 20,7 millones de Colombianos, y más del 90% de estos, se conecta a través de conexiones de banda ancha, la penetración de Internet se ve mayormente en los estratos altos, donde alcanza un 80%, mientras que en los medios representa un 60 % y en bajos un 30%, aun así en las dos últimas escalas, encontramos que son cifras que tienden a subir, sobre todo por el crecimiento de los usuarios de telefonía móvil con planes de Internet que hoy son más de 800.000, Internet se posiciona entonces como el medio más usado y de mayor interés y atención, por ser el medio con la publicidad más

⁴ Dougherty, Dale. Web 2.0 (EN LINEA) [Consultado en Mayo 8 2010]. Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

⁵ MEDIOS MILENIUM 2009, En 2010 se acelerará la revolución digital en Colombia, (EN LINEA), [Consultado en Mayo 12 de 2010]. Disponible en: <http://www.mediosmilenium.com/sala-de-prensa/15-noticias-/130-en-2010-se-acelerara-la-revolucion-digital-en-colombia>

entretenida, más creíble, a tiempo y más completa que cualquier otro medio, se ha convertido en el medio obligado y complementario para cualquier otro tipo de medio tradicional, las empresas ahora usan la Red para ampliarle a sus clientes la información respecto de sus productos y/o servicios.

Un estudio de la firma ComScore encontró que en Colombia, los usuarios se conectan en promedio 7,9 horas a la semana, siendo Latinoamérica el continente con los usuarios que más tiempo invierten en Internet, las actividades favoritas de la Web 2.0 son ver y publicar fotografías un 86%, escribir comentarios un 75%, compartir archivos un 45% y ver videos un 37%, aun así, la cultura de la compra en línea es muy baja, los usuarios en Colombia prefieren la compra offline, lo que representa un reto para nuestra empresa, pues nuestro negocio está ligado completamente a compras en línea y debemos buscar dar garantía y la seguridad al usuario final, de poder adquirir sus productos en línea obteniendo mayores y mejores beneficios en reducción de tiempos, costos entre otros sin peligro alguno.

Por otro lado, debemos revisar también el interés de los turistas por los destinos que Colombia ofrece, encontramos cifras muy positivas para el 2010, revisando la temporada 2009 – 2010, en un 39% creció el número de pasajeros nacionales movilizados entre Enero y Abril de 2010, frente al mismo periodo de 2009, de igual forma, Colombia recibió un aumento en los cruceros a nuestros destinos en un 22%

Revisando puntualmente viajeros extranjeros, entre Enero y Abril del 2009 llegaron a Colombia 425.082, para el 2010 la cifra aumentó significativamente a 447.112, que escogen como destinos preferidos a Bogotá, Cartagena, Medellín, Cali, San Andrés, Barranquilla, Bucaramanga, Santa Marta, Cúcuta, Pereira entre otros. Este es un Target que debemos revisar muy bien, aunque inicialmente nuestra página va dirigida a turistas nacionales, no podemos dejar de lado cifras tan importantes que significarían para nuestro negocio un ingreso y movimiento muy importante, tendremos en cuenta, el uso de Banners y espacios en páginas internacionales, donde los extranjeros puedan entrar a nuestra página, revisar y adquirir los planes que ofrecemos. Nuestro Target principal, muestra también un crecimiento importante, según el ministerio, para los primeros 4 meses del 2010, se movilizaron 39,2% más pasajeros nacionales que en el 2009, esto fue, un paso de 2.901.718 en el 2009 a 4.039.415 en el 2010. Por tierra, INVIAS encontró un crecimiento del 2,9% respecto del 2009, así mismo las visitas a parques nacionales que es otro canal que vamos a atacar fuertemente, presento un

crecimiento del 8,9% en parques como el Tayrona, Corales del Rosario y el Parque de los Nevados.⁶

Años tras año, las cifras han venido en aumento, estos resultados nos permiten justificar que hay una demanda en crecimiento que debemos enganchar con un servicio innovador y que satisfaga las necesidades que están sin ser atendidas, nuestra página entregara un servicio que los turistas hoy día no encuentran y que resolvería muchas dificultades que los turistas encuentran a la hora de tomar la decisión de viajar y visitar diferentes destinos dentro de nuestro país.

1.2. Análisis del Sector:

1.2.1. Análisis general del sector

Colombia es el único país que posee costas tanto en el océano Pacífico como en el Atlántico, lo que le permite una comunicación y fácil acceso con otros mercados. Su ubicación le permiten tener una diversidad climática y una abundancia en recursos diferenciadora y reconocida en el mundo entero, pues Colombia posee el 15% de la biodiversidad del mundo con un vasto número de microcuencas, ríos, lagos, ciénagas, valles fluviales, entre otros; posee la montaña costera más alta del mundo, el lugar más lluvioso de todo el planeta, todos los climas y ecosistemas, dos océanos, con 9.325.859 hectáreas declaradas como Parques Nacionales Naturales, de las aproximadamente 1 millón tiene potencial ecoturístico.

Colombia cuenta con una población de 44 millones de habitantes, que crece a un 1,8% anual. El 90% de la población tiene menos de 50 años y el 78%, está en edad de trabajar.

En el ámbito de la formación turística, Colombia es líder en Latinoamérica al mismo nivel de países como México y Argentina que se distinguen en este tema.

El sector Turismo es para Colombia una fuente de negocios supremamente importante, los atractivos que el país posee le dan la posibilidad de competir con otros mercados, pues es el único país de América que al mismo tiempo es caribe, pacífico, andino, llanero y amazónico, lo que le permite ofrecer sol y playa; historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura; ferias y fiestas y ciudades capitales.

⁶ REVISTA DINERO, Continúa el buen momento del turismo en Colombia, fecha de publicación Junio 23 2010 (EN LINEA) [Consultado en Junio 26 de 2010] Disponible en: http://www.dinero.com/negocios-online/turismo/continua-buen-momento-del-turismo-colombia_73408.aspx

De las cifras que más nos interesan como negocio, es que el mercado nacional, representa el 80% de la demanda turística del país, concentrada en las principales festividades del año que se celebran en el país y las temporadas vacacionales de mitad y fin de año, siendo el transporte terrestre el más usado por los viajeros, esto se debe también a los programas que el gobierno ha implementado para incentivar el turismo dentro del país, como lo nombramos anteriormente, con el programa de seguridad democrática.

Según el Banco Central de Colombia, el turismo le ha venido aportando al crecimiento de la economía entre el 0,14% y el 0,16% en los últimos años,⁷ por otro lado, este sector genera 7 mil setecientos empleos directos, cifra que tiene tendencia a la subida, pues las grandes cadenas como Hyatt, Marriot, Hilton, Estelar, entre otras, tienen proyectado para el corto plazo, 18 proyectos que significarían el empleo de 2 mil 200 empleos directos y 4 mil 270 indirectos, teniendo como principal ciudad para inversión a Bogotá. Para estos proyectos la oferta habitacional superior y de lujo crecerá enormemente, actualmente la ciudad cuenta con 4 mil 894 habitaciones y con la puesta en marcha de estos proyectos, esta oferta se duplicara a 8 mil 132 habitaciones.⁸

Definitivamente este es un sector en crecimiento, en el 2009, el turismo en Colombia creció un 9% en la temporada entre Enero y Agosto respecto al mismo periodo en el 2008, cuando el mundo experimentaba una caída del 8% en este sector por la crisis económica, esto se logró gracias al trabajo de muchos años por incentivar el turismo donde el país invirtió entre el 2002 y el 2009 cerca de 50 millones de dólares, recibiendo a cambio en ingresos de divisas cerca de 2633 millones de dólares cuando hace 8 años apenas recibió 1237 millones de dólares.

Durante este periodo también logramos una mejor conexión entre ciudades principales por vía aérea que antes no existía, para el 2009 el país incremento las frecuencias aéreas a 120, y con ellas se logró unir destinos como Panamá-Bucaramanga; Barcelona-Bogotá; Caracas-Medellín; Fort Lauderdale-Armenia y Medellín, entre otros.

1.2.2. Variables del sector de nuestro interés

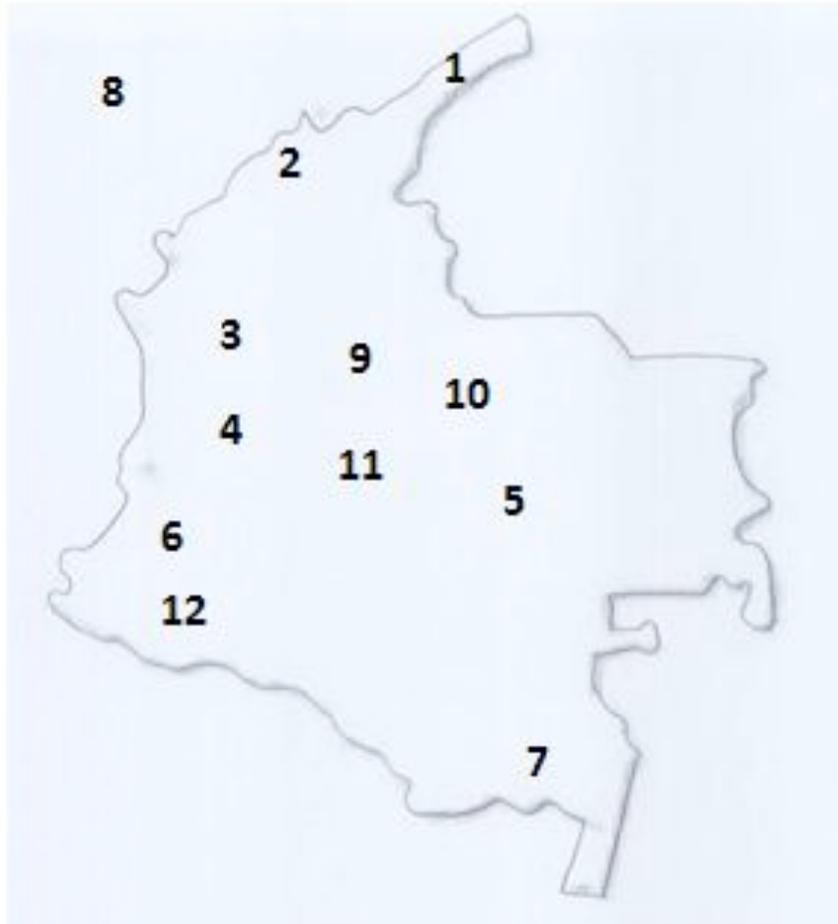
Con lo anterior, debemos entrar a revisar la oferta que queremos entregarles a nuestros clientes, para ello, revisamos el mapa de Colombia y las variedades que ofrece, dividiéndolo en 12 regiones que reúnen en sus diferentes aspectos que pueden atraer

⁷ Revisar Anexo: BANCO CENTRAL DE COLOMBIA Y DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADISTICA, Contribución del turismo al progreso económico (EN LINEA) [Consultado en Junio 26 de 2010]

⁸ ASOCIACION HOTELERA DE COLOMBIA COTELCO, Indicadores hoteleros preliminares Abril 2010, Publicación No. 102, Mayo de 2010. (EN LINEA). [Consultado en Julio1 de 2010]

al consumidor final, de cada región, decidimos revisar sus generalidades, ferias, fiestas y carnavales, actividades alternas a las fiestas para otras temporadas, oferta hotelera , vías y medios de transporte, restaurantes, entre otros, las regiones estudiadas fueron las siguientes:

Ilustración 1: DIVISION DE COLOMBIA POR REGIONES DE INTERES



- | | |
|----------------------|---------------|
| 1. GUAJIRA | 7. AMAZONAS |
| 2. COSTA ATLANTICA | 8. SAN ANDRES |
| 3. ANTIOQUIA | 9. SANTANDER. |
| 4. EJE CAFETERO | 10. BOYACA |
| 5. LLANOS ORIENTALES | 11. BOGOTA |
| 6. PACIFICO | 12. HUILA |

Fuente. De los autores

1.2.2.1. GUAJIRA

La Guajira es el departamento más septentrional de Colombia y de Suramérica. Está localizado en la Península de la Guajira, pertenece al grupo de departamentos que conforman la Costa Atlántica Colombiana, adentrándose en el mar Caribe que la rodea tanto al norte como al occidente. Su capital es Riohacha a donde llegan los vuelos para visitar la ciudad, tiene una extensión de 20.848 km² que se dividen en: La Alta Guajira, de terreno llano y desértico, La Baja Guajira, conocida también como Provincia de Padilla, en donde se aloja la mayoría de la población del departamento y La Media Guajira, en el flanco y piedemonte norte de la Sierra Nevada de Santa Marta.

La temperatura se encuentra entre 27 y 30°C, con máximas de hasta de 45°C. En la parte montañosa la temperatura mínima llega hasta los 3°C, y lluvias solo se presentan entre septiembre y diciembre. El clima de La Guajira ha generado una vegetación muy típica, con arbustos espinosos y cactus. Es la zona más seca del país.

La población indígena Wayuu representa más del 40% de toda la población guajira, por lo cual la lengua Wayuunaiki es considerada la lengua co-oficial de la Guajira, después del español.

- VIAS Y ACCESOS

Tabla 1: Vías de Accesos de la Guajira

TERRESTRE	AEREO
<p>Se accede por vía terrestre partiendo desde Bogotá en un recorrido de 1118 kilómetros por carretera pavimentada hasta la ciudad de Riohacha, capital del Departamento.</p> <p>- Desde Cartagena de Indias, bordeando el Mar Caribe, y visitando las ciudades de Barranquilla y Santa Marta, se llega a Riohacha. El recorrido es de 375 kilómetros por carretera pavimentada.</p> <p>- Desde Valledupar, capital del Departamento del César, por vía terrestre, se puede acceder hasta Riohacha por carretera pavimentada en un recorrido de 193 kilómetros</p>	<p>- Por vía aérea, desde Bogotá hasta el aeropuerto Almirante Padilla de Riohacha. El traslado toma aproximadamente una hora con treinta minutos</p> <p>- Desde Cali, los viajeros deben tomar un vuelo a Bogotá aproximadamente de 1 hora, y otro de Bogotá a Riohacha</p> <p>- Desde Medellín, los viajeros deben tomar un vuelo a Bogotá aproximadamente de 50 minutos, y en Bogotá tomar el vuelo a Riohacha</p> <p>- Desde Bucaramanga, los viajeros deben tomar un vuelo a Bogotá aproximadamente de 55 minutos, y en Bogotá tomar el vuelo a Riohacha</p>

FUENTE. 1 Información recopilada por los autores

- **FIESTAS Y FERIAS**

Tabla 2. FIESTAS Y FERIAS LA GUAJIRA

FIESTA	INFORMACION GENERAL	DURACION	PRINCIPALES ACTIVIDADES
Festival de la cultura Wayuu	El evento se creó en 1985, con ocasión de la conmemoración de los cincuenta años de la fundación del municipio de Uribia. Con la mezcla de música tradicional, rituales, costumbres, artesanías, foros, expediciones y juegos, los Wayúu muestran al mundo su enorme riqueza cultural que, transmitida de generación a generación en forma de mitos y leyendas, ayudó a conservar sus costumbres ancestrales, tradiciones y el folclor	Todos los años varia, siempre se trata de un fin de semana de tres días entre los meses de Mayo y Junio	<ul style="list-style-type: none"> - Exhibiciones de artesanías - Muestras gastronómicas - Obras teatrales (Participan niños y jóvenes Wayuu, representando las costumbres de su cultura) - Concursos de canto, baile, cuentos, entre otros
Festival y reinado Nacional del Dividivi	Recibe este nombre a partir del árbol del Dividivi, que se considera simbólico del departamento, ya que crece silvestremente allí. Su fruto es como una vainita enroscada y tiene una sustancia llamada tanino que sirve como materia prima para producir un tónico que es utilizado en todas las curtiembres nacionales.	Se festeja los días 28, 29, 30 de junio y el 1 de julio, ya que para este día se celebra la creación del departamento de La Guajira.	<ul style="list-style-type: none"> - Reinado - Conciertos - Concursos de baile
La fiesta de la virgen de los remedios	Es de gran importancia para los riohacheros, ya que tiene la tradición de fiesta Religiosa – Cultural, y quizás no haya una tradición tan anclada en el alma popular que la de los Remedios en Riohacha, pues sus raíces históricas contribuyen para que así haya ocurrido, la	Se celebra el 2 de Febrero de cada año	<ul style="list-style-type: none"> - Festival gastronómico - Parrandas vallenatas - Fiestas religiosas

	salvación a un maremoto que amenazo con arrasar la ciudad.		
Festival y reinado nacional del carbón	<p>Es un evento artístico y cultural cuyo objetivo es celebrar en el marco de las fiestas patronales, las fiestas del carbón, mostrar y estimular los valores artísticos, culturales y folclóricos de la región.</p> <p>De igual manera, se busca fomentar y promover el conocimiento que debe tener la opinión nacional sobre lo que representa la industria del carbón para la economía de la Nación.</p>	Se celebra los 10, 11, 12, y 13 de octubre	<ul style="list-style-type: none"> - Concurso de acordeón aficionado - Piqueria - Concurso de canción inédita - Reina con desfile de carrozas - Muestra regional de danzas - Presentación de grupos regionales de Folclor - Muestra de pinturas y artesanías

FUENTE. 2. Información recopilada por los autores

- OTRAS ACTIVIDADES

Tabla 3.OTRAS ACTIVIDADES LA GUAJIRA

ACTIVIDAD	INFORMACION GENERAL
Alta Guajira	<p>La Guajira Alta como es conocida en toda la región y ha suscitado un reciente interés que ha motivado el conocimiento de sus hermosas playas y su fascinante geografía de la que hace parte la Macuira.</p> <p>Los ecosistemas que se pueden visitar son: Desiertos, playas y los Bosques de Niebla. La temperatura promedio de la región es de 25 a 30 grados centígrados.</p> <p>El servicio de transporte terrestre se realiza en campero desde Riohacha ida y regreso. El alojamiento se presta en albergues, rancherías y poblados, lo mismo que la alimentación</p>
El cerrejón	El Cerrejón es la operación de minería de carbón de exportación abierto más grande del mundo. Localizada en la península y departamento de La Guajira, al noreste de Colombia y de Suramérica.

	<p>La capacidad actual de producción de carbón se estima en 27.5 millones de toneladas métricas por año.</p> <p>Debido a su calidad competitiva y productiva se ha convertido en uno de los proveedores mayoritarios del mercado internacional, consolidándose así como: "Operación de Clase Mundial" que trae consigo progreso, bienestar, y un buen posicionamiento de Colombia a nivel internacional</p>
Manaure	<p>Población ubicada a dos horas de Riohacha, donde la extracción de sal por parte de los wayúu constituye un verdadero espectáculo.</p> <p>Su temperatura media es de 28°C. Es un terreno totalmente desértico adornado por cactus y dividivis. Las Gaviotas y los Pelícanos son las aves marinas que comúnmente habitan la región.</p> <p>Su principal vía de acceso es por carretera desde Riohacha. Viaje aproximado de dos horas. Desde Uribia son 25 Kilómetros también por carretera.</p> <p>En verano, durante diciembre, enero y febrero se puede utilizar un carreteable que sigue la orilla del mar, esto con el fin de apreciar mucho más cerca la belleza de sus aguas.</p>
El cabo de la vela	<p>En este hermoso lugar hay varias playas de singular belleza y sitios bastante interesantes como es el caso del Faro y el cerro Pílon de Azúcar, ambos con un profundo significado mitológico para la tribu de los Wayúu, ya que ellos creen que al morir, sus almas pasan por este sitio. En este sitio las playas son doradas, rodeadas del azul intenso del mar.</p> <p>Como buen paraje costero, sus restaurantes cuentan con una gran variedad de platos de mar, dentro de los que sobresalen la langosta, el pargo y los mariscos</p>

FUENTE. 3. Información recopilada por los autores

- HOTELES

Tabla 4. HOTELES LA GUAJIRA

CIUDAD	CIUDAD	CIUDAD
RIOHACHA	URIBIA	EL CABO DE LA VELA
<ul style="list-style-type: none"> - Hotel Gimaura - El Castillo del Mar - Hotel Arimaca - Hotel Las Vegas - Hotel Las Dos Palmas - Hotel Arenas - Programas de Posadas turísticas 	<ul style="list-style-type: none"> - Hotel Juyasirain - Hotel Almirante Padilla - Hotel Palaaima 	<ul style="list-style-type: none"> - Posadas Wayúu

FUENTE. 4. Información recopilada por los autores

- RESTAURANTES RECOMENDADOS

Tabla 5. RESTAURANTES RECOMENDADOS LA GUAJIRA

RIOHACHA	URIBIA	EL CABO DE LA VELA
<ul style="list-style-type: none"> - Alcatraz balcón bar - Restaurante villa del mar - Restaurante el malecón - Restaurante Papillon 	<ul style="list-style-type: none"> - El caracol 	

FUENTE. 5. Información recopilada por los autores

1.2.2.2. COSTA ATLANTICA

• CARTAGENA

Cartagena de Indias o Cartagena, es la capital del departamento de Bolívar. Es el principal destino turístico de Colombia. Desde 1991 Cartagena es un Distrito Turístico y Cultural. La ciudad está localizada a orillas del Mar Caribe y es uno de los epicentros turísticos más importantes de Colombia, como también el segundo centro urbano en importancia en la Región Caribe colombiana, después de Barranquilla.

El 11 de noviembre de 1811 Cartagena se declaró independiente de España. Este día es fiesta nacional en Colombia y en la ciudad es celebrado durante cuatro días conocidos como las "Fiestas de Independencia". Desde 1933, el 11 de noviembre sirve como día para la elección y coronación de la Señorita Colombia en el Concurso Nacional de Belleza.

