

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN OPERADOR TURÍSTICO
EN BOGOTÁ CON DESTINO AL TURISMO EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR Y
SUS ALREDEDORES**

RUTH MARINA SUAREZ SIERRA



**UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA
FACULTAD DE POSTGRADOS
ESPECIALIZACION EN GERENCIA Y MERCADEO
BOGOTA D.C., ABRIL 28 DE 2018**

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE
ESEPECIALISTA EN GERENCIA Y MERCADEO**

**Dra. ANA PATRICIA HERNANDEZ B.
Directora del Proyecto**



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

**UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA
2FACULTAD DE POSTGRADOS
ESPECIALIZACION EN GERENCIA Y MERCADEO
BOGOTA D.C., JULIO 18 DE 20182**

Tabla de Contenido

1. TITULO	4
1.1 Línea de investigación	4
1.1.1 Sublínea de investigación	4
1.1.2. Estrategia empresarial	4
1.2 ANTECEDENTES	5
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.3.1. PLANTEAMIENTO DE LA PREGUNTA DE LA INVESTIGACION	8
1.4. HIPOTESIS	9
1.5 OBJETIVOS	10
1.5.1. Objetivo general	10
1.5.2. Objetivo general	10
1.6. JUSTIFICACIÓN	11
1.7. MARCOS DE REFERENCIA	12
1.7.1. Marco teórico	12
1.7.2. Marco conceptual	14
1.7.3. Marco geográfico	17
1.7.4. Marco legal	19
1.8. DISEÑO METODOLÓGICO	22
1.9. CRONOGRAMA	23
1.9.1. Presupuesto	24
1.10. RESULTADOS ESPERADOS	25
2.0 DESARROLLO DEL PROYECTO	27
2.1. METODOLOGIA	27
2.1.1 Recolección de la información	27
2.1.2 Fuentes primarias	27
2.1.3 Fuentes secundarias	27
2.2. INVESTIGACION ESTUDIO DE MERCADO	28
2.2.1. Objetivo general	28
2.2.2 Objetivos específicos	28
2.3. DIAGNOSTICAR EL MERCADO DEL TURISMO EN VALLEDUPAR Y SUS ALREDEDORES	28
2.3.1. Investigación de los atractivos turísticos de Valledupar	32
2.4. SITIOS TURISTICOS DE VALLEDUPAR	33
2.4.1. Monumentos turísticos de Valledupar	36
2.4.2. Festival de la leyenda vallenata	39
2.4.3. Festividades religiosas de Valledupar	40
2.4.4. Comidas típicas de Valledupar	41
2.4.5. Vías de comunicación del interior hacia Valledupar	41
2.4.5.1. Corredor vial que conecta el centro con la costa caribe	42
2.4.5.2. Capacidad hotelera de Valledupar	43
2.5. VALLEDUPAR Y SUS ALREDEDORES TURISTICOS	44
2.5.1. Análisis de la oferta del turismo en Valledupar	49

2.5.2. Análisis de las encuestas realizadas	49
2.5.3. Análisis de vulnerabilidad	55
2.5.4. Análisis de la matriz DOFA	55
2.5.5. Plan estratégico de mercadeo	56
2.6 ESTUDIO TECNICO	57
2.6.1. Tamaño	57
2.6.2. Localización del operador turístico	58
2.6.3. Macro localización	59
2.7 ESTUDIO FINANCIERO	60
2.8 PAQUETES TURISTICOS OFERTADOS	64
CONCLUSIONES	
BIBLIOGRAFIA	

TABLAS

Tabla1. Cronograma para el desarrollo del Proyecto	25
Tabla2. Presupuesto global del anteproyecto por tipo de recurso	26
Tabla3. Sitios turísticos Valledupar	34
Tabla4. Monumentos culturales de Valledupar	37
Tabla5. Estructura de la encuesta	53
Tabla6. Matriz DOFA	58
Tabla7. Plan estratégico de mercados	59
Tabla8. Capacidad de la empresa	60
Tabla9. Comparación tipo de oficinas	61
Tabla10. Inversión fija, diferida y corriente.	64
Tabla11. Ingresos proyectados	65
Tabla12. Suministros de oficina	66