Con el paso del tiempo, Cartagena ha desarrollado su zona urbana, conservando el centro histórico y convirtiéndose en uno de los puertos de mayor importancia en Colombia, así como célebre destino turístico, con los municipios de Turbaco, Arjona, Turbana, Santa Rosa, Santa Catalina, Clemencia, María La Baja , Mahates, San Etanislao, Arenal y Villanueva siendo Cartagena su núcleo. Su centro histórico, la «Ciudad Amurallada», fue declarado Patrimonio Nacional de Colombia en 1959 y por la Unesco Patrimonio cuarta maravilla de Colombia de la Humanidad en 1984. En el año 2007 su arquitectura militar fue galardonada como la

- VIAS Y ACCESOS

Tabla 6. VIAS Y ACCESOS CARTAGENA

TERRESTRE	AEREO
<p>Los buses comunes son el sistema de transporte más común en las ciudades de Colombia. Consta de unas 35 rutas. Estos buses son en gran mayoría propiedad de dueños particulares. En general todas las rutas recorren de extremo a extremo la ciudad, utilizando los dos ejes arteriales de la ciudad: Avenida Pedro de Heredia y Avenida del Bosque.</p> <p>El viaje por vía terrestre de Bogotá a Cartagena tiene una duración de 20 horas en medio de transporte masivo, en particular es más o menos unas 16 horas.</p>	<p>Cartagena cuenta con el Aeropuerto Internacional Rafael Núñez, Está situado dentro del perímetro urbano de Cartagena de Indias, lo que permite un fácil acceso desde cualquier sitio de la ciudad.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desde Bogotá a Cartagena aproximadamente el vuelo es de 1 hora y 25 minutos. - Desde Cali, el vuelo tiene una duración de 1 hora y 30 minutos. - Desde Medellín, los viajeros deben tomar un vuelo a Bogotá aproximadamente de 30 minutos, y en Bogotá tomar el vuelo a Cartagena. - Desde Bucaramanga el vuelo tiene una duración de 55 minutos a la ciudad de Cartagena.

FUENTE. 6. Información recopilada por los autores

- FIESTAS Y FERIAS

Tabla 7. FIESTAS Y FERIAS CARTAGENA

FIESTA	INFORMACION GENERAL	DURACION	PRINCIPALES ACTIVIDADES
El Cartagena Festival Internacional de Música.	Ha buscado fortalecer el desarrollo musical de Colombia. La Fundación Salvi Colombia –entidad que lo organiza- ha aprovechado cada una de las versiones del Festival para traer grandes músicos invitados que se sorprenden con la acogida del público y la alegría e interés con que estudiantes y profesores de música aprovechan las clases magistrales que	En el mes de Enero.	- Exhibiciones Musicales

	allí se realizan.		
Fiestas de Nuestra Señora de la Candelaria	La Fiesta de Nuestra Señora de La Candelaria, la más importante dentro del desarrollo histórico y cultural del Departamento de Bolívar y toda la región de la Costa Atlántica, debe su título en gran medida a que ha permitido la construcción de la identidad cultural de este puerto marítimo de Cartagena, que siempre se ha caracterizado por su gran movimiento, especialmente, en la exportación de mercancías.	Febrero.	<ul style="list-style-type: none"> - Cumbias - Danzas - Gaitas - Gastronomía - Fiestas religiosas.
Festival del Frito	Paralelo a las Fiestas de la Virgen de La Candelaria se celebra este festival donde compiten las más reconocidas fritangas de la ciudad, brindando el sabor tradicional de los fritos cartageneros.	Se celebra cada año en el mes de febrero.	<ul style="list-style-type: none"> - Festival gastronómico - Concursos
Festival Internacional de Cine de Cartagena	Es un certamen cinematográfico de carácter internacional que se lleva a cabo desde el año 1960 en la ciudad de Cartagena de Indias al norte del país. Es el certamen cinematográfico más antiguo de América Latina. El creador y director del festival fue el empresario cultural Víctor Nieto Nuñez quien falleció en noviembre de 2008.	Marzo	<ul style="list-style-type: none"> - Exhibiciones. - Premios al cine nacional e internacional.
Sail Cartagena y Festival de Verano	Es un Festival Internacional de Marinos y Veleros procedentes de todas partes del mundo, quienes llegaron a puerto colombiano en su recorrido de la ruta de los galeones en el marco de las celebraciones del Bicentenario de Independencia.	del 19 al 23 de Mayo	<ul style="list-style-type: none"> - Eventos Culturales en la Ciudad - Festival de Verano - Competencias Deportivas - Regata Veleros pequeños - Gran Fiesta de Despedida SAIL 2010

Concurso Nacional de Belleza de Colombia	Es un importante certamen que ha sido celebrado en la ciudad de Cartagena de Indias; la ganadora recibe el título de <i>Señorita Colombia</i> , recorre el país haciendo obras benéficas y representa a Colombia en Miss Universo. La Señorita Colombia ostenta su título por aproximadamente un año, hasta que el concurso elija a su sucesora. En este concurso también se seleccionan finalistas que representan a Colombia en otros certámenes internacionales y acompañan a la Señorita Colombia en su recorrido por el país.	Noviembre	- Diferentes eventos relacionados con el Certamen.
Festival de Jazz bajo la Luna	Cartagena de Indias es la ciudad ideal para promocionar todo tipo de ritmos musicales y el Jazz no podía ser la excepción. A mediados de Diciembre y bajo el encanto de la luna cartagenera, los amantes de esta música se pueden reunir y deleitarse al son de este agradable ritmo.	Diciembre	- Show Musicales - Exhibiciones.

FUENTE. 7. Información recopilada por los autores

- OTRAS ACTIVIDADES

Tabla 8.OTRAS ACTIVIDADES CARTAGENA

ACTIVIDAD	INFORMACION GENERAL
Congresos y Convenciones	CENTRO DE CONVENCIONES CARTAGENA DE INDIAS con sus 19.185m ² de construcción, recibe anualmente miles de visitantes de todos los rincones del mundo y en las más diversas disciplinas. Eventos tan importantes como el IV Congreso Internacional de la Lengua Española y el Microsoft Government Leader Forum entre otros, se han dado cita desde su inauguración en 1982 dando realce a la ciudad, Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad.

FUENTE. 8. Información recopilada por los autores

- HOTELES

Tabla 9.HOTELES CARTAGENA

CIUDAD	CIUDAD	CIUDAD
CARTAGENA	CARTAGENA	CARTAGENA
Hotel Decamerón Cartagena	Hotel San Martín	Hotel Isla del Pirata
Hotel Hilton Cartagena	Hotel Casa India Catalina	Hotel Don Pedro de Heredia
Hotel Decamerón Barú	Hotel Bóvedas de Santa Clara	Edificio Turipaná - Apartamentos
Hotel Decamerón Isla Palma	Hotel San Pedro de Majagua	Casa Lola
Hotel Las Américas	Hotel Almirante Cartagena Estelar	Hotel Dann Cartagena
Hotel Capilla del Mar	Hotel Monterrey	Hotel Bantú
Hotel Caribe	Hotel Bahía	Edificio Kim - Apartamentos
Hotel Tropical Inn Isla Tierrabomba	Hotel San Pietro	Tom Suites
Hotel Charleston Cartagena	Hotel Cartagena Millennium	Hotel Lee

FUENTE. 9. Información recopilada por los autores

- RESTAURANTES RECOMENDADOS

Tabla 10.RESTAURANTES RECOMENDADOS CARTAGENA

CARTAGENA
<ul style="list-style-type: none"> - Club de Pesca - Palo Santo - Juan del Mar - Monte Sacro - Isabella's

FUENTE. 10. Información recopilada por los autores

- **BARRAQUILLA**

Es una ciudad colombiana, capital del departamento del Atlántico. Está ubicada al norte del país, en la Costa Caribe colombiana, sobre la margen occidental del río Magdalena, a 7,5 km de su desembocadura en el mar Caribe. Posee uno de los puertos marítimos y fluviales más importantes y activos de Colombia, además de ser un importante centro comercial, industrial, cultural y universitario de la Región Caribe.

La ciudad es el núcleo del Área Metropolitana de Barranquilla, la cual está constituida además por los municipios de Soledad, Galapa, Malambo y Puerto Colombia. La urbe es sede de una de las festividades folclóricas y culturales más importantes de Colombia: el Carnaval de Barranquilla, declarado Patrimonio Cultural de la Nación por el Congreso de Colombia en 2001 y Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad por la Unesco en 2003.

- **VIAS Y ACCESOS**

Tabla 11.VIAS Y ACCESOS BARRANQUILLA

TERRESTRE	AEREO
<p>Barranquilla se encuentra a una hora de la intersección en Ciénaga de dos importantes arterias viales de Colombia: la Troncal del Magdalena, que la comunica con Bogotá, y la Troncal del Caribe, que hacia el oriente la conecta con Santa Marta, Riohacha, Maicao para más adelante enlazar con la red vial de Venezuela, y que hacia al suroccidente comunica a Barranquilla con Cartagena para luego entrelazar con la Troncal de Occidente, comunicándola así con Sincelejo, Montería y Medellín.</p> <p>La duración del viaje por vía terrestre es de 16 horas. Desde Bogotá</p>	<p>La terminal aérea de Barranquilla es el Aeropuerto Internacional Ernesto Cortissoz, uno de los principales aeropuertos de Colombia, a 7 km de la ciudad, en el vecino municipio de Soledad. El aeropuerto tiene dos terminales, uno para vuelos domésticos y otro para internacionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desde Bogotá la duración aproximada del vuelo es de 1 hora y 35 minutos. - Para los viajeros procedentes de Cali deben tomar un vuelo de aproximadamente 50 minutos y después tomar otro vuelo con una duración de 35 minutos para llegar a su destino. - Los viajeros de Bucaramanga, tienen que tomar un vuelo de 45 minutos a la ciudad de Bogotá para poder llegar a su destino.

FUENTE. 11. Información recopilada por los autores

- FIESTAS Y FERIAS

Tabla 12. FIESTAS Y FERIAS BARRANQUILLA

FIESTA	INFORMACION GENERAL	DURACION	PRINCIPALES ACTIVIDADES
Carnaval de Barranquilla	Uno de los carnavales más festivos y coloridos de Colombia y del Mundo. Más de un millón y medio de personas, entre visitantes y barranquilleros participan en la fiesta. Se celebra desde el sábado hasta el martes anterior al Miércoles de Ceniza, generalmente en el mes de febrero, y en algunas ocasiones a principios de marzo. Tiene una tradición de más de cien años. La temporada de carnaval comienza el segundo sábado de enero, cuando comienzan las fiestas públicas o verbenas, sin embargo, otras actividades directamente relacionadas con el carnaval se suceden durante gran parte del año.	Febrero y Marzo.	<ul style="list-style-type: none"> - Precarnavales - Reinado del carnaval - Reinada del Rey mono. - Festival de Orquestas, - Entierro de Joselito carnaval.
Barranquijazz	Es organizado por la Fundación Cultural Nueva Música. El evento se lleva a cabo principalmente en el teatro Amira de la Rosa. Algunas actividades se realizan en distintos escenarios. En los escenarios de Barranquijazz se han presentado varios de los más grandes músicos de jazz y Latinjazz del mundo	Septiembre	<ul style="list-style-type: none"> - Concursos - Exhibiciones.
Carnaval de las Artes	Cuatro días de reflexión con los más grandes creadores del mundo; un homenaje a la vida y obra de artistas, escritores, músicos, periodistas, caricaturistas, directores de cine, actores, gastrónomos, teatreros y sonodistas. Erotismo, aventura, transformación y burla, como temas de discusión quince días antes del Carnaval de Barranquilla,	Enero	<ul style="list-style-type: none"> - Conversatorios - Concursos - Exhibiciones de arte.

Feria Artesanal y Folclórica	Organizado anualmente por la Cámara de Comercio, su objetivo es incentivar y promocionar los valores creativos de las nuevas figuras de las artes plásticas en el Caribe colombiano	Septiembre	<ul style="list-style-type: none"> - Exhibiciones. - Premios al cine nacional e internacional.
------------------------------	---	------------	--

FUENTE. 12. Información recopilada por los autores

- OTRAS ACTIVIDADES

Tabla 13. OTRAS ACTIVIDADES BARRANQUILLA

ACTIVIDAD	INFORMACION GENERAL
Bocas de Ceniza y el río Magdalena	Un lugar de particular importancia para la ciudad son las Bocas de Ceniza, como se conoce a la desembocadura del río Magdalena en el mar Caribe. Su importancia radica en que constituyen el acceso al Puerto de Barranquilla. Ocasionalmente se organizan paseos fluviales a bordo de planchones que parten de Las Flores hasta el puente Pumarejo y se devuelven hasta Bocas de Ceniza para terminar su recorrido en el punto inicial
El muelle de Puerto Colombia	Construido en 1893 por The Barranquilla Railway&PierCompany bajo la dirección del ingeniero cubano Francisco Javier Cisneros, el muelle del vecino municipio de Puerto Colombia fue en su momento uno de los más largos del mundo. Por él entraron el progreso y cientos de inmigrantes al país a fines del siglo XIX y principios del XX. En 2008 se cerró parcialmente debido a su progresivo estado ruinoso
El zoológico de Barranquilla	Es un santuario de fauna y flora que alberga vistosas especies animales nativas y de otros continentes, haciéndose énfasis en la fauna colombiana y en la protección de las especies amenazadas. Se podrán apreciar más de 500 animales pertenecientes a 140 especies, desde gallinas hasta elefantes o leones, pasando por toda clase de mamíferos, peces, aves, reptiles, anfibios y primates.

FUENTE. 13. Información recopilada por los autores

- HOTELES

Tabla 14. HOTELES BARRANQUILLA

CIUDAD
BARRANQUILLA
<ul style="list-style-type: none">- Puerta del Sol Hotel- El Prado Hotel- DannCarton Barranquilla- San Francisco Hotel- Country Internacional.- Barranquilla Plaza Hotel.

FUENTE. 14. Información recopilada por los autores

- RESTAURANTES RECOMENDADOS

Tabla 15. RESTAURANTES RECOMENDADOS

BARRANQUILLA
<ul style="list-style-type: none">- Chilango- Mariano- Pepe anca- La Malagueta- Camarones en Cacao- Picaditas

FUENTE. 15. Información recopilada por los autores

• SANTA MARTA

Santa Marta es una ciudad colombiana, capital del departamento de Magdalena, en la Región del Caribe. Esta ciudad, emplazada en la Bahía de su mismo nombre, es uno de los principales destinos turísticos del Caribe Colombiano.⁴ Su ubicación entre la Sierra Nevada de Santa Marta, con las mayores cumbres del país, y el Mar Caribe, la hacen atractiva para visitar la variedad de fauna y flora que hay en la zona, además de los sitios culturales e históricos que la ciudad posee. Como un hecho importante, Simón Bolívar falleció en una hacienda de nombre Quinta de San Pedro Alejandrino que en la época se encontraba a las afueras de la ciudad, el 17 de diciembre de 1830. Debido a lo anterior, la constitución de 1991 confirió a Santa Marta el carácter de Distrito Turístico, Cultural e Histórico.

Su núcleo más poblado y de mayor actividad comercial aparece en la tradicional zona central, cerca de la Plaza de Mercado. El plano comprendido entre la Carrera primera,

la Calle 22 y la Avenida del Ferrocarril, puede enmarcar el Centro histórico y núcleo comercial de la ciudad.

- VIAS Y ACCESOS

Tabla 16. VIAS Y ACCESOS SANTA MARTA

TERRESTRE	AEREO
<p>Para llegar a la Ciudad la vía principal es la carretera Troncal del Caribe que hacia el noroeste comunica con Riohacha (165 km) y por el sudoeste con Barranquilla (93 km), Cartagena (209 km); igualmente se comunica por la Troncal del Magdalena con las capitales de los departamentos y numerosas ciudades del interior del país, entre ellas la Capital Bogotá.</p> <p>Dentro de la ciudad podemos destacar la red vial que proporcionan la Avenida del Libertador, la Avenida del Río y la Avenida Santa Rita (Calle 22) que básicamente van de oriente a occidente; las carreras 1ª, 2ª, 5ª, la 19, la Avenida Hernández Pardo que va en dirección al Rodadero y la Avenida del ferrocarril, en sentido Norte-Sur.</p>	<p>La ciudad de Santa Marta, también posee un aeropuerto nombrado Aeropuerto Internacional Simón Bolívar, el cual está situado a 16 km del centro de la ciudad, y del cual se puede llegar a Bogotá, Medellín y Bucaramanga usando las aerolíneas Avianca, AeroRepública, Aires y EasyFly.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Desde Bogotá la duración aproximada del vuelo es de 1 hora y 30 minutos. - Para los viajeros procedentes de Cali deben tomar un vuelo de aproximadamente 50 minutos a la ciudad de Bogota y después tomar otro vuelo con una duración de 1 hora y 30 minutos para llegar a su destino. - Los viajeros de Medellín deben tomar un vuelo de 50 minutos a la ciudad de Bogotá y de ahí puede llegar a su destino. - Los viajeros de Bucaramanga, tienen que tomar un vuelo de 45 minutos a la ciudad de Bogotá para poder llegar a su destino y luego un vuelo de 1 hora y 30 minutos para llegar a la ciudad de Santa Marta.

FUENTE. 16. Información recopilada por los autores

- FIESTAS Y FERIAS

Tabla 17. FIESTAS Y FERIAS SANTA MARTA

FIESTA	INFORMACION GENERAL	DURACION	PRINCIPALES ACTIVIDADES
Fiestas del Mar	Las tradicionales Fiestas del Mar, una vitrina promocional de la ciudad de Santa Marta, son celebraciones llenas de música, alegría, ritmos de tambores y las competencias de los mejores deportes acuáticos que se desarrollan en la mitad del año y en las que participan los turistas	Entre Junio y Julio de cada año.	- Competencias Acuáticas.

	nacionales y extranjeros.		
FESTIVAL DEL CAIMÁN	La población de Ciénaga celebra esta fiesta popular en un interesante encuentro folclórico.	Febrero	
FESTIVAL DE LA CUMBIA	En la población de El Banco. Danza, bailes y canciones inéditas hacen parte de un concurso en homenaje anual a la música autóctona.	Julio	

FUENTE. 17. Información recopilada por los autores

- OTRAS ACTIVIDADES

Tabla 18. OTRAS ACTIVIDADES SANTA MARTA

ACTIVIDAD	INFORMACION GENERAL
La Sierra Nevada de Santa Marta	Compleja red de ecosistemas es única en el planeta, oculta vestigios arqueológicos de la cultura Tayrona como Pueblito y Ciudad Perdida, con sus enigmáticas terrazas y caminos prehispánicos prodigiosamente trazados, y pueblos indígenas como los kogis y arhuacos, de profunda sabiduría cósmica.
Las playas del Parque Nacional Natural Tayrona	Enmarcadas por una naturaleza virgen y exuberante, han sido reconocidas entre las más bellas del mundo. Los ríos que bajan desde los glaciares de la Sierra Nevada buscando el mar Caribe
La Quinta de San Pedro Alejandrino	Es el sitio donde murió Simón Bolívar en 1830. Fue declarada por el Gobierno Nacional como Santuario de la Patria, y allí funciona el Museo Bolivariano, que conserva los objetos personales del Libertador. Su aspecto exterior destaca por unos hermosos jardines en los que proliferan las especies nativas.

Taganga.	Es una Comuna de Colombia. ¹ Ubicada en la ensenada del mismo nombre cerca de la ciudad de Santa Marta, esta rodeada por montañas con vegetación cactácea y pequeños árboles, como el trupillo, y arbustos. El acceso a Taganga es posible por carretera, desde el centro de la ciudad de Santa Marta. Existen rutas de minibuses que frecuentemente van desde la Carrera 5, en Santa Marta hasta Taganga.
BARICHARA PARQUE NATURAL DE LA CHORRERA	Extensión formada por potreros llenos de grama, jardines sombreados por varias clases de arbustos, circundados por quebradas de cristalinas aguas que corren por entre piedras y lajas, formando un lindo pozo cuya cascada le da al lugar una hermosura inigualable.

FUENTE. 18. Información recopilada por los autores

- HOTELES

Tabla 19. HOTELES SANTA MARTA

<ul style="list-style-type: none"> - Hotel Decameron Galeon - Hotel Arhuaco - Hotel Santorini Boutique - Estelar Santamar Hotel - Hotel Balcones de Santaluciz - Hotel Tamaca Beach Resort - Hotel Irotama

FUENTE. 19. Información recopilada por los autores

1.2.2.3. MEDELLIN

Medellín es una ciudad y municipio colombiano, capital del departamento de Antioquia, situada en el noroccidente del país, en el centro del Valle de Aburrá ubicado en la Cordillera Central y atravesada por el río Medellín. Cuenta, según los datos del censo de 2005 con una población de 2.223.078 habitantes, lo que la convierte en la segunda ciudad más poblada de Colombia, sólo superada por Bogotá. Por su parte, el área metropolitana de la ciudad, conformada por otros 9 municipios, tiene una población de 3.312.165 habitantes, siendo ésta la segunda aglomeración urbana del país y la nonagésimoprimera (91^a) del mundo.

Como capital del departamento, Medellín alberga las sedes de la Gobernación de Antioquia, la Asamblea Departamental, el Tribunal Departamental, el Área

Metropolitana, la Fiscalía General, Instituciones y Organismos del Estado; además, es la sede de empresas oficiales, como las departamentales EDATEL, Teleantioquia; y las municipales Empresas Públicas de Medellín -EPM- y Telemedellín. En el plano económico, se destaca como uno de los principales centros financieros e industriales de Colombia, sede de numerosas empresas nacionales e internacionales.

Además, la ciudad se destaca como uno de los principales centros culturales de Colombia. También es sede de importantes festivales de amplia trayectoria y reconocimiento tanto local, nacional como internacional. Así mismo se destaca la actividad académica y científica, ya que algunas de las universidades colombianas más importantes tienen su sede en la ciudad.

- VIAS Y ACCESOS

Tabla 20. VIAS Y ACCESOS MEDELLIN

TERRESTRE	AEREO
<p>Para poder ingresar a Medellín en su propio vehículo será necesario atravesar la troncal que conecta todas las capitales del Caribe, la Troncal de la costa Norte.</p> <p>No obstante, esta no es la única posibilidad, también es posible acceder a la ciudad tomando la Troncal de Occidente, que la comunica con el Sur del país, o la autopista Medellín – Bogotá.</p> <p>También se pueden utilizar la Troncal del Café y la carretera en dirección al mar que forma parte de la vía Panamericana, así como otras vías de carácter secundario que integran a todas las regiones de Antioquia.</p>	<p>En Medellín existen dos aeropuertos en los que operan líneas aéreas nacionales e internacionales, uno denominado José María Córdova, dentro del municipio de Rionegro, y el otro denominado Enrique Olaya Herrera.</p> <p>El aeropuerto José María Córdova, se sitúa a aproximadamente dos mil cien metros sobre el nivel del mar, siendo uno de los más altos del mundo y el que hizo posible que el gigante Jumbo Airbus A 380, aterrizara por primera vez en América.</p>

FUENTE. 20. Información recopilada por los autores

- FIESTAS Y FERIAS

Tabla 21. FIESTAS Y FERIAS MEDELLIN

FIESTA	INFORMACION GENERAL	DURACION	PRINCIPALES ACTIVIDADES
Colombiamoda	<p>Colombiamoda trata de influir en el desarrollo de cadenas productivas de la industria textil, de cooperación e intercambio de tecnología, materias primas, diseño, comercialización y atracción de inversión extranjera.</p> <p>El objetivo de la Feria consiste en generar el acercamiento entre Europa que aporta tecnologías más eficientes para el negocio e inversión y Latinoamérica que ofrece conocimiento, talento, bajos costos de producción y materias primas de la más alta calidad.</p>	Todos los años se realiza en el mes de julio, con una duración de 3 días.	<ul style="list-style-type: none"> - Exhibiciones de artesanías. - Desfiles de modas. - Ventas de diseños nacionales. - Vitrina al mundo para el modelaje y el diseño.
Feria de las Flores	<p>La primera Feria de las Flores tuvo lugar el 1º de mayo de 1957 y duró cinco días. La programación incluía casetas para bailes, ubicados en diferentes sitios de la ciudad para que el pueblo pudiera divertirse.</p> <p>Para buscar alguna novedad e integrar a los paisas en la fiesta, uno de los ilustres antioqueños, don Arturo Uribe, propuso el desfile de los silleteros.</p>	La Feria de las Flores tiene la duración de aproximadamente 10 días y se desarrolla cada año, en las primeras semanas del mes de agosto.	Feria Nacional Equina, Festival de Orquestas, Festival Nacional de la Trova, desfile de carros clásicos y antiguos, caminata canina, tablados musicales y culturales, Festival del Recuerdo y de la Canción Popular, Concurso de Mujeres Talento, caravana de chivas, Campeonato Nacional de Sonido sobre Ruedas, entre otros.

FUENTE. 21. Información recopilada por los autores

- **OTRAS ACTIVIDADES**

Tabla 22. OTRAS ACTIVIDADES MEDELLIN

ACTIVIDAD	INFORMACION GENERAL
Parque de Bolívar	Inaugurado en 1892, es un lugar emblemático de Medellín. Por el costado norte lo enmarca la Catedral Metropolitana y por el sur se conecta al Bulevar de Junín. Posee una densa y variada arborización, con numerosas especies nativas. En el centro está la estatua ecuestre del libertador Simón Bolívar, obra del escultor italiano Giovanni Anderlini y ejecutada por el también escultor italiano Eugenio Maccagnani. ⁴⁷ A su alrededor aun se conservan algunas casas donde en otra época vivieron prestantes familias de la ciudad. Todos los domingos la Banda Sinfónica Universidad de Antioquia ofrece su tradicional Retreta de Parque. El primer sábado de cada mes se celebra el mercado artesanal de San Alejo.
Parque de Berrio	Corazón geográfico de la ciudad, principal referente del centro. La historia de este parque está estrechamente ligada con la del templo de La Candelaria, construido inicialmente en 1649. La Plaza Principal, como se le llamó en un comienzo, era la antesala de la iglesia y allí coincidían los feligreses. Entre 1784 y 1892, funcionó allí el mercado público y también fue escenario de ejecuciones y actos públicos y políticos. En 1895, cambió su nombre por el de Pedro Justo Berrío, una de las principales figuras políticas de la región en el siglo XIX. El parque Berrío sufrió varios incendios: en 1917, 1921 y 1922. Las viejas casonas tuvieron que tumbarse y ceder el paso a modernas construcciones, donde tomaron asiento las sedes bancarias y del comercio.
Parque de Boston	Localizado en el barrio del mismo nombre, el cual hace parte del perímetro del centro de la ciudad pero con un ambiente residencial. En el centro del parque se ubica la estatua de José María Córdoba y en el costado norte está el busto del poeta Carlos Castro Saavedra. En la esquina noroccidental se encuentra la Iglesia Nuestra Señora del Sufragio construida entre 1908 y 1919.
Parque el Poblado	Es conocido por ser el sitio donde se fundó el primer poblado del Valle de Aburrá en 1616. En el costado oriental se encuentra la Iglesia de San José construida en 1904. También se encuentra la escultura en Homenaje al Primer Poblado.

FUENTE. 22. Información recopilada por los autores

- HOTELES

Tabla 23. HOTELES MEDELLIN

- Hotel El Portón
- Art hotel
- Hotel Casa Victoria
- Hotel Poblado Alejandría.
- Medellín Royal Hotel
- Holidayinn Express Medellín
- Programas de Posadas turísticas

FUENTE. 23. Información recopilada por los autores

- RESTAURANTES

Tabla 24. RESTAURANTES MEDELLIN

- El cielo.
- La provincia.
- Crepes & waffles.
- Shawarma.
- San carbón
- La cafetere de Anita

FUENTE. 24. Información recopilada por los autores

1.2.2.4. SANTANDER

El Departamento de Santander está situado al noreste del país en la región andina, entre los 05°42'34" y 08°07'58" de latitud norte, y los 72°26' y 74°32' de longitud oeste. Cuenta con una superficie de 30.537 km² lo que representa el 2.7 % del territorio. Limita por el Norte con los departamentos de Cesar y Norte de Santander, por el Este y por el Sur con el departamento de Boyacá y por el Oeste con el río Magdalena que lo separa de los departamentos de Antioquia y Bolívar.

El departamento de Santander está dividido en 87 municipios, 2 corregimientos, 477 inspecciones de policía, así como, numerosos caseríos y sitios poblados. Los municipios están agrupados en 37 círculos notariales con 50 notarías, un círculo principal de registro con sede en Bucaramanga y 14 oficinas seccionales, 2 distritos judiciales, Bucaramanga, con 5 cabeceras de circuito judicial en Bucaramanga, Málaga, San Vicente de Chucurí, Zapatoca y Barrancabermeja, y San Gil, con 5 cabeceras de

circuito en San Gil, Charalá, Socorro, Puente Nacional y Vélez. El departamento constituye la circunscripción electoral de Santander.

- VIAS Y ACCESOS

Tabla 25. VIAS Y ACCESOS SANTANDER

TERRESTRE	AEREO
El departamento de Santander cuenta con una aceptable red de carreteras que conectan casi todos los municipios. La carretera troncal pasa por Barbosa, Socorro, Bucaramanga y otras poblaciones con ramales a casi todos los núcleos urbanos. De Barbosa se desprende la carretera del Carare que llega hasta Puerto Olaya, pasando por Vélez y Cimitarra; otras carreteras unen a Bucaramanga con Cúcuta, Barrancabermeja y Puerto Wilches; una vía cruza el oriente del departamento pasando por las localidades de Capitanejo, San José de Miranda, Málaga, Concepción y Cerrito.	Además del aeropuerto de "Palo Negro" dispone de varios aeródromos, algunos de ellos con servicio regular. El río Magdalena es navegable en todo el trayecto que baña el territorio santandereano y tiene en Barrancabermeja el principal puerto fluvial del departamento; también los ríos Carare, Lebrija y Sogamoso son navegables en algunos sectores

FUENTE. 25. Información recopilada por los autores

- FIESTAS Y FERIAS

Tabla 26. FIESTAS Y FERIAS SANTANDER

FIESTA	INFORMACION GENERAL	DURACION	PRINCIPALES ACTIVIDADES
Fiestas de San Jerónimo	Con ritmo de torbellino, hay danzas y celebraciones populares en las calles. Se celebra en Málaga	Se realiza todos los años en el mes de Enero.	<ul style="list-style-type: none"> - Exhibiciones de artesanías. - Degustaciones gastronómicas típicas. - Presentaciones musicales. - Ritual chibcha.
Festival de la Guabina	La guabina es una danza y un género musical colombiano propios de la región andina de Colombia y del cual hacen parte departamentos como Antioquia, Santander, Boyacá, Cundinamarca, Tolima y Huila, en los cuales se practican y	se realiza en la primera semana de agosto, en Vélez	<ul style="list-style-type: none"> - Muestras de canciones. - Música. - Danzas autóctonas.

	constituyen muestras representativas del ritmo.		
Feria bonita	Son 10 días de diversión y alegría, de integración y desfogue. Las alboradas musicales le dan el toque pueblerino al carnaval de Pericles en representación de las épocas antiguas y los barrios se toman las calles de Bucaramanga para terminar con grandes espectáculos musicales y artísticos	Esta se realiza todos los años en el mes de septiembre.	Eexposición nacional de ganado Cebú, la exhibición de búfalos, bueyes y mulares, el torneo internacional de natación, la feria nacional artesanal, la exposición nacional caprina, las cabalgatas, el festival de colonias y las fiestas y bailes populares.

FUENTE. 26. Información recopilada por los autores

- OTRAS ACTIVIDADES

Tabla 27. OTRAS ACTIVIDADES SANTANDER

ACTIVIDAD	INFORMACION GENERAL
BARICHARA CAPILLA DE JESUS	El cementerio es un lugar hermoso y apacible. En el hay diversidad de trabajos en piedra labrada en hierro forjado. Está acompañada de una de las capillas de recia estampa española
BARICHARA ORATORIO HOSPITAL	Capilla dedicada a San Juan de Dios la cual se encuentra enmarcando uno de los patios dentro del claustro Hospital de su mismo nombre, llama la atención su retablo de madera marmolizada.
BARICHARA LA INMACULADA CONCEPCIÓN Y SAN LORENZO MÁRTI	la cúpula del templo Barichara tiene cierta semejanza con la del vaticano.
BARICHARA MIRADORES	Entre los parques Jorge Delgado Sierra y Rafael Ortíz Prada, se encuentra un mirador con una extensión de 600m, desde donde se observa un inigualable panorama conformado por la hoya del Río Suárez y el gran cordón de Lloriqués.
BARICHARA PARQUE NATURAL DE LA CHORRERA	Extensión formada por potreros llenos de grama, jardines sombreados por varias clases de arbustos, circundados por quebradas de cristalinas aguas que corren por entre piedras y lajas, formando un lindo pozo cuya cascada le da al lugar una hermosura inigualable.
BARICHARA MUSEO CASA DE LA CULTURA "EMILI PRADILLA GONZÁLEZ	Cuenta con algunos servicios como lo son: Oficina de Información Turística, salón de exposiciones, biblioteca, salón de reuniones, sala museo que tiene una colección de fósiles y vistas fotográficas de la población e implementos coloniales.

FUENTE. 27. Información recopilada por los autores

- HOTELES

Tabla 28. HOTELES SANTANDER

<ul style="list-style-type: none">- Hotel DannCarlton (Bucaramanga)- Hotel Ruitoque. (Bucaramanga).- Hotel san Juan de Girón (Bucaramanga).- Hotel Chicamocha (Bucaramanga).- Hotel Y Asadero Olguita (Girón).- Residencias Marby (Girón).- Hotel Tayrona (Girón).
--

- FUENTE. 28. Información recopilada por los autores RESTAURANTES

Tabla 29. RESTAURANTES SANTANDER

<ul style="list-style-type: none">- RESTAURANTE DOÑA RAQUEL- RESTAURANTE DORLOFINO- RESTAURANTE DRAGÓN DORADO- RESTAURANTE ERNES, CARNE Y PEZ
--

FUENTE. 29. Información recopilada por los autores

1.2.2.5. BOYACA

Tunja, capital del departamento de Boyacá, guarda en sus construcciones coloniales la huella de la cultura española que conjuga con las raíces aborígenes, está situado en el centro del país, en la cordillera oriental de los Andes. Cuenta con una superficie de 23.189 km² lo que representa el 2.03 % del territorio nacional. Limita por el Norte con los departamentos de Santander y Norte de Santander, por el Este con los departamentos de Arauca y Casanare, por el Sur con Meta y Cundinamarca, y por el Oeste con Cundinamarca y Antioquia.

- VIAS Y ACCESOS

Tabla 30. VIAS Y ACCESOS BOYACA

TERRESTRE	AEREO
Se accede por vía terrestre partiendo desde Bogotá en un recorrido aproximadamente 110 kilómetros de vía custodiada y en buen estado hasta el monumental Puente de Boyacá.	<p>El departamento cuenta con tres aeropuertos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -El primero es el Aeropuerto Alberto Lleras Camargo localizado en la ciudad de Sogamoso, mantiene rutas entre los llanos y los santanderes. -El segundo es el Aeropuerto de Tunja, también conocido con el nombre de Aeropuerto Gustavo Rojas Pinilla, se localiza dentro del costado oriental del casco urbano de la ciudad capital Tunja, cercano a la salida hacia el municipio de Toca el cual se encuentra en uso y servicio actualmente para la aviación general. -Por ultimo está el Aeropuerto Juan José Rondón en la población de Paipa.

FUENTE. 30. Información recopilada por los autores

- FIESTAS Y FERIAS

Tabla 31. FIESTAS Y FERIAS BOYACA

FIESTA	INFORMACION GENERAL	DURACION	PRINCIPALES ACTIVIDADES
Festival de Verano (moniquira)	Moniquirá es epicentro del Gran Festival de Verano, este evento reúne especialmente a las colonias moniquireñas en torno a actividades al aire libre y gran participación de los jóvenes	Se festeja el 9 y 10 de enero	<ul style="list-style-type: none"> - Festival de la tanga - Camisetas Mojadas - Batallas de espuma - Volley playa
Festividad del Sol y del Acero (sogamoso)	Es la fiesta de los 7000 trabajadores que arrancan del suelo el mineral que se transforma luego en el acero Colombiano.	Se realiza durante el mes de julio.	<ul style="list-style-type: none"> - Reinado Nacional del Acero
Fiesta de la Virgen del Rosario (Chiquinquirá).	En el departamento de Boyacá, la imagen descansa en la Basílica de Nuestra Señora del Rosario de Chiquinquirá, a donde acuden miles de peregrinos.	El 9 de Julio	<ul style="list-style-type: none"> - Eucaristía,
Festival de las Cometas (Villa de	Cada año, durante un fin de semana de agosto, con la	Del 7 al 9 de Agosto	<ul style="list-style-type: none"> - Concurso de cometas, diferentes categorías.

Leyva).	temporada de vientos llega la felicidad. En el escenario colonial de Villa de Leyva se realiza el Festival de las Cometas, durante el cual los participantes no sólo se divierten sino que tienen la oportunidad de observar a los concursantes profesionales que en la plaza del pueblo realizan demostraciones impresionantes, compitiendo en diferentes categorías.		<ul style="list-style-type: none"> - Show de cometas, a cargo de profesionales. - Premiación de los concursos de cometas en las diferentes categorías.
Concurso Nacional de las Bandas (Paipa).	El objeto de es fomentar la cultura de las Bandas Musicales, realizando anualmente el Concurso Nacional de Paipa, con una cobertura (participación) de todas las regiones del país. Con una asistencia de público: 80.000 personas aproximadamente.	Última semana del mes de septiembre	<ul style="list-style-type: none"> - Concurso de Bandas en las diferentes categorías. - Premiación del concurso.
Festival Internacional de la Cultura (Tunja y otros municipios).	se busca involucrar al mayor número de municipios de Boyacá, ciudades de Colombia y países de todo el mundo, para generar espacios de desarrollo de las expresiones artísticas y culturales con la realización de diferentes eventos.	Una semana entre finales de Agosto y comienzos de Septiembre.	<p>Invitados internacionales y nacionales en las siguientes categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Teatro -Danza -Música -Poesía -Literatura -Academia -Narración oral -Artes plásticas -Muestra gastronómica, entre otras.
Aguinaldo Boyacense (Tunja).	La fiesta más antigua del país celebra sus 54 años de tradición convirtiendo el Aguinaldo Boyacense en un evento religioso y cultural que identifica a la región y hace parte de su historia.	7 días durante el mes de diciembre	Desfiles de carrozas, comparsas, disfraces individuales y conjuntos musicales, eventos, culturales, artísticos, deportivos, concursos infantiles, entre otros.
Festival de Luces (Villa de Leyva).	El Festival de Luces de Villa de Leyva se creó en 1986,	La Noche del 7 o 8 de diciembre	<ul style="list-style-type: none"> - Concurso de faroles. - Presentación de coros

	con el fin de incentivar el turismo en la región y rescatar la tradición del Día de la Inmaculada Concepción, celebrado por la iglesia católica el 8 de diciembre, con candeladas, las velitas y los faroles.		navideños. - Espectáculos pirotécnicos.
--	---	--	--

FUENTE. 31. Información recopilada por los autores

- HOTELES

Tabla 32. HOTELES BOYACA

CIUDAD PAIPA	CIUDAD SOGAMOSO	CIUDAD LA LAGUNA DE TOTA	CIUDAD VILLA DE LEYVA
- Hotel zuhe - Hotel el lago - Hotel Casa Blanca -Cabañas san Cayetano	-Hotel Sol internacional -Hotel Sinaí -Hotel Turístico de Tenza	-Chalet del arco iris.	- Hotel el duruelo - Hotel Bethsarim - Casa hotel villa cristina -Hotel Mesón de los virreyes - Hotel sol Internacional -Hotel Iguaque Campestre

FUENTE. 32. Información recopilada por los autores

- RESTAURANTES RECOMENDADOS

Tabla 33. RESTAURANTES RECOMENDADOS BOYACA

CIUDAD PAIPA	CIUDAD SOGAMOSO	CIUDAD LA LAGUNA DE TOTA	CIUDAD VILLA DE LEYVA
- Estrella del mar Restaurant - Lena verde tropical - Jaguar House - Mr Graham & Malu - Brasas y brasas - El patio			

FUENTE. 33. Información recopilada por los autores

1.2.2.6. BOGOTA

Ubicada en el Centro del país, en la cordillera oriental, ramal de los Andes americanos y pertenecientes al altiplano cundiboyacense, la capital del país conocida como la Sabana de Bogotá, tiene una extensión aproximada de 33 kilómetros de sur y norte y 16 kilómetros de oriente a occidente y se encuentra situada en las siguientes coordenadas:

Latitud Norte: 4° 35'56" y Longitud Oeste de Greenwich: 74°04'51" dentro de la zona de confluencia intertropical, produciendo dos épocas de lluvia; en la primera mitad del año en los meses de marzo, abril y mayo y en la segunda en los meses de septiembre, octubre y noviembre.

Descansa sobre la extensión noroccidental de la cordillera de Los Andes en una sabana con gran variedad de climas, tipos de suelos, cuerpos de aguas y otras formaciones naturales.

Como Bogotá está ubicada entre montañas, estas sirven como barrera natural que restringe el flujo de humedad, influyendo en el régimen de lluvias.

La temperatura varía de acuerdo con los meses del año, en diciembre, enero y marzo son altas, al contrario de abril y octubre en donde son más bajas.

La orientación general de la ciudad, está determinada porque sus carreras son orientadas de sur a norte y sus calles de oriente a occidente.

Su altura media está en los 2.600 metros (2625) sobre el nivel del mar.

- VIAS Y ACCESOS

Tabla 34. VIAS Y ACCESOS BOGOTA

TERRESTRE	AEREO
Bogotá está conectada con las demás ciudades capitales y también con otras regiones del país a través de una importante red de carreteras troncales y secundarias. La Autopista Norte comunica a Bogotá con las zonas del norte y el oriente del país; la	Por ser la capital de Colombia, Bogotá es la ciudad con más conexiones internacionales y nacionales en el país. Cuenta con más de 380 vuelos semanales internacionales y dos aeropuertos principales: Bogotá cuenta con más de 380 vuelos semanales internacionales y dos aeropuertos principales

<p>Autopista Sur, con las zonas del occidente y el sur; y las Autopistas Medellín y Llanos Orientales son algunas de las principales carreteras que permiten una rápida comunicación con otras regiones del territorio colombiano.</p>	<p>Los siguientes países tienen vuelo directo a la capital colombiana:</p> <p>Estados Unidos, Panamá, Venezuela, Ecuador, Perú, España, México, Costa Rica, Curazao, Aruba, Chile, Francia, Brasil, Argentina, República Dominicana, Cuba.</p>
--	--

FUENTE. 34. Información recopilada por los autores

- FIESTAS Y FERIAS

Tabla 35. FIESTAS Y FERIAS BOGOTA

ACTIVIDAD	DURACION	PRINCIPALES ACTIVIDADES
Rock al Parque	Del 3 al 5 de julio	Agrupaciones musicales de todo el mundo se reúnen en un festival que es gratis para la juventud.
Colombia al Parque	Del 30 de julio al 1 de agosto	Diferentes presentaciones de actividades típicas colombianas, pasando por la gastronomía, llegando a la moda local y urbana.
Festival de Verano	Del 6 de agosto al 16 de agosto	Es una demostración que a pesar de ser capital de clima frío, Bogotá representa una hipercultura en la gente que en esta ciudad convive.
Festival salsa al parque	Del 21 al 22 de agosto	Agrupaciones musicales de este género se reúnen alrededor de sus fanáticos.
Desfile metropolitano de comparsas	Sábado 28 de agosto	Es la oportunidad e integración de los bailes típicos de las regiones colombianas.
Festival de cine de Bogotá	Del 29 de septiembre al 7 de octubre	Bogotá se está convirtiendo en la cortina más importante de Sudamérica a través de este festival en donde participan tanto cintas como críticos a nivel mundial.
EXHIBICION INTERNACIONAL DEL CUERO E INSUMOS. Maquinaria y Tecnología EICI	11 al 13 de mayo 2010	La oportunidad para que la empresa del cuero muestre su diseño tanto en moda como en tecnología y en maquinaria.
FIMA - FERIA INTERNACIONAL DEL MEDIO AMBIENTE	02 al 05 de junio 2010	Bogotá, como sede sudamericana del medio ambiente logra destapar modismos ecológicos de uso diario.

SALÓN TEXTIL Tendencias	08 al 10 de junio 2010	Es el Colombia moda bogotano, pero a nivel mas urbano y local, con participación y critica internacional.
ALIMENTEC	08 al 12 de junio 2010	Festival gastronómico, donde participan países de todo el globo terráqueo.
FERIA CAR AUDIO ELIMINATORIA BOGOTA	02 al 03 de julio 2010	Festival donde los motores se convierten en equipos de sonido con la tecnología de punta
EXPOVINOS	8 al 10 de julio 2010	A pesar de no ser un país productor de este licor, se muestra la industria interna y las alianzas realizadas con empresas internacionales.
FERIA DE LAS COLONIAS	15 al 25 de julio 2010	Reunión gastronómica, cultural, tendencista y pluriracial de este país.
MINERIA 2010 BOGOTA - COLOMBIA	29 al 31 de julio 2010	Por ser el país que explota las joyas más bellas del mundo en esta ocasión demuestra porque este merito.
EXPONOVIAS	30 de julio al 1 de agosto 2010	Diseños de esta clase de ocasiones de talla internacional y nacional.
FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO	11 al 23 de agosto 2010	Feria nombradísima a nivel mundial, liderada por los escritores más nombrados a nivel mundial.
FERIA DEL HOGAR	26 al 29 de agosto 2010	La oportunidad para que la familia alrededor de las compras de unan para decorar su hogar.