FIGURAS

Figura1. Encuesta realizada a ambos sexos	51
Figura2. Encuesta variación de edad	51
Figura3. Encuesta realización actividades turísticas	53
Figura4. Encuesta frecuencia realización de actividades	54
Figura5. Encuesta tipos de actividades turísticas realizadas	54
Figura6. Encuesta conocimientos sobre el turismo cultural	54
Figura7. Encuesta conocimiento sobre la ciudad de Valledupar	55
Figura8. Encuesta sobre visita a la ciudad de Valledupar	55
Figura9. Encuesta sobre el deseo de conocer la ciudad de Valledupar	55
Figura10. Encuesta sobre disposición a pagar turismo en Valledupar	55
Figura11. Encuesta sobre otra actividad a realizar en Valledupar	56
Figura12. Proceso de localización	60
Figura13. Proceso de macro localización	61

1. TITULO

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN OPERADOR TURÍSTICO EN BOGOTÁ CON DESTINO AL TURISMO EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR Y SUS ALREDEDORES.

1.1. LINEA DE INVESTIGACIÓN

- Desarrollo Económico y Calidad de Vida

1.1.1 SUBLINEA DE INVESTIGACION

1.1.2 *Estrategia Empresarial*

- Conjunto de conceptos y lineamientos que utilizara el plan de negocios para obtener productividad en el presente y asegurar sostenibilidad a futuro.

1.2 ANTECEDENTES

El turismo cada vez se convierte en una fuente de ingresos importantes para los países del mundo y en esa medida las estrategias para atraer al viajero toma mayor importancia, por eso, viajes que se acomoden a todas sus necesidades, que en realidad abarquen los gustos, las necesidades y los deseos de cada cliente potencial es la tendencia de hoy día. El turismo se ha venido convirtiendo en uno de los principales sectores de la economía mundial. *Las llegadas de turistas internacionales registraron un notable aumento del 7% en 2017 hasta alcanzar un total de 1.322 millones, según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial. Las previsiones apuntan a que este fuerte impulso se mantendrá en 2018, con un ritmo de entre el 4% y el 5%., por lo tanto, las perspectivas de crecimiento turístico son optimistas y se espera que este sector continúe creciendo. (OMT, 2018).*

➤ Turismo en Colombia

En Colombia, el turismo ha crecido vertiginosamente en los últimos cinco años, la cantidad de visitantes a Colombia paso de un millón a superar los cinco seis millones, en el año 2017 aumentó un 27% respecto al año anterior y crece al triple del promedio anual mundial. Entre los años 2005 y 2016, el crecimiento promedio anual de este rubro a nivel mundial fue del 3.9%, mientras que el de Colombia fue del 12.2%. (Procolombia, 2018).

Estados Unidos es la mayor fuente de turistas para Colombia seguido de países latinos y Asia como la región que más crece y las razones de tal crecimiento según algunos expertos se atribuye

al fin del conflicto armado con las FARC, además que Colombia tiene ofertas para todos los gustos. (revistabbc mundo, 2017).

➤ Turismo en el Cesar

El Departamento del Cesar se ha convertido en un atractivo turístico en la región Caribe, tanto que para el año 2014 llegaron al Cesar 4.200 visitantes por motivos de turismo y negocios. En materia económica el Cesar concentra cerca del 65% de la producción carbonera de la región Caribe de Colombia, así como también la exportación de palma africana, la ganadería, arroz, yuca, maíz, algodón, ñame, cacao, café y productos lácteos, teniendo como destino países como Venezuela, Chile, China, Brasil y Estados Unidos. (*www.radionacional*).

La capital del departamento del Cesar, Valledupar cuenta con atractivos turísticos en la parte urbana y sus alrededores, pero su mayor oferta turística es el festival de la Leyenda Vallenata, se promociona a nivel internacional como un evento cultural y turístico, ya que el vallenato es el género musical que identifica a Colombia ante el mundo y que jalona turistas de países como Venezuela, Estados Unidos, Ecuador, México y España, así mismo Valledupar cuenta con sitios turísticos como sus catedrales, balnearios, museos, ferias ganaderas, sus corregimientos, circunvecinos cuentan con atractivo turísticos como sus ríos, balnearios y comidas típicas, se encuentran los municipios con asentamientos étnicos como son: Ataquez, Nabusímake, San Sebastián y ciudad perdida en la sierra Nevada de Santa Marta.