FUENTE. 35. Información recopilada por los autores

- OTRAS ACTIVIDADES

Tabla 36. OTRAS ACTIVIDADES BOGOTA

ACTIVIDAD	INFORMACION GENERAL
Museo de Museos Colsubsidio	El museo congrega en sus diferentes salas reproducciones de las más destacadas obras del arte mundial y periódicamente realiza exposiciones temporales sobre manifestaciones artísticas provenientes de otros países y sobre personajes del arte musical o pictórico.
Claustro de San Agustín - Sistema de Patrimonio Cultural y Museos, Universidad Nacional de Colombia	Histórica edificación cuyo origen se remonta a 1582, al construirse como sede del colegio San Luis. Posteriormente, la comunidad de los Agustinos Calzados estableció allí su Seminario Mayor de Teología y el Colegio Agustiniiano. Hacia 1770 acogió al colegio San Nicolás de Bari y en 1791 fue ocupada por el Batallón Auxiliar del virrey Sámano. Fue sede del

	<p>Congreso Neogranadino, del Batallón Vargas, de la Escuela Militar de Cadetes, del Ministerio de Guerra y del Batallón Guardia Presidencial. La casona ha sido sometida a varias intervenciones, ampliaciones y restauraciones durante su larga existencia. Su estructura es típica de un claustro de estudios de dos plantas con patio circundado por columnas y arcadas de piedra.</p>
Casa Museo Antonio Nariño	<p>La construcción data de finales del Siglo XVII. En una sola planta en forma de "L" y articulada por cuatro patios conectados a través de corredores. Tiene una cubierta a dos aguas que sigue los quiebres del patio central, cuyo espacio está rodeado por una vidriera republicana. Se caracteriza por muros en adobe y tapia pisada y un sistema de cubierta en chusque, barro y teja española. Allí pasó 13 meses en cautiverio el Precursor de la independencia', don Antonio Nariño</p>
Museo de Historia de la Medicina Andrés Soriano Lleras - Universidad Nacional	<p>Fundado en 1966, constituye uno de los cinco museos de historia de la medicina ubicados en la ciudad de Bogotá. Una de sus colecciones más importantes es Ceroplástica, compuesta por 325 representaciones dermatológicas en cera, en tamaño real, realizadas durante la primera mitad del siglo XX. El portal de museos presentará en sus salas una selección de esta colección.</p>
Museo del Oro	<p>La colección del Museo del Oro del Banco de la República ha sido declarada Monumento Nacional y considerada como la más importante del mundo en su género. Comprende cerca de 34.000 piezas de oro y 20.000 objetos óseos, líticos, cerámicos y textiles pertenecientes a las culturas Calima, Quincalla, Muisca, Tairora, Sin, Tolima, Malagana, entre otras.</p> <p>La planta baja acoge exposiciones temporales con temas de antropología y arqueología; el segundo piso ofrece un recorrido por las regiones arqueológicas resaltando su economía, técnicas del trabajo orfebre y diferentes aspectos relacionados con la muerte. Se exhiben poporos, máscaras, pectorales, colgantes, collares, brazaletes y cientos de figuras presentadas en vitrinas y maquetas. El tercer piso explora el simbolismo que tuvieron dichas piezas para las culturas precolombinas. El Salón Dorado exhibe en un ambiente de misterio más de 8.000 piezas de oro.</p>
Museo Internacional de la Esmeralda	<p>Ubicado en el Edificio de Avianca, el museo expone el proceso de la extracción de las esmeraldas, iniciando por un túnel real que muestra las vetas de los diferentes yacimientos esmeraldíferos de</p>

	Colombia y una extensa colección de piezas excepcionales.
Museo de Ciencias Forenses José María Garavito Baraya - Universidad Nacional	Fundado en 1959, reúne un acervo de 461 piezas que a su vez, se divide en nueve núcleos: Hopología (armas), Estafa, Estupefacientes y Laboratorio, Investigación, Toxicología, Fotografía Judicial, Instrumental Técnico, Medicina legal y Numismática. Luego de su cierre al público fue reabierto temporalmente en 2001, fecha en que se hizo una nueva catalogación de la colección
Parque nacional natural los farallones	Ubicado a 20 minutos de la ciudad de Cali sobre la Cordillera Occidental, es uno de las zonas con mayor biodiversidad en el planeta, es refugio del ave "Gallito de Roca".
Planetario de Bogotá	Inaugurado en 1969 es la sede del Centro de difusión científica de Astronomía y Astronáutica de la ciudad. Está conformado por el planetario o sala de proyecciones estelares dotado con medios ópticos, eléctricos y mecánicos que reproducen estrellas, planetas y constelaciones en movimiento, el auditorio Oriol Rangel y salas para exposiciones temporales.
Museo Taurino de Bogotá	Tauromanía, 1800 piezas aproximadamente. Historia gráfica del toreo y las prendas de diferentes toreros.
Museo Iglesia Santa Clara	Iglesia de una sola nave, en el costado oriental conserva las dos puertas de acceso, propias de los templos pertenecientes a los conventos de monjas. Conserva el coro con una celosía mudéjar. El techo esta decorado con flores pintadas y rosetones lobulados en madera recubierta con laminilla de oro. Numerosa pintura mural esparcida en los coros, el arco toral, el presbiterio y la sacristía con motivos de flores, de animales, de ángeles y de frutos tropicales, complementan su decoración.
Museo Francisco de Paula Santander	El museo esta ubicado en la casa de la hacienda Huertas del Cedro y en él se conservan objetos que recuerdan al General Francisco de Paula Santander. Las salas del museo son: sala de recibo, con piezas originales que pertenecieron a la esposa y a la hija del General y documentos y fotografías de la familia. Otra sala esta conformada por el oratorio de Sixta Tulia Pontón de Santander, habitación totalmente afrancesada con paredes enteladas. La tercera sala la conforma la habitación de descanso del General Santander y en ella se encuentra una cama en madera torneada con columnas, libros, cuadros y fotografías. Otra dependencia destacada del museo es la capilla doctrinera Nuestra Señora del Campo.

Museo del Chicó Mercedes Sierra de Pérez	Obras de arte y antigüedades de los siglos XVIII y XIX: óleos, tallas en madera policromada y dorada, miniaturas, mobiliario, cristales de bohemia, espejos, cerámicas holandesas, enseres y utensilios de gran belleza. Arte, arte decorativa, arte colonial, 1200 piezas aproximadamente
Museo de Bogotá	El Museo propone interpretar y representar las relaciones de los habitantes de la ciudad con su medio ambiente físico y social a través de exposiciones temporales y actividades pedagógicas de diverso orden.
Jardín Botánico José Celestino Mutis	El Jardín Botánico de Bogotá lleva el nombre de astrónomo y botánico don José Celestino Mutis, quien fue el primero en consagrarse de lleno al estudio de las ciencias naturales en el territorio de la Nueva Granada. El jardín se encuentra conformado por sectores, entre ellos cabe destacar el Jardín del Fundador, la Selva Húmeda Tropical, el Bosque de Quinas y el Robledal. Tiene al servicio del público una biblioteca y cafetería

FUENTE. 36. Información recopilada por los autores

- **HOTELES**

Tabla 37. HOTELES BOGOTA

<ul style="list-style-type: none"> - Suites Grand House - Hotel Alameda - Hotel Platinum Suite - Hotel Suite Chicó - Art Suites 104 - Bogotá Deluxe - Ciudad Salitre - Bogotá Deluxe Bella Suiza - Casa Hotel Zuetana 106 - Casa Hotel Zuetana 108 - Casa Hotel Zuetana 109 - Casa Hotel Zuetana 93 - Hotel Casa de la Botica - Hotel Casa Paulina - Hotel Centro Internacional - Hotel San Francisco de Asís - Hoteles América

FUENTE. 37. Información recopilada por los autores

- RESTAURANTES

Tabla 38. RESTAURANTES BOGOTÁ

SANTAFEREAÑA	COLOMBIANA	ESPECIALIZADA
<p>Ajiaco y Ajiaco</p> <ul style="list-style-type: none"> · Avenida 15 No.118-63 · Tel. 620-6124 · Zona/Zone: Norte <p>Aquí en Santa Fe</p> <ul style="list-style-type: none"> · Carrera 7 No. 62-63 · Tel. 235 6216 · Zona/Zone: Chapinero <p>Casa Vieja</p> <ul style="list-style-type: none"> · Avenida Jiménez No. 3-73 · Tel. 334-7161 · Zona/Zone: Centro <p>Casa Vieja</p> <ul style="list-style-type: none"> · Carrera 11 No. 89-08 · Tel. 236-3421 · Zona/Zone: Norte <p>Claustro de San Agustín</p> <ul style="list-style-type: none"> · Carrera 8 No. 7-21 · Tel. 342-1266 · Zona/Zone: Centro <p>Club Colombia</p> <ul style="list-style-type: none"> · Avenida 82 No 9-11 · Tel. 249-5681 · Zona/Zone: Zona Rosa <p>La Sopería</p> <ul style="list-style-type: none"> · Carrera 11 No. 97A-24 · Tel. 635-9786 · 2 other outlets · 2 restaurantes mas · Zona/Zone: Norte <p>La Cofradía</p> <ul style="list-style-type: none"> · Carrera 14 A No. 83-32 · Tel. 218-8968 · Zona/Zone: Zona Rosa <p>Las Margaritas</p> <ul style="list-style-type: none"> · Calle 62 No.7-77 · Tel. 310-2706 · Zona: Chapinero 	<p>Bandé</p> <ul style="list-style-type: none"> · Carrera 11 No. 93A-21 · Tel. · Zona/Zone: Parque de la 93 <p>Música en Vivo</p> <p>Café de la rosa</p> <ul style="list-style-type: none"> · Carrera 14 No. 82-71 · Tel. 256-6806 · Zona/Zone: Norte <p>Corral Gourmet</p> <ul style="list-style-type: none"> · Calle 110 No 9A-60 L303 · Tel. 672-0161 · Zona/Zone:Norte <p>Carbón de PaloTípicos</p> <ul style="list-style-type: none"> · Avenida 19 No 114a-27 · Tel.213-7686 · Zona/Zone: Norte <p>Casa Jorge Villamil</p> <ul style="list-style-type: none"> · Transversal 19A No.125-47 · Tel. 215-7140 · Zona/Zone: <p>Casita de Yerbabuena</p> <ul style="list-style-type: none"> · Calle 18 No. 69-94 · Tel. 573-1050 · Zona/Zone: <p>Chapinero</p>	<p>29 Cocina y Bar</p> <ul style="list-style-type: none"> · Calle 29 Bis No. 5-66 · Tel. 232-3921 · Zona/Zone: Centro <p>Café Atlántico</p> <ul style="list-style-type: none"> · Carrera 13 No. 93-24 · Tel. 621-58 81 · Zona/Zone: Norte <p>Charlie´s Roastbeef</p> <ul style="list-style-type: none"> · Calle 82 No. 11-21 · Tel. 610 1182 · 8 other outlets · 6 restaurantes mas · Zona/Zone:Zona Rosa <p>Chez Pierre</p> <ul style="list-style-type: none"> · Calle 62 No. 15-76 · Tel. 249-7731 · Zona/Zone: Chapinero <p>Diner</p> <ul style="list-style-type: none"> · Calle 93B No. 11A-20 · Tel. 616-0214 · Zona/Zone: Chicó <p>Friday's</p> <ul style="list-style-type: none"> · Calle 82 No. 12-18 · Tel. 218-2510 · 1other outlet · 1 restaurantes mas · Zona/Zone: Zona Rosa <p>Hamburguesas El Corral</p> <ul style="list-style-type: none"> · Carrera 15 No. 85 -58 · Tel. 236-5260 · 10 other outlets · 10 restaurantes mas · Zona/Zone: Zona Rosa

FUENTE. 38. Información recopilada por los autores

1.2.2.7. EJE CAFETERO

Región compuesta por tres ciudades dedicadas básicamente a la cultura del café. Han desarrollado un turismo en torno a este producto que es el producto insignia en Colombia, se ha desarrollado mucho el ecoturismo en esta región se encuentra de todo para todos. Si decide visitar esta zona una de las principales recomendaciones es visitar alguna hacienda cafetera que le permitirá tener la mejor temporada en familia.

- VIAS Y ACCESOS

Tabla 39. VIAS Y ACCESOS EJE CAFETERO

TERRESTRE	AEREO
	AEROPUERTO LA NUBIA - AIRES - AVIANCA - ADA AEROPUERTO INTERNACIONAL MATECAÑA. - AEROREPUBLICA - AIRES - AVIANCA - ADA - SATENA - AEXPA AEROPUERTO EL EDEN - Spirit Airlines - Aerolínea de Antioquia - Aires - Avianca - EasyFly

FUENTE. 39. Información recopilada por los autores

- FIESTAS Y FERIAS

Tabla 40. FIESTAS Y FERIAS EJE CAFETERO

ACTIVIDAD	DURACION	PRINCIPALES ACTIVIDADES
Feria de Manizales	1 semana	-Feria artesanal -Feria taurina -Reinadointernacional del Café -FondasPaisas
Festival Latinoamericano de Teatro	9 días (últimos días de septiembre-primeros de	Gran diversidad de obras de teatro provenientes de muchos lugares del

	octubre)	mundo.
Fiesta de la cosecha	16 al 20 de Agosto de cada año.	Es una tradición del departamento de Risaralda que rinde homenaje a los recolectores de café. Una de las principales actividades de ésta feria es el festival del Despecho. Entre varias actividades las más confluidas son: -Feria artesanal -Festival Gastronómico -Reinado del pasillo -Fonda Paisa -Festival de trovas -Exposición equina.

FUENTE. 40. Información recopilada por los autores

- OTRAS ACTIVIDADES

Tabla 41. OTRAS ACTIVIDADES EJE CAFETERO

ACTIVIDAD	INFORMACION GENERAL
Parque nacional del café – montenegro	Parque temático relacionado con el eje cafetero, en él se encuentran atracciones mecánicas, comida típica de la región así como la historia del triángulo del café.
Panaca – Quincalla	Parque temático de la agricultura colombiana, animales, hortalizas, frutas y verduras típicas de Colombia. Recorrido por la agricultura Colombiana.
Termales san vicente	Aguas termales, hotel y spa.
Termales santa rosa	Aguas termales, hotel y spa.
Zoologico de Pereira	Variedad de animales exóticos
Fincas cafeteras	Posibilidad de hospedarse en fincas típicas de la región cafetera. Equipadas con lo mejor para ofrecer confort pero al mejor estilo típico colonial.
Balsajerio la vieja	Balsaje por el río la vieja, espectaculares paisajes, almuerzo típico de la región.
Parque de los nevados	Parque nacional y reserva natural que se comparte con los otros dos departamentos del eje cafetero.
Termales del Ruiz	Baños termales con propiedades medicinales, rodeados de una excelente infraestructura hotelera.

FUENTE. 41. Información recopilada por los autores

- HOTELES

Tabla 42. HOTELES EJE CAFETERO

MANIZALES	PEREIRA	ARMENIA
<p>Se recomienda el hospedaje en una hacienda típica cafetera para disfrutar de vacaciones en familia.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Hotel Escorial. -Hotel Carretero. -Hotel Estelar. - Hosterías del café (campestre) - Hotel Las Colinas 	<p>Se recomienda el hospedaje en una hacienda típica cafetera para disfrutar de vacaciones en familia.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Hotel de Pereira. -Hotel Melia Plaza -Hotel el Hábitat -Hotel Abadía Plaza -Hotel Luxor Plaza 	<p>Se recomienda el hospedaje en una hacienda típica cafetera para disfrutar de vacaciones en familia.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Finca Hotel El Rosario -Hotel Café Real -Hotel Campestre La Floresta -Hotel Armenia (Estelar) - Casa Jardín Zen

FUENTE. 42. Información recopilada por los autores

- RESTAURANTES

Tabla 43. RESTAURANTES EJE CAFETERO

MANIZALES	PEREIRA	ARMENIA
<ul style="list-style-type: none"> -Restaurante Club Manizales -Las Cuatro Estaciones -Don Juaco - Mister Crepes - Vino y Pimienta 	<ul style="list-style-type: none"> - EL RANCHERITO ANTIOQUEÑO. - BRASIL - EL CORDOBES - LA ESTANCIA - MEDITERRANEO 	<ul style="list-style-type: none"> - Café Quindío Gourmet - La Fogata - El Roble - Casa Vieja - Ristorante Italiano IlCami...

FUENTE. 43. Información recopilada por los autores

1.2.2.8. HUILA

Es uno de los departamentos de Colombia con mayor contenido indígena, allí podrá encontrar quizás uno de los turismos más exitosos del país, variedad de climas, fiestas reconocidas mundialmente. Este departamento tiene una gran influencia de la cultura precolombina en el país. Tiene dos maravillas naturales para visitar, una de las más destacadas el nevado del Huila.

- VIAS Y ACCESOS

Tabla 44. VIAS Y ACCESOS HUILA

TERRESTRE	AEREO
<ul style="list-style-type: none"> • San Agustín-Bogotá 510 kms • Desierto de la tatacoa – Bogota 210 kms 	Aeropuerto Benito Salas <ul style="list-style-type: none"> • AIRES • AVIANCA • EASY FLY • SATENA

FUENTE. 44. Información recopilada por los autores

- FIESTAS Y FERIAS

Tabla 45. FIESTAS Y FERIAS HUILA

ACTIVIDAD	DURACION	PRINCIPALES ACTIVIDADES
Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco “FIESTAS DE SAN PEDRO”	15 junio-5 de julio de cada año.	<ul style="list-style-type: none"> - Cabalgata - Reinado popular - Desfiles callejeros - Encierros de Toros

FUENTE. 45. Información recopilada por los autores

- OTRAS ACTIVIDADES

Tabla 46. OTRAS ACTIVIDADES HUILA

ACTIVIDAD	INFORMACION GENERAL
Desierto de la Tatacoa:	Es considerado como una región semiárida e ideal para el estudio de la observación astronómica. Está ubicado cerca de la zona urbana del municipio Villavieja.
Embalse de Betania	La Represa o Embalse de Betania está ubicada a 38 Km. de Neiva, en la vía que conduce al municipio de Hobo. Su temperatura aproximada 27C.
Nevado del Huila	Además de sus fastuosos paisajes, el Nevado del Huila posee una inmensa riqueza hídrica compuesta por un sistema de lagunas, arroyos, quebradas y ríos que le tributan sus aguas a la Cuenca del río Magdalena y la Cuenca del río Cauca.

Parque Arqueológico de San Agustín	Es el mayor testimonio arqueológico del país. Allí se encuentran esculturas líticas de la cultura agustiniana, y cuenta con caminos terraplenes, sarcófagos monolíticos, dólmenes, la Fuente de Lavapatas, el Alto de Lavapatas, el Bosque de las Estatuas y el Museo Arqueológico.
PNN Cueva de los Guácharos, sitio turístico de Huila	Es un enclave de selva andina en el suroriente del departamento del Huila ubicado sobre la Cordillera Occidental.
Termales de Rivera	Ubicados en una zona aledaña de Neiva donde los habitantes de ésta ciudad tienen sus fincas de recreo.

FUENTE. 46. Información recopilada por los autores

- HOTELES

Tabla 47. HOTELES HUILA

<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Casablanca • Finca Hotel Villa Daniela • San Agustín Internacional • Hostería Matamundo • Hotel Yalconia • Hostal Huakayo • Gran Hotel • Hospedaje El Dorado • Hostal El Altillo • Hostería Los Dujos • Hotel Andino • Hotel Astoria • Hotel Bambuco
--

FUENTE. 47. Información recopilada por los autores

- RESTAURANTES

Tabla 48. RESTAURANTES HUILA

<ul style="list-style-type: none"> - Andrés madero parrilla - Banquetes luna verde - Bambino's - Crepes gourmet - Durango - Frupy's - Mi bella Colombia - Oviedo parrilla

FUENTE. 48. Información recopilada por los autores

1.2.2.9. PACIFICO

La región pacífica está comprendida por Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño. Comprende ciudades principales como Cali, Pasto y Buenaventura entre otras que tiene uno de los principales puertos marítimos de Colombia.

Es una región que tiene muchos atractivos naturales únicos en el territorio nacional como la Selva del Darién. Tiene varias regiones ricas en flora y fauna y un gran atractivo natural único en el país que son las ballenas jorobadas.

- VIAS Y ACCESOS

Tabla 49. VIAS Y ACCESOS PACIFICO

TERRESTRE	AEREO
Vía panamericana - Ipiales – pasto 78 kms - Bogotá – pasto 798 kms	Aeropuerto Antonio Nariño (pasto) - Avianca - Aires - Satena
- Cali – bogotá 440 kms - Cali – manizales 384 kms - Cali – cartagena 882 kms - Cali – medellin 584 kms - Cali – buenaventura 128 kms - Cali – calima 100 kms	Aeropuerto internacional Alfonso Bonilla Aragón (Cali) - Copa - Easy fly - Avianca - Aires - Aero Republica - Satena - Lan - Copa
- Bogotá-Cali-buenaventura 437 kms	Aeropuerto Gerardo Tobar López - Satena

FUENTE. 49. Información recopilada por los autores

- FIESTAS Y FERIAS

Tabla 50. FIESTAS Y FERIAS HUILA

ACTIVIDAD	DURACION	PRINCIPALES ACTIVIDADES
Carnaval de blancos y negros (pasto)	4 al 6 de enero de cada año.	<ul style="list-style-type: none"> - PRECARNAVAL (28 DIC) - CARNAVALITO - Desfile de la familia Castañeda (4 Ene) - Día de los negros (5 Ene) - Día de los blancos (6 ene).
Feria de Cali	25 al 30 de Diciembre	<ul style="list-style-type: none"> - Una de las temporadas taurinas más importantes de Latinoamérica. - Festejos populares en las calles de la ciudad. - Cabalgatas. - Bailes y eventos deportivos - Desfile de inauguración de la Feria de Cali "El Salsódromo". Este se realiza en la Autopista Sur. - Concierto de inauguración de la Feria. Lugar: Estadio Pascual Guerrero. - Desfile de Autos Antiguos.

FUENTE. 50. Información recopilada por los autores

- OTRAS ACTIVIDADES

Tabla 51. OTRAS ACTIVIDADES HUILA

ACTIVIDAD	INFORMACION GENERAL
Volcangaleras (pasto)	Volcán Galeras, el Santuario de Fauna y Flora Galeras tiene una extensión de 7.615 Hectáreas, fue nombrado parque nacional en 1985, las Temperatura son bajas (de 3 a 15 C°en promedio), su área tiene alturas entre los 2.200 y 4.276 metros sobre el nivel del mar.
Lago la cocha (pasto)	A media hora al oriente de Pasto, es el segundo lago más grande de Suramérica en la parte andina, tiene una extensión total de 5.989 hectáreas, Con 90 metros de profundidad máxima y una temperatura promedio de 9 grados centígrados. En medio de sus aguas se levanta la isla de La Corota, antiguo sitio de adoración de los Quillasingas y hoy en día Santuario de Fauna y Flora de Colombia. En la población de El Puerto, se venden artesanías y se pueden saborear deliciosas recetas de

	trucha arco iris.
Iglesias (pasto)	San Juan de Pasto es considerada como la ciudad teológica de Colombia y su belleza arquitectónica es invaluable. Un recorrido por estas preciosas edificaciones nos dará la oportunidad de viajar en la historia, pues sus construcciones datan del siglo XVIII, como la Iglesia de San Juan Bautista.
Parque nacional del puracé (cauca)	Se encuentra a 30 kms de Pasto, allí se encuentran aguas termales, cascadas y diversos atractivos naturales. Está el volcán de Puracé.
Parque arqueológico de Tierradentro (cauca)	Es una de las mayores atracciones precolombinas de Colombia y del departamento. Comprende una extensa área de tumbas cavadas bajo la superficie de la tierra y pintadas de colores rojos y negros en diferentes matices.
El parque nacional de la isla de Gorgona (cauca)	A 46 km de Guapi, a donde se llega vía aérea y desde donde se puede viajar a la isla en lanchas con capacidad para 10 pasajeros. Gorgona es rica en corrientes de agua dulce, en el suroeste se encuentran la laguna Tunapuri. Está cubierta en un 85% por selva tropical espesa; se han identificado 40 familias botánicas, donde destacan árboles como el roble y el laurel y cocoteros cerca a las playas.
Buenaventura (valle del cauca)	Ciudad y puerto fundado el 14 de julio de 1540, localizado en la Bahía de Málaga, puerto pesquero, maderero y comercial, más del 70% del comercio exterior del país circula por Buenaventura. Desde Buenaventura se pueden hacer viajes cortos a playas del pacifico, algunas de las mas conocidas son las de Juanchaco y Ladrilleros.
Parque nacional natural los farallones	Ubicado a 20 minutos de la ciudad de Cali sobre la Cordillera Occidental, es uno de las zonas con mayor biodiversidad en el planeta, es refugio del ave "Gallito de Roca".
Lago calima (valle del cauca)	Embalse construido a orillas del pueblo del Darién a una hora y media de Cali en la vía que conduce a Buenaventura, es uno de los sitios preferidos por los colombianos para hacer deportes de vela.
Buga (valle del cauca)	Ciudad ubicada a 80 km de Cali, es reconocida a nivel nacional por el señor de los milagros de Buga.
Estatua de Sebastián de belalcazar	Ubicada en la parte alta del Barrio Arboleda, al este de la ciudad. Representación en bronce del fundador de Cali.
ACUAPARQUE DE LA CAÑA - Cali .	El parque ocupa una extensión de 150 mil mts. Cuenta con varias piscinas, entre ellas la de olas, con toboganes y canchas múltiples.
Bahía Solano	Bahía Solano está ubicada en el Pacifico Colombiano, es un lugar que ofrece ecoturismo. No es el lugues donde

	encontrará hospedajes cinco estrellas, pero si cabañas cómodas para la estadía en familia.
Archipiélago de malpelo	A 506 Kms al occidente de Buenaventura está uno de los sitios más impactantes, bellos y diversos del océano Pacífico Malpelo, la Roca Viviente, de 376 metros de altura.
Nuqui	<p>Nuqui es una población ubicada en el pacífico. Está rodeada por una selva espesa y por el cálido mar del pacífico.</p> <p>Debe tener en cuenta que en Nuquí no hay luz en las horas de la noche, es un paseo totalmente natural, la forma de llegar desde el aeropuerto es en lancha, estas parten desde la 1 pm debe comunicarse con el hotel o el lancharo antes de viajar, también debe haber reservado su hotel. Hay disponibilidad de modalidades de hospedaje, cabañas, camping, zona de hamacas. Algunas de las actividades más comunes para realizar son las siguientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminatas por la selva. • Visita a ríos • Caminatas a termales. • Avistamiento de aves. • Avistamiento de delfines.

FUENTE. 51. Información recopilada por los autores

- HOTELES

Tabla 52. HOTELES HUILA

CALI	BUENAVENTURA	PASTO	OTROS
- Hotel Granada Real -Hotel Intercontinental -Cabañas el Manantial - Hotel Club Náutico Calima - Hotel Darién - Finca Villa Natalia - Posada la Maruja - Cabañas Yulethsy - Hospedaje Anatolia	- Hotel la Estación (Estelar). - Cabañas Mar Azul. - Hotel Continental. - Hotel Palm View	- Hotel Don Saúl -Hotel El Dorado - Hotel Fernando Plaza	-POSADA YUBARTA (NUQUI). Es un recinto natural. Contacto directo: Amelia Hurtado 312 217 80 80 - PALO DE AGUA (Recinto natural) - Posada Arrecife (B.SOLANO) - Posada Punta Roca (B.SOLANO) - Posada Villa Maga (B.SOLANO)

FUENTE. 52. Información recopilada por los autores

- RESTAURANTES

Tabla 53. RESTAURANTES HUILA

CALI	BUENAVENTURA	PASTO
<ul style="list-style-type: none"> - Restaurante Carambolo - El Arca Cocinafusion - Pizza al Paso - Asados al Carbón Western Texas - Karen's Pizza - Rodizio Do Brasil -La Colina Pizza &Creppes 	<ul style="list-style-type: none"> - La Estación. - Restaurante Ladrilleros. - Restaurante El Mar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gualcacuy - Alina Pizza Gourmet - Sausalito

FUENTE. 53. Información recopilada por los autores

1.2.2.10. AMAZONAS

Región que tiene el pulmón de nuestro País y quizás de nuestro continente. Rodeada de tres países, llena de atracciones 100% naturales, rica en flora y fauna. El turismo en esta región es casi en su totalidad ECOTURISMO, se ha empezado a estructurar una oferta hotelera de todos los niveles.

El Amazonas es una región que ha sido disputada por los países fronterizos. Allí se tiene la posibilidad de ver plantas y animales que en ninguna otra región del mundo se pueden apreciar.

- VIAS Y ACCESOS

Tabla 54. VIAS Y ACCESOS AMAZONAS

TERRESTRE	AEREO
NO HAY ACCESO TERRESTRE.	Aeropuerto Vásquez Cobo <ul style="list-style-type: none"> - AIRES - AVIANCA - AEROREPUBLICA - SATENA

FUENTE. 54. Información recopilada por los autores

- FIESTAS Y FERIAS

Tabla 55. FIESTAS Y FERIAS AMAZONAS

ACTIVIDAD	DURACION	PRINCIPALES ACTIVIDADES
Festival de la confraternidad amazónica	15 al 20 de julio de cada año.	<ul style="list-style-type: none"> - Reinado internacional de la confraternidad - Concursos de canotaje. - Encuentros deportivos - Feria artesanal. - Muestra gastronómica. - Encuentro de chamanes de la región amazónica. - Integración artística de los países participantes - Desfile militar del 20 de julio con la participación de las fuerzas armadas de Brasil y Perú. Organiza la alcaldía municipal de Leticia.
Festival internacional de música popular amazonense pirarucú de oro	28, 29 y 30 de noviembre de cada año.	- Se reúnen compositores e intérpretes de la música propia de la Amazonía, con el fin de resaltar y destacar la identidad cultural de la región. Se realiza en la concha acústica del parque Orellana en Leticia.
Desfile de muñecos de año viejo	31 de diciembre de cada año.	- Se hace un tradicional desfile con los muñecos viejos hechos por los ciudadanos de Leticia y salen por las principales calles de la ciudad.

FUENTE. 55. Información recopilada por los autores

- OTRAS ACTIVIDADES

Tabla 56. OTRAS ACTIVIDADES AMAZONAS

ACTIVIDAD	INFORMACION GENERAL
Parque Nacional natural Amacayacu	En sus 293.000 hectáreas hay selvas poco densas en las que árboles como la caoba, el caucho, el balsa y los otros cedros rojo y blanco, entre otros, pueden superar

	los 50m. Tradicionalmente a sido habitado por los ticunas. Cuentan con un centro de visitantes. Julio es el mes menos lluvioso. Queda ubicado a 3 horas de Leticia y 30min de Puerto Nariño, por río.
Parquenacional natural cahuinari	La selva se protege en 575.000 hectáreas en la hoya de los ríos Cahuinari y Bernardo, en cuyas playas viven caimanes negros de hasta 10 m de longitud y charapas, las tortugas de agua dulce más grandes del mundo, hoy en vía de extinción.
Isla de los micos	Santuario de Fauna y flora de la región. Queda ubicado frente al corregimiento de Santa Sofía.
Lagoyahuarcacas	Bellísimo, en sus aguas cristalinas viven el delfín rosado, la tonina y las victorias regias. Ubicado a las afueras de Leticia.
Puerto Nariño	Segunda ciudad más importante del departamento, la habitan indígenas ticunas y yaguas, así como colonos y comerciantes. En sus alrededores se encuentra el lago Tarapoto, rodeado de enormes ficus y donde se pueden admirar las victorias regias y los delfines rosados. Queda ubicado a 72 km, 2 horas de Leticia, aguas arriba por el río Amazonas.
Lagos	Hermosos y ricos en fauna y flora se pueden visitar los de Zairaica, Terezinha, Laguiño y laguna grande, en Brasil, y el de Moroyoa, en Perú, ubicado cerca de Puerto Nariño.
San Martín	Población ticuna, en ella se pueden conocer las costumbres de sus habitantes y adquirir artesanías. Ubicadocerca de Puerto Nariño, trayecto a pie. ⁹

FUENTE. 56. Información recopilada por los autores

- HOTELES

Tabla 57. HOTELES AMAZONAS

<ul style="list-style-type: none"> - Hotel lasMalocas - Hotel Tacana. - Hotel Anaconda. - Hotel DecalodgeTikuna (DECAMERON)

FUENTE. 57. Información recopilada por los autores

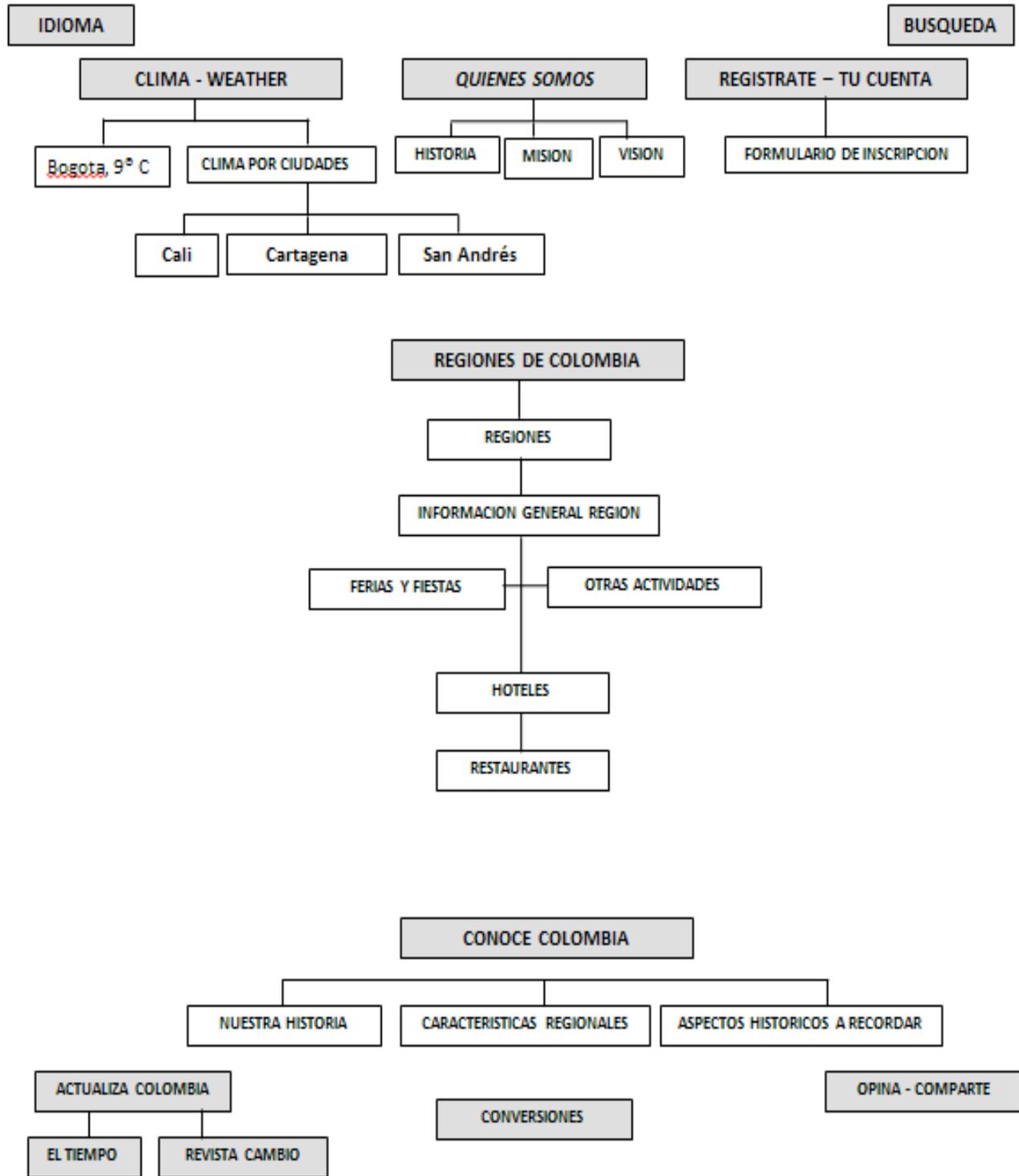
⁹ TURISCOLOMBIA, Información general del Amazonas, (EN LINEA), [Consultado Mayo 15 de 2010], Disponible en: <http://www.turiscolumbia.com/amazonas.htm>

Como pudimos ver, Colombia cuenta con una gran oferta turística no solo por su diversidad climática y geográfica, sino por un calendario ferial durante el año que mueve a cientos de turistas por las regiones de Colombia. Con el análisis logramos determinar que las ciudades costeras son las más visitadas como es el caso de San Andrés, Cartagena de Indias, Santa Marta, Barranquilla, por otro lado Cali, Medellín, Santander y Boyacá son ciudades que por sus costumbres y atracciones turísticas reciben durante el año el mayor porcentaje de turistas que viajan por el país, Bogotá por ser la capital del país se ha convertido en uno de los destinos más importantes, pues revisando datos del 2009, encontramos que *“... Se movilizaron en Bogotá 7.757.240 pasajeros en vuelos nacionales, cifra 13,9% superior a la registrada en 2008. En el mes de diciembre de 2009 la movilidad en Bogotá en vuelos nacionales se incrementó en 34,3% con respecto al mismo mes de 2008, pasando de 590.165 a 792.373 pasajeros. Las llegadas acumuladas nacionales a la capital presentaron incremento del 14,9%, mientras las llegadas del mes aumentaron en 34,3%, pasando de 261.590 en diciembre de 2008 a 351.080 en diciembre de 2009...”*¹⁰ nos demuestra que Bogotá, debe ser un foco que no podemos descuidar, pues la capital posee importantes atributos como lo vimos en el análisis de la ciudad que atrae tanto a turistas nacionales como extranjeros.

¹⁰ ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA, Turismo en cifras, Boletín mensual de estadísticas de turismo Bogotá D.C. Diciembre 2009. (EN LINEA) [Consultado Mayo 15 de 2010] Disponible en: http://bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/06/Boletin_12_2009_0.pdf

2. MAPA DE NAVEGACION

Ilustración 2. REDESCUBRE COLOMBIA



3. DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1 - IDEA INNOVADORA F2 – CONOCIMIENTO DEL SECTOR PORTAL INTERACTIVO F3 – MODELOS DE NEGOCIO PARA TRABAJAR EN CLUSTER	D1 - PORTAL NUEVO NO CONOCIDO D2 - SATURACION DE PAGINAS INFORMATIVAS DE TURISMO D3 - DESCONFIANZA EN EL PAGO DE SERVICIOS VIA WEB
OPORTUNIDADES	FO	DO
O1 - MEDIO INFORMATIVO EN LOS HOGARES COLOMBIANOS O2 - SECTOR TURISTICO CON ALTA INVERSION O3 – EXCESO DE OFERTA DE NUESTROS PROVEEDORES	O1F1 - La incursión de la Web en los hogares colombianos, y la preocupación de los ministerios, gobiernos y demás por hacer llegar este servicio a cada rincón de nuestro país como instrumento de educación para nuestra sociedad, es una de las ventajas más grande que tiene nuestro servicio, pues el Internet se ha convertido en el medio de comunicación con la información más completa y por ende el más utilizado O2F2 - El sector turístico es el sector al cual es país le está apostando, pues es el sector en crecimiento y con las mejores oportunidades de innovación, como vimos Colombia cuenta con las mejores atracciones turísticas y las opciones para darle al consumidor la posibilidad de escoger entre una variedad de climas, costumbres, culturas entre otros, es esta la oportunidad que debemos aprovechar como empresa, teniendo en cuenta que contamos con una idea innovadora, que satisficiera necesidades aun insatisfechas	O1D1 - La publicidad en la que vamos a invertir debe tener la efectividad suficiente para convertirnos en la opción numero 1 dentro de los hogares colombianos, al ser un portal nuevo, debemos aprovechar que cada día los colombianos tienen más acceso a estas herramientas por lo cual debemos incursionar con un portal que trabaje perfectamente y le dé la respuesta a los usuarios de forma inmediata, nuestro portal debe darle las mejores opciones para que no sean otras páginas las que capten la atención de los usuarios por entregarles un mejor servicio que el de nosotros. O2D2 - Reconociendo la importancia que hoy día a tomado el sector turístico, siendo una oportunidad para nosotros, se convierte también en una debilidad, pues hoy día son muchas las páginas que un usuario encuentra en Internet con información turística, se convierte en debilidad, por que el usuario puede llegar a no discriminar entre una y otra, es decir restarle importancia a la página y solo dejarse guiar por la información que encuentra casi igual en todas las páginas de turismo en la Web, es por ello que debemos preocuparnos por transmitirle con nuestra publicidad a los usuarios, que nuestra página es innovadora por el hecho de ser interactiva, lo que marcaría la diferencia respecto de las demás O3D3 - El Internet ofrece ahora la

	<p>para el consumidor final.</p> <p>O3F3 - Como ventaja, tenemos que dentro del mercado colombiano hay suficientes proveedores de los servicios que nuestro negocio requiere (Hoteles, Vuelos, Restaurantes, entre otros) con nuestro modelo de negocio, debemos trabajar con nuestros proveedores en alianzas que nos dan la oportunidad de brindarle a los clientes las opciones suficientes para sobrepasar sus necesidades.</p>	<p>posibilidad de integrar servicios, haciendo la vida del consumidor más simple, pues ya puede hacer todo por Internet sin tener que hacer diferentes transacciones por aparte o movilizarse, aun así, el exceso de oferta de nuestro proveedores en el mercado, conlleva también a que muchos aprovechen y creen paginas ficticias o jaqueen códigos de servidores donde pueden robar información crediticia y bancaria de los clientes, es por ello que los usuarios en Colombia, aun comparten una desconfianza importante respecto de las plataformas de pagos online, haremos uso de alianzas con pagos online, PayPal, entre otros que ya tienen un reconocimiento importante en el mercado para darle confianza a los usuarios, por otro lado también daremos la opción de realizar los pagos offline, registrando posteriormente en nuestra página el comprobante de pago.</p>
AMENAZAS	FA	DA
<p>A1- PORTALES POSICIONADOS QUE PUEDAN INVERTIR EN UNA PLATAFORMA INTERACTIVA</p> <p>A2 - MEJORES COSTOS DADOS POR LOS PROVEEDORES INDEPENDIENTES</p>	<p>A1F1 - Nuestra idea es sumamente innovadora y no vista en el mercado hasta ahora, es una amenaza para nosotros que paginas como viaja por Colombia que lleva al menos 7 años en el mercado decida modificar su portal para volverlo interactivo, es por ello que debemos ir un paso adelante y ser nosotros los que incursionemos con la idea en el mercado y sobre todo que los servicios ofrecidos, sean siempre reales, entregados a tiempo, lo suficientemente variados, para que logremos posicionarnos en el mercado antes que cualquier otra página similar</p> <p>A2F3 - Nuestras alianzas deben ser lo suficientemente efectivas con nuestros</p>	<p>A1D1 - Al ser nuestro portal nuevo, en el momento en que una página existente y reconocida, mejore su servicio e iguale nuestra propuesta, corremos el peligro de perder nuestro plus y que los usuarios migren a esas páginas, la publicidad será la que nos permitirá posicionarnos en la mente de los usuarios como los que incursionamos en el servicio y de la efectividad de la página dependerá que los usuarios vuelvan a ella, debemos atacar con nuestra publicidad los lugares a donde nuestro target se dirija.</p> <p>A2D3 - El temor generalizado de los usuarios en Internet en Colombia por los pagos on line, significa que los clientes podrían preferir dirigirse directamente a los hoteles y pagar allí los servicios de manera offline, es por ello que decidimos manejar alternamente pagos offline donde el usuario solo registre el comprobante de pago generado por la entidad bancaria.</p>

	<p>proveedores, pues el ideal es que nuestros clientes, encuentren además de un servicio integrado y eficaz, un servicio que ofrezca también los mejores costos, esto dependerá de nuestras alianzas y buena relación con nuestros proveedores, pues en algún momento, estos podrían llegar a ofrecer independiente de nuestro portal mejores precios a los clientes, haciendo que estos migren hacia sus páginas o su servicio offline y dejando de usar la nuestra.</p>	
--	---	--

4. INVESTIGACION DE MERCADOS

4.1 Análisis del Mercado y Método de Análisis

Para ésta investigación se realizaron varios FOCUS GROUP entre los posibles clientes y consumidores finales del portal para poder definir la viabilidad de éste. Como lo vimos en el Punto seis, se manejarán dos tipos de clientes. En éste caso se realizaron encuestas a los clientes consumidores finales clientes se definieron Restaurantes, Hoteles y atracciones turísticas y el otro grupo estuvo conformado por consumidores finales quienes serán al fin y al cabo los que contratarán los servicios y obtendrán la información.

En los Focus Group (proveedores) se realizaron varias entrevistas y se aplicaron encuestas a los sectores específicos debido a las restricciones de tiempo de las personas que colaboraron en éste experimento. Se hicieron cuatro entrevistas con gerentes de mercadeo de las cadenas hoteleras mas grandes del país, en algunos otros hoteles se realizó entrevista con empleados de rangos altos con poder de decisión relevante. En cuato a los restaurantes u atracciones turísticas, se realizaron entrevistas con los gerentes o administradores de estos establecimientos. Para éste estudio se tuvo una muestra de diez personas entre propietarios de restaurantes, gerentes o administradores de atracciones turísticas, gerentes de agencias de viajes y jefes de mercadeo de las principales cadenas de hoteles. Se manejó una idea de CLUSTER por parte de los clientes y el portal.

En el segundo FOCUS GROUP (consumidores finales) se realizó un conversatorio el cuál permitió la observación de los actores y su percepción acerca de la necesidad o no de un portal WEB en el que pudieran encontrar todos los servicios reunidos en lo cual todos acertaron. Se encuentra un punto de total acuerdo en el que dicen que en Colombia no hay una buena infraestructura WEB que permita a los usuarios un fácil acceso y conocimiento de las atracciones turísticas y posibilidades de hospedaje que hay en el país.

A través de éste FOCUS GROUP se lograron identificar algunas características de éste mercado con una investigación exploratoria por medio de la cual se definen algunos datos primarios cualitativos que acercaron aún más la investigación a la viabilidad del portal. Realizando la investigación exploratoria se hace una especie de bosquejo de la percepción de los clientes acerca del proyecto, por medio de charlas y entrevistas es posible observarlos y obtener un veredicto en el cual se concluye que les interesa el proyecto y que consideran que es una idea vital para incentivar e impulsar el turismo en

Colombia; pero por otro lado se trató de buscar un resultado cuantitativo que se hace por medio de una investigación concluyente a raíz de los resultados de la encuesta que se practicó a los clientes (restaurantes, hoteles y atracciones turísticas).

Las anteriores se usaron como fuentes primarias de información. A raíz de su experiencia en el sector turístico. Ellos aportaron con su conocimiento del sector dando realidad y aterrizando algunas ideas que se tenían del portal. Ellos enfatizaron en la necesidad de tener una estructura que tuviera un movimiento relevante en la red para que fuera atractivo para ellos.

Pero para ésta investigación no sólo se usaron fuentes primarias, las secundarias fueron de vital importancia para ver las tendencias del mercado y del proyecto y así dar un veredicto tentativo de la viabilidad o no del portal WEB. Estas fuentes aportaron datos de alta relevancia. Se consultaron estudios del ministerio de Turismo, Industria y Comercio.

4.2 Encuestas

4.2.1 Encuesta HOTELES-RESTAURANTES-ATRACCIONES TURISTICAS.

Se realizó una encuesta a los hoteles, restaurantes y atracciones turísticas en las que se enfatiza sobre la importancia para ellos de tener una presencia en la Web para sus negocios y darles publicidad y a la vez participar en una especie de CLUSTER turístico que será de gran ayuda para incentivar el turismo en el país y a su vez generara una innovación para estas empresas que las hará competitivas en el turismo latinoamericano. A continuación se adjunta la encuesta realizada al Focus Group.

En los diferentes focus group realizados a los proveedores, se realizaron unas encuestas tratando de identificar en ellos el interés y la necesidad que tuvieran en un portal WEB. Esta encuesta se generó para obtener unos resultados cuantitativos en la investigación y sacar conclusiones valiosas para determinar la viabilidad del proyecto.

Esta encuesta tiene un campo muestral compuesto por diez personas que trabajan en el medio y tendrían un poder relevante y significativo a la hora de tomar una decisión. El grupo muestral está compuesto por:

- ❖ Propietarios o administradores de Restaurantes.
- ❖ Jefes de mercadeo de cadenas hoteleras.
- ❖ Gerentes de Hoteles
- ❖ Administradores o propietarios de atracciones turísticas.

Tabla 58. ENCUESTA A PROVEEDORES

ENCUESTA PROVEEDORES.
1. Usted considera que es importante para su negocio tener una página Web. Si___ No ___
2. Considera que la presencia en Internet puede generarle muchos más clientes. Si___ No ___
3. Considera que la publicidad en Internet tendría un impacto positivo en el aumento de su número de clientes. Si___ No ___
4. Considera que su presencia en Internet se puede convertir en una fortaleza para su negocio frente a la competencia. Si___ No ___
5. Ve usted la necesidad de una plataforma agrupada de sitios turísticos de Colombia (incluye hoteles, restaurantes, atractivos). Si___ No ___
6. Considera que hay quienes sólo van a sitios que encuentren en Internet. Si___ No ___
7. La pauta en Internet es vital para el éxito de un negocio. Si___ No ___
8. La pauta para su negocio es exitosa en un portal turístico. Si___ No ___

FUENTE. 59 LOS AUTORES¹¹

La mayoría de los encuestados coinciden en la importancia para sus negocios de tener una página Web. Argumentan que es importante darse a conocer por medio de la Web. Dicen que esto les atraería más clientes que podrían lograr un mayor alcance y cubrimiento nacional. Esto arroja un resultado muy positivo para el estudio de la viabilidad del portal Web ya que se logró identificar gran interés por parte de los clientes potenciales del proyecto.

¹¹ Ver resultados en Anexos

Todos están conscientes de la fortaleza que constituiría para ellos que los usuarios pudieran acceder a través de Internet a todos sus servicios. Se han empezado a asustar y ven la necesidad de invertir en otras herramientas para sus negocios que complementen sus estrategias de mercadeo y posicionamiento en el mercado objetivo.

Un 82% de los encuestados afirma que tener presencia en la Web significa tener aumento de su número de clientes porque sería más fácil y económico para ellos darse a conocer en el mercado nacional.

4.2.2 Encuesta realizada a CONSUMIDORES FINALES.

Se realizó una encuesta a los consumidores finales en las que se enfatiza sobre la importancia para ellos de tener acceso a un portal en la Web donde puedan encontrar un consolidado de turismo que agrupe restaurantes, hoteles, sitios de interés, ferias y espectáculos y principales atracciones. Esta encuesta se llevo a cabo a un campo muestral de 50 personas de estratos 4, 5 y seis, principalmente a estudiantes en últimos semestres, personas activas en el campo laboral, padres de familia entre otros. A continuación se adjunta la encuesta realizada:

Tabla 59. ENCUESTA A CLIENTES

NOMBRE:
1. Usted considera que es importante para un negocio tener una página Web. Si___ No ___
2. Donde realiza las compras de los tiquetes aereos. Internet___ Agencias de viaje u oficinas ___
3. Cuando va de viaje por Colombia consulta Internet para conocer rutas y que lugares visitar? Si___ No ___
4. Ha tenido éxito en sus viajes cuando realiza consultas en Internet? Si___ No ___
5. Ve usted la necesidad de una plataforma web que agrupe los sitios turísticos de Colombia (incluye hoteles, restaurantes, atractivos). Si___ No ___
6. Antes de salir a un restaurante, hotel o atracción turística realiza una búsqueda en Internet o agencia de viaje?

Internet___ Agencias de viaje u oficinas ___
7. Si tuviera la oportunidad de adquirir todos sus servicios turísticos en Internet o en una agencia de turismo, que opción le parecería mejor? Internet___ Agencias de viaje u oficinas ___
8. Va a restaurantes, hoteles y atracciones turísticas de las cuales ha visto una pauta en Internet? Si___ No ___
9. Ha encontrado algún lugar en el que encuentre toda la información de los destinos turísticos de Colombia como ferias, festividades y demás eventos que sean de su interés? Si___ No ___
10. Considera más eficiente adquirir usted mismo todos sus servicios y armar su plan turístico por Internet o en una agencia de viajes? Internet___ Agencias de viaje u oficinas ___

FUENTE. 60 LOS AUTORES

Los usuarios reconocieron la importancia de tener presencia para cualquier negocio en la Web. En una muestra de 50 personas, se obtiene un resultado que muestra que 46 personas reconocen lo importante que es para un negocio tener una página Web. Esto determinaría que los usuarios considerarían muy pertinente poder acceder a los portales oficiales de los negocios.

Es evidente como la gente prefiere adquirir sus servicios turísticos o de negocios a través de la Red y desde la comodidad de sus hogares. La adquisición de servicios desde Internet se sigue estableciendo como una práctica diaria de todos los usuarios de la Red. Este punto es de gran importancia para el análisis de la viabilidad del portal ya que muestra el Interés y la disposición de los clientes a acceder a los servicios desde el Portal.

La mayoría de las personas recurren a Internet para realizar sus búsquedas antes de remitirse a libros de rutas, mapas, entre otros. Hoy en día tenemos un acceso constante a Internet, Colombia cuenta con 17.117 Millones de usuarios de Internet (estadísticas de 2008)¹².

¹² FACTBOOK CIA, USUARIOS INTERNET EN EL MUNDO, Cifras 2008 (EN LINEA) [Consultado Julio 18 de 2010]
Disponible en: <https://www.cia.gov/redirects/ciaredirect.html>

5 Consumidor y/o cliente

“...tanto los individuos como las organizaciones buscan bienes y servicios obtenidos por medio de transacciones de intercambio. Los clientes finales compran bienes y servicios para su propio uso o el uso de otros en su entorno inmediato. Estos reciben el nombre de consumidores de bienes y servicios...”¹³

Nuestro negocio cuenta con dos tipos de cliente, por un lado nuestros proveedores de servicio, como los hoteles, aerolíneas, empresas encargadas de actividades turísticas entre otros, son también nuestros clientes, pues a pesar de hacer labor de proveedores entregándonos sus servicios, en el momento en que deciden pautar en nuestra página, e invertir en espacios publicitarios dentro de nuestra página, están haciendo la labor de clientes, pues en este caso el proveedor deberá pagar por ese espacio que use.

El consumidor final, será nuestro segundo cliente y consumidor, pues además de pagar por el servicio comprado, disfrutara de él. Como lo nombramos anteriormente se trata de personas naturales, un target de estratos medios y altos, es decir que se ubiquen dentro de estratos (4,5 y 6), mayores de edad, con interés de conocer el país e invertir en actividades turísticas dentro de Colombia, con una vida laboral estable que además de aportarle una economía sólida, le reduce el tiempo disponible para comprar servicios turísticos en un punto de venta físico y el internet se convierte en su mejor herramienta por lo cual es una persona que acostumbra hacer compras en internet por que buscan comodidad, calidad, y efectividad en los servicios que adquieren.

¹³ MULLINS WALKER BOYD LARRECHE, Administration del Marketing. Un enfoque en la toma estratégica de decisiones. EN: _____. Análisis de oportunidades de Mercado Buenos Aires, 2007

6. MERCADO

Para determinar la viabilidad de un portal WEB tipo CLUSTER que incluya servicios turísticos tales como hoteles, restaurantes y atracciones turísticas se definió un mercado compuesto por los clientes que serían los anteriormente enunciados y los consumidores finales que serían los clientes de éstos servicios.

Los hoteles serían el principal enganche del portal debido a que la primera necesidad que los usuarios quieren satisfacer cuando deciden tomar una temporada vacacional es el hospedaje. En los anexos se muestra una tabla que relaciona la tasa de ocupación de los hoteles afiliados a COTELCO. VER ANEXO 1.¹⁴

“En abril de 2010, el principal motivo de viaje de los residentes colombianos alojados en los hoteles fue negocios, que representó 44,2% del total. Le siguen, en orden de importancia ocio (42,5%), convenciones (9,0%), salud (1,3%) y amercos1 (0,3%). El rubro “otros motivos” tuvo una participación de 2,7%. Para los no residentes, los motivos de viaje a Colombia en este mes en orden de importancia, fueron: negocios (55,5%), ocio (33,4%), convenciones (7,9%), salud (0,8%) y los amercos (0,6%). El rubro “otros motivos” tuvo una participación de 1,8%.”¹⁵

El turismo interno en Colombia ha venido presentando un gran incremento debido al apoyo de seguridad que se ha venido incrementando en las carreteras durante el gobierno del presidente Álvaro Uribe Vélez. Esto ha impulsado el turismo nacional a registrar incrementos relevantes y esto a su vez desencadena empleo y mayores ingresos para los hogares Colombianos.

Como se mencionaba al inicio de este capítulo, el mercado objetivo de este proyecto se ha dividido en dos: CLIENTES Y CONSUMIDORES FINALES, en cuanto a los segundos éstos son quien el final de la cadena impulsan más este proceso ya que son los que generan los ingresos.

El crecimiento del 4.4% en la economía colombiana durante el primer trimestre del año muestran como los hogares colombianos están aumentando su consumo¹⁶ y el aumentos del consumo de éstos (consumidores finales) se verá reflejado positivamente

¹⁴ COTELCO, ESTADISTICAS HOTELERAS (EN LINEA) [Consultado en Julio 19 de 2010] Disponible en: <http://www.cotelco.org/?q=node/4>

¹⁵ COMUNICADO DE PRENSA DANE, Muestra mensual de hoteles Abril de 2010, (EN LINEA) [Consultado 20 de Julio de 2010]. Disponible en: www.dane.gov.co

¹⁶ PORTAFOLIO, SECCION ECONOMIA, Crecimiento de la economía impulsa la confianza inversionista en Colombia. (EN LINEA), [Consultado en 20 de Julio de 2010] Disponible en: http://www.portafolio.com.co/economia/pais/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-7776284.html

en el crecimiento de los clientes. ANATO (Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo) adelanta un censo en el que estima que en Colombia hay 3.000 Agencias de Viaje y turismo.

Éste es un mercado que a pesar de ser muy amplio es muy fácil sectorizarlo y clasificar sus clientes como se hizo en éste caso que como “**MERCADO**” se tomaron HOTELES, RESTAURANTES Y ATRACCIONES TURISTICAS.

Algunos de los clientes tienen presencia en Internet y ofrecen sus servicios pero no descartan la idea de pertenecer a un CLUSTER en la Web en el que puedan hacer parte de un consolidado turístico atractivo para los consumidores finales y apoyarse en todas las entidades para sacar el producto y las regiones adelante y así generar una especie de producción en escala que permita hacer más competitivas las regiones y fortalecer el turismo en Colombia como una de las ramas más sólidas del PIB.

En éste mercado hay mucha competencia nacional, pero se trata de competir con calidad más que con precio y así lograr sacar adelante el CLUSTER en el portal WEB. Teniendo en cuenta que éste mercado se segmentó en estratos 4, 5 y 6 la diferencia de precios no se verá tan marcada y aquí entre ellos entran a competir mas con calidad y preferencia del usuario que con precio, esto hablando de la competencia entre nuestros clientes.

En cuanto a la competencia directa para el **PORTAL-CLUSTER**, no hay ninguna que tenga éste mismo esquema y que agrupe toda la información en un solo portal pretendiendo hacer una especie de cluster con los clientes. Sin embargo si hay una especie de competencia indirecta ya que no manejan el mismo esquema pero ofrecen algunos de los servicios que el portal quiere ofrecer por medio de los servicios ofrecidos por los clientes a los consumidores finales.

Haciendo un análisis comparativo de la competencia indirecta se resaltan algunas debilidades en penetración de mercado, imagen del producto y recordación en los usuarios finales entre otras que el PORTAL-CLUSTER podría ofrecer y tener una ventaja competitiva con estos factores ofreciendo una gran penetración del mercado por tener todos los servicios incluidos y estructurados en el mismo portal lo que atraería una mayor afluencia de público generando posicionamiento de marca para todos los clientes y la posibilidad de darse a conocer a los consumidores finales aun cuando éstos no estén realizando una búsqueda puntual de ellos.

Como ya se había mencionado, para este producto no existen sustitutos perfectos ya que es un producto nuevo en este mercado con las condiciones que pretende cumplir al dictaminar su confiabilidad.

7. VISION, MISION, OBJETIVOS ESTRATEGICOS

VISION

Consolidarnos como el portal turístico líder en Colombia y ofrecer los mejores servicios a los usuarios

MISION

Trabajamos para ofrecer un sistema consolidado de turismo donde puedas acceder a todas las atracciones, hoteles y restaurantes de la mejor calidad a los mejores precios y con un sólo click.

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

1. Lograr la reunir la mayor cantidad de hoteles, atracciones turísticas y restaurantes en el portal.
2. Maximizar la participación de ellos en el portal y encaminarla a ofrecer una excelente plataforma de servicios turísticos a los usuarios finales.
3. Establecer un portal conocido y frecuentado por la mayor cantidad posible de clientes y usuarios finales.
4. Posicionar el portal como la fuente primaria de contratación de servicios turísticos en la Web.
5. Lograr un crecimiento sostenido del portal y de los clientes estratégicos.
6. Generar alianzas con empresas que sean un músculo financiero para el portal como:
 - ❖ Proexport.
 - ❖ Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
 - ❖ Bogota Emprende (Programa de la Cámara de Comercio de Bogotá).
 - ❖ Fondo de Emprendimiento.
 - ❖ CIDEM (Programa de la Universidad del Rosario).

8. DIRECCION ESTRATEGICA

8.1. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Siempre debemos revisar en que parte del ciclo de vida se encuentran nuestros productos, esto nos permite evaluar que estrategias deben aplicarse en cada momento para lograr la penetración del producto de la mejor forma en el mercado, en nuestro caso, encontramos claramente que nuestro producto al ser nuevo se encuentra en la etapa de introducción dentro del ciclo de vida, caracterizado por un lanzamiento al mercado sin un amarre a ventas, es claro que en el momento en el que lancemos el producto, la inversión va a ser sumamente alta y las ventas mínimas mientras logramos el reconocimiento y posicionamiento del producto, nuestro trabajo será muy fuerte en mercadeo, buscando desarrollar las mejores estrategias para penetrar el mercado y posicionar nuestro producto con el target. A pesar de entrar con altos costos e inversión muy grande, la etapa introductoria de nuestro producto, también se caracteriza por entrar con una competencia baja en cuanto al concepto de nuestra página, pues como hemos visto, este es un producto innovador respecto a lo que siempre ha recibido nuestro target.

8.2. CONCEPTO DE POCISIONAMIENTO

“...el posicionamiento de productos se refiere a las decisiones y actividades orientadas a crear y mantener en la mente de los clientes un determinado concepto sobre el producto de la empresa (en relación con las marcas competitivas)...”¹⁷ con ello, determinamos que nuestro concepto de posicionamiento es generarle valor al cliente, ¿cómo? Pues le aseguramos entregarle un servicio de calidad porque siempre contaremos con los mejores proveedores de servicio y contaremos con una plataforma electrónica eficiente; confianza por que trabajaremos con plataformas de pago seguras y siempre buscaremos cumplir con las promesas de venta, entregar los servicios tal cual y como el cliente los adquirió; comodidad porque entregamos un servicio en el que el cliente tiene que hacer el mínimo esfuerzo por adquirir su paquete de servicios; diferenciación, porque somos la única empresa en el mercado Colombiano que ofrece este tipo de servicio turístico en línea. Por eso nuestra empresa se posicionará en la mente de los consumidores como:

¹⁷WILLIAM M.ORIDE – O.C.FERRELL MARKETING CONCEPTOS Y ESTRATEGIAS. POCISIONAMIENTO. EN: _____ México 1997

!!REDESCUBRIENDO COLOMBIA!!

...Generamos Valor.....

8.3. SEGMENTACION DEL MERCADO

Nuestro negocio se adapta a diferentes grupos de mercado, y como empresa debemos ser sumamente versátiles y tener el tacto para llegar a cada segmento, la oportunidad que nos da Internet es muy grande en cuanto a poder dirigirnos a cada segmento por individual, descubrimos 3 segmentos que revisaremos a continuación:

- Segmento Familia: todos aquellos viajes y actividades dirigidos a familias, casi siempre se tratara de planes culturales y educativos, las familias tendrán la opción de elegir qué tipo de actividades desea realizar dentro de su viaje y que se adapte a sus necesidades, según las edades de sus hijos y demás
- Segmento juvenil: Todos aquellos viajes o planes que van dirigidos a grupos de amigos con interés de viajar, siempre todos los segmento recibirán la misma información en cuanto a oferta de productos, pero en estos casos, buscaremos siempre con las herramientas en Internet, ofrecer opciones que se adapten a las necesidades de este segmento, como rumba y planes diferentes que apliquen a este target
- Segmento laboral: Encontraremos empresas que quieran montar sus programas y planes para actividades empresariales o viajes de negocios, buscaremos ofrecer opciones también para ellos.

8.4. VENTAJA COMPETITIVA

Porter nos propone el estudio de los 5 factores de éxito para determinar entonces la situación en la que se encuentra nuestra empresa y tomar por ende las acciones necesarias, a continuación los 5 factores o fuerzas de éxito

AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES: esta es una amenaza latente que pudimos revisar también en nuestro análisis DOFA, pues dentro del mercado hay suficientes páginas que entregan información turística a los usuarios, y algunas de ellas ya posicionadas, sí corremos el riesgo que alguna de ellas reevalúe su negocio y entre a competir con nosotros en nuestra categoría de producto entregando un servicio interactivo, en este sentido encontramos que las barreras de

entrada no son muy grandes y realmente estamos expuestos a la entrada de rivales fuertes que entrarían a competir con nosotros

PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES: El tipo de negocio nos impide sobre todo en primera instancia tener control sobre nuestros proveedores, pues como vamos a incursionar en el mercado con nuestra propuesta, en primera instancia nuestros proveedores tienen algo de control sobre la negociación, de igual forma lo que buscamos fue reunirnos con ellos para justificar que era lo que queríamos hacer y llegar a una alianza que de alguna forma beneficie a ambas partes, pero como negocio si reconocemos que dependemos un poco de las decisiones de nuestros proveedores

AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS: En el tema tecnológico, la ventaja está dada en muchos casos por el que más dinero tenga para invertir, pues Internet nos ofrece todas las posibilidades para hacer de nuestra página por ejemplo la más avanzada, existe la amenaza por que en cualquier momento puede llegar alguna empresa de turismo a invertir en una página interactiva mucho más avanzada que la de nosotros, de ahí lo importante de lograr posicionarnos en la mente de nuestros consumidores, para que estos productos sustitutos no logren afectar tan fuertemente las percepciones de nuestro target

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES: Como hemos venido nombrando, el sector turístico está saturado de proveedores de información en Internet, revisando puntualmente nuestro negocio, determinamos que no contamos con una competencia muy fuerte sabiendo que las paginas existentes no ofrecen la interactividad que la nuestra si, por ende podemos concluir que nuestro concepto de posicionamiento nos permitirá ser una empresa rentable

DIFERENCIACION DEL PRODUCTO: Nuestro producto tiene una ventaja muy grande y es que el servicio que ofrece no se encuentra actualmente en el mercado nacional, lograr una copia no es difícil pero se debe contar con los recursos suficientes para invertir en un tipo de plataforma que pueda generar alguna diferencia con nosotros

PODER DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES: Reconocemos que nuestro negocio presenta productos sustitutos que pueden modificar la decisión de compra del cliente, en el momento que este lo prefiera, buscare comprar nuestros servicios por independiente, dirigiéndose a cada proveedor (hotel, aerolínea, renta de autos, entre otros) y comprando los servicios directamente con ellos, aun así, como lo nombramos, nuestro trabajo está enfocado en lograr las mejores alianzas con los

proveedores para ofrecer los mejores precios y servicios y evitar así que este migre a la compra con la competencia

9. MEZCLA DE MERCADEO

9.1. PRODUCTO

Portal Web turístico interactivo, en el que los usuarios podrán recibir toda la información para sus viajes y además comprar en línea paquetes turísticos que reduzcan los tiempos que el usuario tiene que invertir en comprar cada servicio por separado. Permitirá al usuario final, revisar todos aquellos aspectos que rodean su viaje, como vías, clima, rutas, tiquetes entre otros, reuniendo para el cliente todas las opciones que necesita para hacer de su viaje el mejor y más completo.

Nuestro producto se clasifica dentro del concepto de productos de comparación, pues para este caso "...los productos de comparación son artículos para cuya adquisición los compradores están dispuestos a emplear un esfuerzo considerable en planeación y realización de compra..."¹⁸ clasificamos así nuestro producto, porque este no es un producto de consumo, el cual el cliente compre frecuentemente y no realice esfuerzo alguno, por el contrario en nuestro caso, el cliente se toma el trabajo de buscar la información suficiente para lograr que el producto que adquiera satisfaga completamente sus necesidades y se acomode a sus gustos y preferencias, no podemos clasificarlo como un producto de especialidad porque así como el cliente invierte tiempo en la planeación de la compra del producto, invierte justamente tiempo en revisar otras alternativas de servicio, empresas competidoras y sustitutos dentro del mercado buscando precios más bajos y opciones de servicio, con ello nuestra idea es lograr que nuestro producto se convierta en uno de especialidad donde el cliente discrimine completamente los productos ofrecidos por nuestra competencia y se decida exclusivamente por nosotros, que lo lograremos solo y si logramos ofrecer los precios más competitivos, productos de calidad, cumplimiento de entrega, entre otras variables que aseguren satisfacer de la mejor y diferenciadora forma las necesidades del consumidor.

Determinar las líneas de producto dentro de nuestro negocio es algo difícil, teniendo en cuenta que entregamos a nuestro consumidor un servicio, integrado por muchos otros (hospedaje, transporte, alimentación, entre otros), esta clasificación podemos hacerla, es por las dos ofertas de servicio que tenemos a

¹⁸ WILLIAM M. ORIDE – O.C. FERRELL. MARKETING CONCEPTOS Y ESTRATEGIAS. ANALISIS DE PRODUCTO EN: _____ México 1997

nuestros clientes, por un lado ferias y fiestas, que será el calendario ferial que se ubica casi siempre dentro de temporadas altas del año (Feria de Cali, Feria de las Flores, Carnaval de Barranquilla...), y por otro lado, las actividades alternas a las ferias que pueden disfrutar nuestros consumidores en cualquier momento del año, (museos, parques, lagos, actividades de deporte extremo, entre otros).

9.2. DISTRIBUCION

Nuestro producto se encuentra en Internet, por lo cual nuestra distribución es un canal directo, por que el usuario ingresa a la página y compra directamente los servicios que requiere, va ligada es al tipo de información y de publicidad que pueda llegar directamente a los usuarios finales en la que nos preocuparemos por ingresar la información de nuestra página en portales web muy visitados de otras categorías de producto, incursionar en las redes sociales donde se encuentre nuestro target por ejemplo, revistas, emisoras, buscadores, entre otros que mantiene un flujo importante de usuario y que nos permitiría llegar con nuestro mensaje a todos ellos. Trabajaremos en el control y seguimiento de entrega de nuestros servicios, pues dependemos de terceros para cumplir con nuestros clientes, es por ello que debemos trabajar de la mano con nuestros proveedores buscando entregar a tiempo los productos que adquirió el cliente en nuestra página y tal y como fueron ofrecidos en la red.

9.3. PROMOCION O COMUNICACIÓN

Nuestra pauta se ubicara como lo nombramos, en otros portales web que sean visitados por nuestro target, la información entregada siempre buscara hacer un énfasis en lo importante que es aportar a nuestro país y lo interesante que es descubrirlo. Nos interesan páginas de redes sociales como Facebook, informativas como periódicos, de emisoras radiales dirigidas a nuestro target, de compras en Internet como mercado Libre o Amazon, hicimos el ejercicio en dos páginas puntuales, Facebook y periódico el tiempo.

- **FACEBOOK.**

Crearemos una página en la red social, que podrá ser visitada por más de 500 millones de clientes según la clasificación que demos del target al que queremos dirigirnos, en este caso no debemos pagar por la creación ni el mantenimiento de la página, sino por el anuncio que aparecerá, mientras que cualquier usuario está visitando su cuenta. El link a la página será www.redescubriendocolombia.com, con un texto que aparecerá

ininterrumpidamente: Conoce tu país, arma paquetes y viaja a los destinos en Colombia con los mejores precios, calidad y eficiencia, visita nuestra página.

Nuestro público objetivo es el colombiano a partir de los 18 años y de ambos sexos en todas las ciudades del país. Facebook nos da la posibilidad de elegir dentro de las características de los clientes que visitan la red social, una que nos interese para llegar a ese público objetivo, en este caso elegimos llegar a los usuarios con interés por el turismo interno.

ANUNCIO FACEBOOK

Ilustración 3. ANUNCIO FACEBOOK



FUENTE. 61. LOS AUTORES

El valor que debemos pagar por cada clic que hagan los usuarios, será de \$167, y el presupuesto que determinamos diario es de \$200.000 lo que significara un total de 1.198 clics por día, en resumen:

Tabla 60. ANALISIS CLIC POR MES

VALOR CLIC	PRESUPUESTO DIARIO	No. De CLICS POR PRESUPUESTO	TOTAL CLIC AL MES	TOTAL INVERSION AL MES
\$ 167	\$ 200.000	1.198	35.928	\$ 6.000.000

FUENTE. 62. LOS AUTORES

Con Esta inversión, lograremos llegar a más de 40.000 usuarios, si contamos también a aquellos que ingresan directamente a la página y no por clic en el anuncio.

Por otro lado, hicimos un ejercicio con la casa editorial el tiempo: escogimos tres productos, periódico El Tiempo, periódico Portafolio y revista Cambio. Para cada caso, la idea y la inversión es la siguiente:

Tabla 61. INVERSION CASA EDITORIAL EL TIEMPO

CASA EDITORIAL EL TIEMPO			
MEDIO	PERIODICO EL TIEMPO	PORTAFOLIO	CAMBIO
PRODUCTO	PATROCINIO FOROS DE LA W	LOGO DE PATROCINIO INDICADORES ECONOMICOS	BOTON PATROCINIO
DESCRIPCION	Foros en la página inicial de la página de El Tiempo, patrocinados en el programa radial en las mañanas	Logo en página principal	Link directo a nuestra pagina
CARACTERISTICAS	88 x 31 pixeles	88 x 31 pixeles	120 x 60 pixeles
VALOR	5.000.000	3.500.000	3.500.000
VIGENCIA	3 MESES	2 MESES	2 MESES
TOTAL INVERSION X PAGINA	15.000.000	7.000.000	7.000.000
TOTAL INVERSION MEDIOS	29.000.000		

FUENTE. 63. COTIZACION CASA EDITORIAL EL TIEMPO

Los ejercicios realizados, se fundamentan en el modelo presentado a los proveedores, buscando con esta inversión demostrar a los proveedores que el flujo de visitas a nuestra página es alto y por ende sus servicios serán visibles a un importante número de consumidores.

Estas son algunas de las estrategias que buscamos implementar, buscaremos usar los medios que se dirijan siempre a nuestro Target y que de alguna forma puedan influirlo como las redes sociales.

9.4. PRECIO

Como hemos visto, nuestros precios van ligados a las alianzas que desarrollaremos con nuestro proveedores, el acuerdo será siempre lograr descuentos por parte de ellos, para que el precio que le llevemos al cliente final se ajuste a sus necesidades y sobre todo sea competitivo, nuestros clientes deben encontrar en nuestra página una oferta de precios bajos que diferencian nuestra página de la compra offline de un consumidor. Nuestro margen será obtenido por medio de ese porcentaje de descuento que nos entregue el proveedor, permitiéndonos así, ofrecerle al cliente los mismo o mejores precios que el cliente pueda encontrar dirigiéndose directamente a una agencia o aun punto de venta del proveedor.

10. FACTIBILIDAD FINANCIERA

10.1. PERSPECTIVA DE LOS PROVEEDORES

Por medio de reuniones y entrevistas con jefes de mercadeo de los hoteles, dueños de restaurantes y propietarios o administradores de las múltiples atracciones turísticas se pactaron diferentes acuerdos para dar inicio al desarrollo del portal.

Se hizo un análisis de las páginas relacionadas con turismo del país y las más visitadas del mundo, basándonos en ellas decidimos ofrecer un número de visitas estimado de 4.000 visitas mensuales en el periodo de prueba que consta de tres meses. En este también se planea ir incrementando poco a poco la presencia de hoteles, restaurantes y atracciones turísticas en la página que atraigan más clientes cada día.

Para muchos de los clientes es difícil tomar decisiones y suministrar propuestas a un portal no establecido como lo es el nuestro, por tal motivo las propuestas escritas se dificultaron en este proyecto y más bien se hicieron unas aproximaciones verbales para identificar la viabilidad del portal Web turístico. Para cada uno de los tres sectores se hizo una estimación diferente dependiendo de sus protocolos de contratación.

10.2. ESTRATEGIA PARA LOGRAR 4.000 VISITAS AL PORTAL

Una vez transcurra el periodo de prueba del portal la estrategia convenida con los clientes generará un cambio y se empezarán las pautas de cada uno de ellos.

Teniendo en cuenta que durante el periodo de prueba de tres meses el Portal prometió a los proveedores 4.000 visitas, debemos comenzar esta tarea ardua para poder lograr la meta. Gran parte de la estrategia se manejará con opciones en Internet pero no podemos descuidar otras estrategias que hagan presencia en otros nichos de mercado atractivos para el portal.

- Establecer una serie de palabras claves que faciliten a los usuarios encontrar el portal cuando realicen una búsqueda de términos relacionados.
- SEO Search Engine Optimization → Recurrir a esta herramienta que será de gran ayuda para el posicionamiento del portal en los motores de búsqueda. Contratar un servicio de posicionamiento para el Portal.

- *“El objetivo del **posicionamiento Web en buscadores (SEO)**, es aumentar las visitas hacia un sitio Web, como consecuencia de obtener una posición lo más alta posible en los motores de búsqueda como Google o Bing.”¹⁹*
- Pauta radial en programas que tengan un contacto masivo con usuarios que entran en el target de estratos 4, 5 y 6 que están contemplados en la viabilidad de éste proyecto.
- Crear un blog que será en el encargado de ir consolidando la base de datos del portal durante el período de prueba. Por la inscripción en este se dará al usuario la oportunidad de participar en una rifa de un paquete turístico (esto se logrará con patrocinio de los mismos proveedores del portal).
- Crear un perfil en Facebook e ir recolectando la mayor cantidad de amigos posibles para ir consolidando un perfil en el que podamos ir vinculando a los usuarios con el portal Web desde allí ir vinculándolos poco a poco al portal.
- Crear un AD en Facebook que muestre el Portal y permita un acceso directo a el. Este tendrá una imagen llamativa que captará la atención del usuario.
- Se creará una pauta en la Revista Semana que tiene una audiencia en los estratos altos del país y llega a las principales ciudades.
- Se logró una alianza con hoteles, restaurantes y atracciones turísticas y es entregar un volante llamativo promocionando la página Web.

Con todas estas estrategias se cumplirán las 4.000 visitas pactadas como meta en el periodo de prueba del portal Web. Todas estas van enfocadas al target de estratos 4, 5 y 6.

Después del análisis realizado encontramos que el acuerdo entre los clientes y el portal es el siguiente:

¹⁹SECOLOMBIA, Posicionamiento en lá Web. (EN LINEA), [Consultado em Júlio 15 de 2010] Disponible en: [http://www.seocolombia.com/

PORTAL-HOTEL

Se evidenció que para los hoteles es más atractivo tener una presencia en el portal gratuita durante tres meses mientras se alcanzan las 4.000 visitas diarias de usuarios, así mismo la cantidad de clientes que ellos perciban a partir de la página que contactan inmediatamente los hoteles de la alianza. Luego de tres meses y alcanzada la meta de las visitas ellos se han comprometido a cambiar el mecanismo operativo por el siguiente:

Adquirir una pauta en el portal por una cláusula de permanencia de mínimo seis meses que obsequiar un descuento en habitaciones y servicios. Ellos dicen que preferirían tener una pauta en el sistema por un periodo de seis meses (que fue el mínimo que se les exigió) y luego además de la pauta, pactar un sistema de “regalías” del hotel al portal Web.

Tabla 62. DESCRIPCION MODELO

CLIENTE	PERCEPCION PORTAL
Periodo de Prueba de tres meses.	0% Recolección base de datos. Incremento del número de visitas al portal
Tercer mes	Evaluación de los clientes percibidos por los hoteles por medio del portal. Generación de pautas.
A partir del tercer mes	El portal reportará mínimo 15 habitaciones durante la temporada alta. Si esto se logra el hotel concederá el 8.5% de las quince habitaciones previamente y de ahí en adelante el 7.2% de cada habitación percibida por intermedio del portal.
A partir del tercer mes	En caso tal que el hotel no esté interesado en este sistema, se le ofrece la pauta en la sección de hoteles del portal por un valor de \$3.800.000 por un período de cinco

	meses.
A partir del tercer mes	Contando con las temporadas bajas del año el portal se compromete a reportar una tasa de ocupación a los hoteles de 6 habitaciones al mes, cumpliendo la meta se percibirá un porcentaje del 6.5% y de ahí en adelante 4.5% por cada habitación ocupada.

FUENTE. 64 LOS AUTORES

MODELO PORTAL HOTEL

Ilustración 4. MODELO PORTAL HOTEL



FUENTE. 65. LOS AUTORES

PORTAL – ATRACCIONES TURISTICAS

En el caso de las atracciones turísticas ellos estuvieron interesados en la pauta en el portal y además estuvieron de acuerdo en tener una especie de concesiones y descuentos a usuarios del portal porque ellos estén conscientes de la importancia de establecer una base de datos y un programa de referidos que atraiga nuevos clientes a las atracciones, especialmente aquellas que son un poco más precarias e incipientes y se han ido fortaleciendo poco a poco pero aun así son atractivas para los turistas.

Algunos de ellos proponen facilitar un 5% de descuento a las personas que adquieran los servicios turísticos en el portal esto se lograría a través de la intermediación que exista entre el portal y las atracciones turísticas. Este descuento se propone pactarlo con las atracciones pequeñas y que han no se han dado a conocer tanto al mercado porque no cuentan con los recursos ni el conocimiento suficiente para hacerlo ya que su asesoría en mercadeo es nula.

En cuanto a las atracciones grandes y que ya se han fortalecido en el mercado debido a que tienen una buena estrategia de mercadeo, se propone ofrecerles una pauta en el portal con una cláusula de permanencia mínima de seis meses igual que los hoteles y luego pactar con ellos otro sistema en el que queden ganancias para el portal.

MODELO PORTAL – ATRACCIONES TURISTICAS

Ilustración 5. MODELO PORTAL - ATRACCIONES TURISTICAS

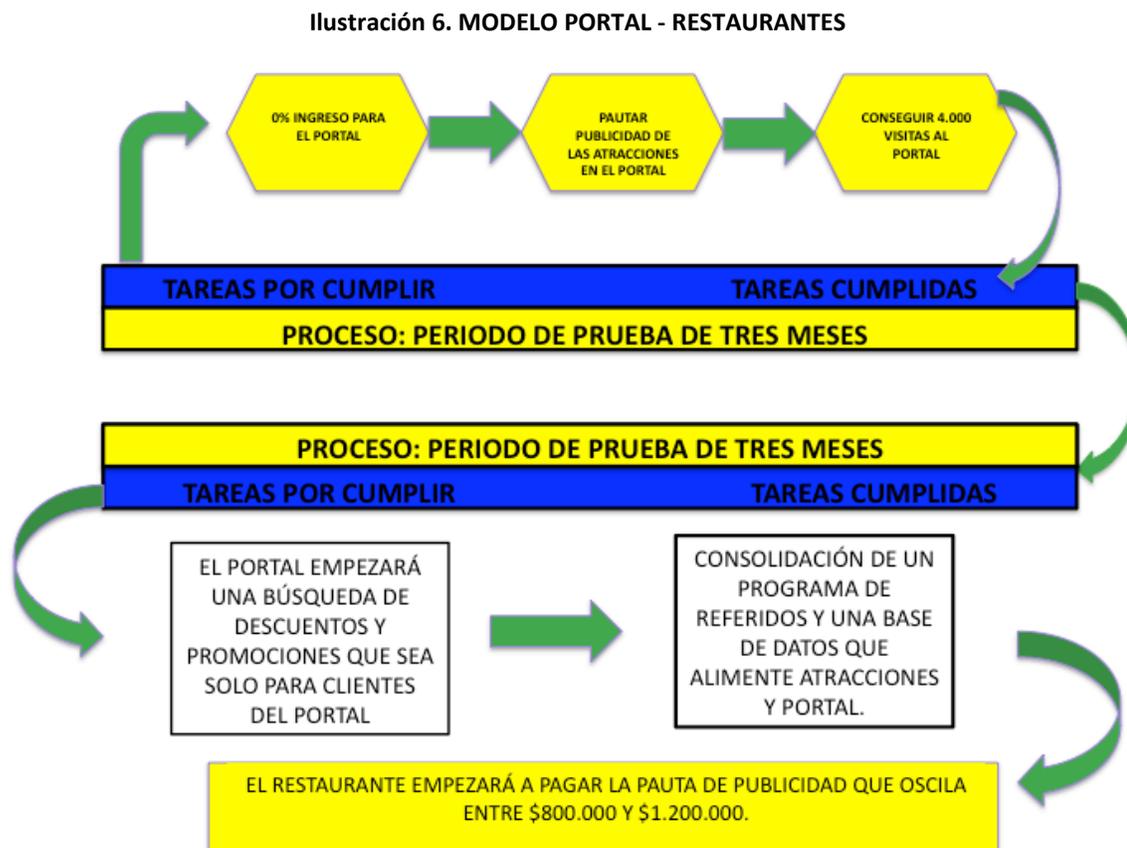


FUENTE. 66 LOS AUTORES

PORTAL - RESTAURANTES

Con respecto a los restaurantes, con ellos se pactó una publicidad en la página gratuita por los tres primeros meses del periodo de prueba del portal, luego ellos se comprometerán a hacernos parte de todo su plan de promociones y descuentos y algunos de ellos procederán con la pauta en el Portal Web.

MODELO PORTAL – RESTAURANTES



FUENTE. 67 LOS AUTORES

10.3. ANALISIS DE INGRESOS Y EGRESOS

Nuestro negocio es un servicio que depende de decisiones muy puntuales de nuestro consumidor, al tener opciones de servicios, como escoger entre alquilar sí o no un automóvil, reservar sí o no habitaciones de hotel, comprar entradas para actividades

turísticas, nuestro análisis de ingresos y pérdidas debe ser ajustado a un supuesto modelo que propondremos de negocio:

Como dijimos anteriormente, los primeros 3 meses, serán meses en los que nos dedicaremos a una fuerte inversión en publicidad y promoción de nuestro portal , posterior a ello, la idea a la que llegamos con nuestros proveedores de hoteles como se nombró anteriormente es la de recibir para temporadas altas un 8,5% por 15 habitaciones ocupadas gracias a nuestra página, después de cumplir con estas 15, nos otorgaran un 7,2%, la propuesta para temporada baja será, 6 habitaciones reservadas nos otorgan un 6,5% y de ahí en adelante un 4,5%. El incremento en habitaciones y atracciones turísticas deberá verse incrementada en un 20% cada temporada, es decir que la siguiente temporada alta, el compromiso no será el de reservar 15 habitaciones sino 18 y de igual forma para temporada baja. Tomaremos como ejemplo la reserva en 6 hoteles 5 estrellas a nivel nacional durante todo el año, con un precio promedio de 350.000 (temporada baja) noche por persona y suponiendo una estadía dos personas durante 4 noches. Por otro lado, tomaremos atracciones turísticas, que nos marginan un 5% de ganancia sobre atracción vendida, el precio promedio por actividad de extremo o cultural es de \$120.000, supondremos que como mínimo, en temporada baja, tendremos por fin de semana, 2 grupos de 10 personas accediendo a una actividad de estas, es decir que al mes son 80 atracciones vendidas, para temporada baja y en alta, doblaremos el supuesto, es decir 4 grupos de 10 personas cada uno, teniendo como resultado, 160 atracciones vendidas. Tomamos un periodo de tres meses para delimitar cada temporada, es decir que desde Febrero hasta Abril, tendremos la primera temporada baja, luego de Mayo a Julio la primera temporada alta y así sucesivamente. Con lo anterior podemos concluir que estaríamos vendiendo en el año cerca de 500 atracciones, por otro lado, debemos tener en cuenta la inversión que hagan nuestros proveedores en pauta publicitaria dentro de nuestra página, partiremos del punto, que después de los 3 meses, el 50% de nuestros proveedores empezaran a pautar con nosotros, y de 6 meses para adelante lo harán todos, veamos el ejemplo entonces en cuanto a ingresos:

Tabla 63. ANALISIS DE INGRESOS Y EGRESOS

	GANANCIA FEBRERO ABRIL	GANANCIA MAYO-JULIO	GANANCIA AGOSTO - OCTUBRE	GANANCIA NOVIEMBRE - ENERO	TOTAL AÑO 1	GANANCIA FEBRERO - ABRIL	GANANCIA MAYO- JULIO	GANANCIA AGOSTO - OCTUBRE	GANANCIA NOVIEMBRE - ENERO	TOTAL AÑO 2
ALQUILER HABITACIONES	\$ 0	\$ 4.590.000	\$ 1.092.000	\$ 5.508.000	\$ 11.190.000	\$ 1.310.400	\$ 3.888.000	\$ 1.572.480	\$ 7.931.520	\$ 14.702.400
ATRACCIONES TURISTICAS	\$ 0	\$ 960.000	\$ 480.000	\$ 1.152.000	\$ 2.592.000	\$ 576.000	\$ 1.382.400	\$ 691.200	\$ 1.658.880	\$ 4.308.480
PAUTA PUBLICITARIA	\$ 0	\$ 30.400.000	\$ 11.400.000	\$ 36.480.000	\$ 78.280.000	\$ 13.680.000	\$ 43.776.000	\$ 16.416.000	\$ 52.531.200	\$ 126.403.200
TOTAL INGRESOS	\$ 0	\$ 35.950.000	\$ 12.972.000	\$ 43.140.000		\$ 15.566.400	\$ 49.046.400	\$ 18.679.680	\$ 62.121.600	
TOTAL INGRESOS AÑO					\$ 92.062.000					\$ 145.414.080
INVERSION PUBLICIDAD	Construccion pagina	\$ 6.100.000			\$ 6.100.000					\$ 0
	Administracion pagina		\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 8.000.000
	Herramienta SEO	\$ 2.800.000	\$ 2.800.001	\$ 2.800.002	\$ 2.800.003	\$ 0	\$ 2.800.003		\$ 2.800.003	\$ 0
	Pauta Radial	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000		\$ 0	\$ 3.500.000		\$ 3.500.000	\$ 0
	AD Facebook	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 24.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 24.000.000
	Pauta Revista Semana	\$ 600.000		\$ 600.000		\$ 0	\$ 600.000			\$ 0
	Volantes para distribución	\$ 200.000			\$ 200.000	\$ 0		\$ 200.000		\$ 0
	Patrocinio foros de la W - Periodico El Tiempo	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000			\$ 30.000.000	\$ 15.000.000			\$ 15.000.000
	Llgo de patrocinio-Periodico Portafolio		\$ 7.000.000	\$ 7.000.000		\$ 14.000.000		\$ 7.000.000		\$ 7.000.000
	Boton patrocinio revista Cambio		\$ 7.000.000		\$ 7.000.000	\$ 14.000.000		\$ 7.000.000		\$ 7.000.000
TOTAL EGRESOS	\$ 27.100.000	\$ 37.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 94.100.000	\$ 23.000.000	\$ 22.000.000	\$ 8.000.000	\$ 22.000.000	\$ 75.000.000

Como Podemos, ver, en el año 2, logramos convertir los ingresos en utilidad, pues hasta el año 1, nuestros ingresos aun no equiparan nuestros gastos, debemos tener en cuenta, que la propuesta de crecimiento es en un 20% para cada temporada en todas las categorías de servicio, es por ello que si continuamos el ejercicio para unos años más adelante, el negocio será realmente rentable, además que la inversión en publicidad será menor en años posteriores, teniendo en cuenta que la pagina ya estará posicionada para ese momento.

Nuestro objetivo principal es incentivar la pauta de los proveedores en nuestra página, como acordamos, la cláusula de permanencia para pauta en la página es de 6 meses, es decir que tendremos una entrada fija mes a mes, que no fluctúa tanto como el porcentaje que marginamos por venta de servicios.

10.4. PERSPECTIVA DEL PORTAL

Es importante saber que la proyección que se tiene para este portal son 12 meses en los que el mejor panorama será lograr el punto de equilibrio. Será un año en el que se busca construir la confianza necesaria que hay que ofrecerle al inversionista para que el proyecto sea atractivo.

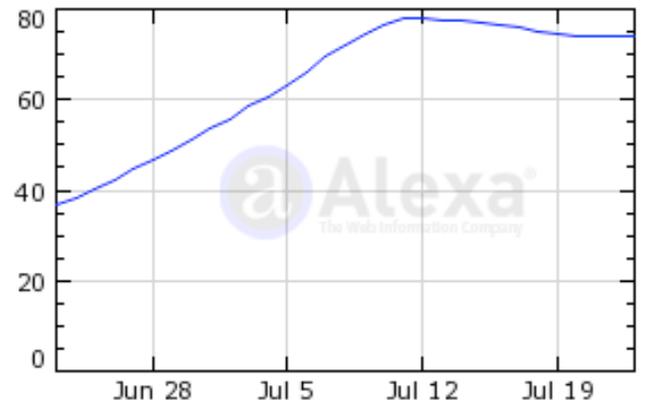
La inversión inicial será propia, los costos iniciales son la elaboración y el mantenimiento del portal Web.

Por medio de una especie de Benchmarking se llegó al acuerdo con los clientes que un promedio de 4.000 visitas mensuales mostrando un incremento relevante entre un mes y otro sería un buen comienzo y un panorama atractivo para ellos establecer la pauta en el portal. A continuación se mostrará el flujo y funcionamiento de páginas similares a esta idea de negocio o posibles competidores que se constituyen como una amenaza latente del mercado.

Viajaporcolombia.com

Es un portal de información turística de Colombia, contiene información de hoteles, agencias de viajes y atracciones turísticas. Es un portal muy similar al que se quiere hacer.

Ilustración 7. VISITAS REALIZADAS AL PORTAL DESDE UN MOTOR DE BUSQUEDA



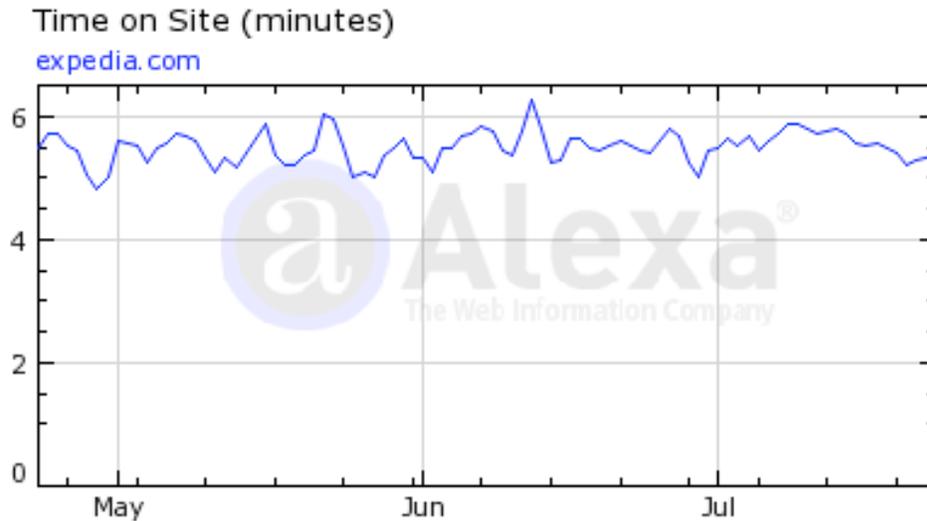
FUENTE. 70. www.alexa.com

1. El incremento de la demanda y las visitas a este portal está directamente proporcionado con las temporadas altas de vacaciones.
2. Esta página ocupa el puesto 304.516 en el portal de estadísticas de páginas Web ALEXA.COM.
3. En Colombia ocupa el puesto número 1.332 frente a un puesto 132 como lo tiene Avianca en el país.
4. Son portales a los que acceden en su mayoría jóvenes entre 18 y 25 años de edad. Estadísticamente se ve que en su mayoría son hombres y el acceso primario se hace más frecuente desde los lugares de trabajo.

Expedia.com

Portal turístico mundial que tiene una gran alianza estratégica con las principales agencias de viaje del mundo, ofrece servicios complementarios como alquiler de carros y hoteles. Es quizás uno de los motores de búsqueda más populares en cuanto a turismo que se encuentra en la Web. Su afluencia de gente es atractiva para cualquier agente turístico

Ilustración 8 Comportamiento Expedia



FUENTE. 71 www.alexacom

1. Expedia cuenta con una gran afluencia de visitas por minuto, esta grafica hace alusión a los minutos que una persona permanece en el portal mientras su búsqueda es redireccionada a las páginas en las que serán contratados los servicios directamente.
2. Ocupa el ranking **331** del portal Alexa que maneja en su base de datos un 90% de las páginas Web del mundo.
3. Ocupa el ranking **83** en las páginas visitadas en Estados Unidos, el cual es un indicador relevante teniendo en cuenta que Estados Unidos tiene una población de 310.232.863 (Julio 2010 est.)
4. Los rangos de edad de los usuarios de éste portal oscila entre los 25 y 65 años de edad. En éste caso la mayoría son mujeres y el nivel de estudios promedio de éstos usuarios es de universidad. Al igual que **viajeporcolombia.com**, los usuarios acceden desde sus oficinas a la plataforma Expedia.

De acuerdo al estudio realizado a estas páginas como referente es posible enmarcar aún más la propuesta hecha a los clientes de obtener un número aproximado de 200 visitas al mes. Sumado a esto estamos conscientes de la necesidad de ir recolectando una base de datos de usuarios en el portal ya que éste será necesario en el momento que se pacten los dividendos entre cliente-usuario final.

En este momento las proyecciones financieras del portal son muy incipientes por lo cual no es posible proporcionar un estado de resultados posible que se vaya a lograr ni un

balance General que arrojé resultados económicos del proyecto. Es importante resaltar también que para éste proyecto será vital participar en todas las ferias educativas, empresariales, de turismo entre otras que se realicen en el país para ir logrando un posicionamiento de la marca y la gente empiece a acceder al portal para ir fortaleciendo el número de visitas y ranking nacional y poder cumplir lo pactado se tienen varias entidades de posible respaldo económico como lo son:

- Proexport.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Bogota Emprende (Programa de la Cámara de Comercio de Bogotá).

Una vez iniciado el plan inicial con los clientes se deben analizar variables como las planteadas en el siguiente recuadro para asegurar un éxito del negocio y también ir estableciendo una especie de exclusividad en el mercado.

Calidad de la tecnología
Características del mercado
Rentabilidad
Efectividad de protección de la tecnología
Limitaciones o ventajas comerciales
Exclusividad
Ciclo de vida de la tecnología
Integración del paquete tecnológico
Inversión de investigación y desarrollo

20

Teniendo el Portal en marcha se debe iniciar inmediatamente la proyección financiera de egresos teniendo en cuenta los factores más relevantes que para éste caso serían los relacionado en la tabla que después de una análisis del negocio se consideró que serían los más relevantes.

Costos de producción
Recursos tecnológicos
Talento humano
costos indirectos
Servicios terceros
total costos de producción
Costos comercialización y ventas
Publicidad
Relaciones públicas

²⁰ Ministerio de turismo, Industria y Comercio, Manual de Creación de Empresas (EN LINEA) [Consultado en Julio 20 de 2010] Disponible en: <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/newsdetail.asp?id=2655&idcompany=1>

vendedores
Investigación de mercados
total costos distr. Y ventas
Costos Administración
Gerente
Secretaria
Contador
Gastos de oficina
Servicios públicos
Gastos generales
Otros
Total costos administración

21

10.5. COTIZACIONES PORTAL WEB

1. Cotizaciones del diseño y construcción de la página Web

Se realizaron dos cotizaciones de diseño y construcción de la página Web. En cuanto a diseño era importante para nosotras hacer una especie de bosquejo que contiene todos los servicios, links y enlaces necesarios para la página y para llevar a cabo el proceso eficientemente con los usuarios y poderles ofrecer todas las herramientas congregadas en un mismo portal sin que se presenten fallas e inconvenientes en ningún lapso del proceso.

Hicimos dos contactos para hacer las cotizaciones.

- ❖ El primero de ellos es una empresa establecida que se llama Zola Design y lleva unos cinco años en el mercado, han obtenido varios premios lo que garantiza la calidad de sus trabajos. La cotización que ellos adjuntaron es la siguiente:

²¹ Ministerio de turismo, Industria y Comercio, Manual de Creación de Empresas (EN LINEA) [Consultado en Julio 20 de 2010] Disponible en: <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/newsdetail.asp?id=2655&idcompany=1>

Tabla 64. Cotización ZOLA DESIGN

Valor de la propuesta

Item	Descripción	Valor
VALOR TOTAL DESARROLLO WEB HTML		\$2.800.000
IDIOMAS EXTRA	Español - Ingles	\$400.000
VALOR ADMINISTRADOR DE CONTENIDO	Imágenes y texto	\$2.200.000
CARRITO DE COMPRAS	Aplicación que permite acoplarse con un proveedor del servicio de compras por internet, recomendado: PAYPAL.com	\$700.000

FUENTE. 72 ZOLA DESIGN

- ❖ El segundo contacto es un estudiante de la Universidad de Buenos Aires, su nombre es Juan Sebastián Solano. Él ha profundizado sus estudios en el diseño de páginas Web la cotización que el nos remitió para el diseño y elaboración del proyecto de la página Web es:

Tabla 65 COTIZACION UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

DISENO	175.000
ELABORACION PAGINA WEB	700.000
TOTAL	875.000

FUENTE. 73 JUAN SEBASTIAN SOLANO

- ❖ El tercer contacto consiste en la empresa que ofrece soluciones Web llamada INTERNET YA. Ellos nos ofrecen una opción en la que realizan una pagina diseñada y desarrollada 100% a la medida y que consiste en la personalización de una plataforma de código abierto y la instalación de los respectivos módulos que permitan tener las funcionalidades que la empresa requiera.

Tabla 66. COTIZACION INTERNET YA

ELABORACION PAGINA WEB	6.700.000
TOTAL	6.700.000

FUENTE. 74 INTERNET YA

Hemos decidido tomar la primera opción ya que es una empresa más reconocida y su servicio post-venta es excelente y esto la hace la opción mas apropiada para esta idea de negocio ya que en el constante mantenimiento y actualización del portal estará el éxito del negocio.

Para el establecimiento de este se hizo una cotización con la empresa ZOLA DESIGN quien se encargará del mantenimiento y establecimiento del portal Web durante un año.

TABLA DE EGRESOS

Tabla 67 TABLA DE EGRESOS

Construcción Página WEB	\$6.100.000
Herramienta SEO	\$2.800.000
Pauta Radial	\$3.500.000
AD Facebook	\$\$ 6.000.000
Pauta Revista Semana	\$600.000
Volantes para distribución	\$200.000
TOTAL	\$14.260.000

FUENTE. 75 LOS AUTORES

Este es el estimado que se tiene para los tres meses de período de prueba, para esto se planea hacer un préstamo de libre inversión y para completar el presupuesto hacer una inversión propia. Se espera que esto se recupere cuando los usuarios empiecen a pautar en el portal y los proveedores a dejar algunas regalías y el portal logre un punto de equilibrio durante los siguientes seis meses. Finalizando el año se espera recuperar la inversión inicial y tener un modelo de ingreso para el portal y sus propietarios.

11. INDICADORES DE LA ESTRATEGIA

- Hacer un seguimiento estructurado de las personas que visitan el portal, que duración tiene, hasta qué punto navegan, que rotación tienen los servicios pautados.
- Medición de los recursos financieros planeados en las proyecciones hacer comparación en:
 - Recursos financieros conseguidos.
 - Recursos financieros no conseguidos.
- Para la medición de estos se debe hacer una evaluación de los ingresos económicos percibidos por la organización y realizar un seguimiento de cuales la fuente que genera más ingresos para el portal.
- Hacer un seguimiento de cómo se están enterando los clientes de nuestro portal y reforzar este medio y ver la necesidad de explotar otros medios más efectivos que activen la vinculación de nuevos clientes al portal.

CONCLUSIONES

- Es una excelente oportunidad de negocio, pues incentivamos el turismo dentro de nuestro país, aprovechamos herramientas tecnológicas, aportamos al crecimiento estratégico del sector servicios mediante la creación de cluster, satisfacemos una necesidad encontrada, y generamos utilidades
- A pesar de encontrar los altos costos que la empresa tendría que asumir para la creación del portal, la información encontrada, nos demuestra que es un negocio prometedor, por lo cual, como estratégicamente lo nombramos también, buscaremos alianzas con agentes oficiales como Proexport, o el apalancamiento de socios inversionistas
- Logramos proponer nuestro modelo de negocio a nuestros proveedores, encontrando excelentes resultados, pues como pudimos ver en los resultados de las encuestas, en su mayoría, los proveedores tenían una buena percepción de la propuesta hecha y en general del tema de pautar en internet bajo un sistema de servicios integrados tipo Cluster
- Después de analizar toda la información encontrada sobre las regiones del país, pudimos corroborar la importancia que tiene este sector de turismo en el país, pues realmente tenemos una oferta importante de opciones al consumidor a nivel nacional, encontramos que la diversidad que las ciudades de Colombia ofrecen, nos otorgan las mejores herramientas de enganche con los cliente, cuando estos obtengan más fácilmente la información sobre las regiones en una página como la de nosotros
- Contamos con excelentes opciones de promoción y publicidad, que nos servirán para llegar directamente al target al que estamos dirigidos, la inversión inicial es alta, pero nos permitirá darle la confianza suficiente al proveedor sobre nuestro negocio, y así se incentive
- Nuestros consumidores son clientes fácilmente influenciables en este tipo de negocio, como vimos, contamos con un mercado de productos sustitutos bastante fuerte que por precios bajos u opciones podrían captar la atención de nuestros consumidores, aun así, la proyección que tenemos de negocio como pudimos ver, es posicionar nuestra página como generadora de valor, nuestra publicidad se encargara de mostrarle al cliente todos los beneficios que obtiene al usar nuestra página como única opción de compra por

satisfacción de necesidades y reducción de tiempos y movimientos, este es un plus que hasta hoy otras páginas o agencias de viajes no han propuesto, ahorrarle tiempo y desgaste al consumidor evitándole comprar servicios por separado ya sea en Internet, o dirigiéndose a un punto de venta. Con nuestra página, el usuario está ahorrando este tiempo que puede invertir en alguna otra actividad.

- Nuestro principal objetivo es el de incentivar la pauta de nuestros proveedores en la página, pues como notamos en el ejercicio de ingresos y egresos, es este ingreso el que nos permitirá tener una estabilidad durante el año, pues a diferencia de los porcentajes ganados por compra de servicios, este ingreso es fijo y acordado bajo una clausula de 6 meses.
- Otro punto a tener en cuenta, es que la inversión en publicidad es muy fuerte al comienzo, pero con el tiempo, al lograr el posicionamiento que lograremos con la página, la publicidad se reconfigurara por una que busque mantener nuestro público que a su vez no es tan costosa, es decir que con el tiempo, el dinero invertido en este concepto será menor

BIBLIOGRAFIA

TEXTOS DE AYUDA

- WILLIAM M. Pride – O.C Ferrel. Marketing conceptos y estrategias: 9ª Edición. México: McCraw-Hill, 1997. 877 p
MULLINS, WALKER, BOYD, LARRECHE. Administración de Marketing: un enfoque en la toma estratégica de decisiones. 5ª Edición. Buenos Aires: Editorial MC GRAW-HILL, 2007. 519 P
- SCHROEDER. Roger. Administración de Operaciones, Conceptos y casos contemporáneos. 2ª. Edición. España: Editorial MC GRAW-HILL, 2005. 601 P.
- HELLRIEGEL/JACKSON/SLOCUM. Administración un enfoque basado en competencias. 9ª Edición. Editorial Thompson, 2002. 562 P.
- PORTER Michael. Estrategia competitiva. 1ª Edición. Madrid: Editorial Piramide, 2009
- LOVELOCK Christopher. Marketing de servicios, 3a Edición. Editorial: Pearson Educación, S.A.
- KOTLER/BOWEN/MAKENS. Marketing para turismo. 3ª Edición. Editorial: Pearson, 2004. 584 P.

PAGINAS WEB DE APOYO

- Política de turismo cultural. . [Consultado Junio 6 de 2010] Disponible en: <http://www.oei.es/cultura/PoliticadeturismoculturalColombia.pdf> [Consultado en Junio 2 de 2010]
- Vive Colombia, Viaja por ella. . [Consultado Junio 6 de 2010] Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Vive_Colombia,_Viaja_por_Ella
- Los actores del Turismo Cultural: Una introducción a los avances y perspectivas en su estudio y aplicación. . [Consultado Junio 6 de 2010] Disponible en: http://www.gestioncultural.org/gc/private/analisisSectoriales/pdf/DGuerra_Actores.pdf
- En 7% crecieron divisas por turismo en primer semestre de 2009. . [Consultado Junio 10 de 2010] Disponible en: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=7894&IDCompany=1>
- Continúa el buen momento del turismo en Colombia. . [Consultado Junio 10 de 2010] Disponible en: http://www.dinero.com/negocios-online/turismo/continua-buen-momento-del-turismo-colombia_73408.aspx
- Acerca de Nuestro Centro. . [Consultado Junio 15 de 2010] Disponible en:

<http://hoteleriaturismoyalimentos.blogspot.com/2009/09/nuevos-empleos-para-sector-turistico.html>

- Turismo y crecimiento Económico: Un análisis empírico de Colombia. . [Consultado Junio 15 de 2010] Disponible en:
<http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v18n1/v18n1a02.pdf>
- Comunidad Andina, Rutas turísticas virtuales. [Consultado Junio 10 de 2010] Disponible en:
http://www.comunidadandina.org/turismo/maximo/material_guajira/como.htm
- Informacion de regines. Disponible en:
www.wikipedia.com
- Restaurantes en las diferentes regiones. [Consultado Junio 10 de 2010] Disponible en:
<http://www.tripadvisor.es/RestaurantSearch?geo=297478&pid=&q=Medellin%2C+Colombia&cat=&src=>
- Ferias y Fiestas del país. [Consultado Junio 18 de 2010] Disponible en:
<http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/destino/medellin/ferias-y-fiestas>
- Que hay para hacer en Bogotá? [Consultado Junio 18 de 2010] Disponible en:
www.vivein.com
- Restaurantes de Colombia. [Consultado Junio 10 de 2010]. Disponible en:
<http://www.encolombia.com/turismo/RESTAURANTES/RESTAURANTESBUCARAMANGA.htm>
- Ocio y cultura en Colombia. [Consultado Junio 12 de 2010]. Disponible en:
<http://extroversia.universia.net.co/html/conoceco/calendarioExpa.jsp?actualConsecutivo=162&cateConsecutivo=1>
- Information general de Colombia. . [Consultado Junio 12 de 2010] Disponible en:
<http://www.todacolombia.com/departamentos/santander.html#8>
- Colombia turistica. [Consultado Junio 12 de 2010]. Disponible en:
http://www.colombia.com/turismo/sitio/puente_boyaca/comollegar.asp
- Colombia cultural. . [Consultado Junio 12 de 2010]. Disponible en:
http://www.corbandas.com/index.php?option=com_contact&view=contact&id=1&Itemid=60
- Turismo en Colombia. [Consultado Junio 12 de 2010]. Disponible en:
http://www.confiar.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=616:xxxviii-festival-internacional-de-la-cultura-de-boyaca&catid=1&Itemid=19