1.3 PLANTEAMIENTO Y FORMULACION DEL PROBLEMA

El estudio de factibilidad de un operador turístico con destino a la ciudad de Valledupar, pretende ir más allá de los estándares tradicionales, por lo tanto se creará un proyecto que busque aprovechar a los turistas nacionales e internacionales que llegan a Bogotá y ofrecerles un servicio o producto turístico enfocado a sus preferencias, en su finalidad y gustos específicos, como el aprovechamiento de la geografía con que cuenta la región en riquezas naturales de flora, fauna y variedad de aves, mostrar la diversidad cultural del destino turístico, como sus costumbres y tradiciones, su idiosincrasia y su folclor, que cada día atrae más turistas a nivel nacional e internacional.

Bogotá tiene muchos operadores turísticos, pero no focalizan al turista de adecuadamente, ya que no se enfocan en el cliente como tal ni en sus necesidades; por tal razón el operador turístico busca darle al cliente, lo que realmente desea, la idea es satisfacer sus expectativas, desde su disponibilidad de dinero hasta lo que en realidad busca a la hora de viajar ofreciéndole paquetes turísticos a la medida del cliente. La inquietud con este trabajo, es determinar si el plan del turismo hacia la ciudad de Valledupar y sus alrededores, sea una alternativa de negocio viable y rentable en la ciudad de Bogotá.

1.3.1 PLANTEAMIENTO DE LA PREGUNTA DE INVESTIGACION

¿Se hace necesaria la creación de un operador turístico, dedicado a explorar la diversidad natural y cultural de Valledupar y sus alrededores, fortaleciendo el turismo actual con que cuenta la región?

1.4. HIPOTESIS

La ausencia de empresas operadoras de turismo que ofrecen a Valledupar y sus alrededores, como un destino altamente diverso tanto en lo cultural como en lo natural, y se preocupen a su vez por ofrecer un servicio diferenciado en precio y calidad, generará motivación a nuevos viajeros que antes no tenían en cuenta este destino.

Entonces, la hipótesis es que, al crear un operador turístico, que se preocupe por prestar un servicio de calidad y economía para explorar Valledupar y sus alrededores, desde lo cultural y riqueza natural.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar la viabilidad empresarial de un operador turístico en Bogotá, que ofrezca un servicio diferenciado en precio y calidad, a Valledupar y sus alrededores, generando motivación a nuevos viajeros que antes no tenían en cuenta este destino, por desconocimiento de lo cultural y natural, que se encuentra en este destino.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diagnosticar el mercado del turismo en Valledupar y sus alrededores.
- Diseñar el plan estratégico de mercadeo, a partir del diagnostico
- Elaborar el estudio técnico de la viabilidad del operador turístico en Bogotá para que opere en Valledupar.
- Hacer el estudio financiero que demuestre la viabilidad económica del proyectado.

1.6. JUSTIFICACION

Esta investigación, busca aprovechar los diferentes cambios sociales, económicos y culturales que hacen que cada vez más personas quieran conocer lugares, costumbre y otras culturas. Por eso se pretende implementar servicios turísticos de calidad y que se adapte a las tendencias modernas; como bien es sabido, Colombia se ha convertido en un destino muy llamativo debido a todos los atractivos que ofrece el país, lo que representa una excelente oportunidad la idea de negocio; además la industria del turismo muestra que existe un mercado muy estable y muestra crecimiento continuo, se observa también que los turistas que vienen al país lo hacen por vacaciones.

Este proyecto si resultare viable, contribuirá al crecimiento y desarrollo de la industria del turismo en Valledupar y sus alrededores, lo que hace que este estudio de viabilidad sea factible y con excelentes oportunidades.

1.7. MARCOS DE REFERENCIA

1.7.1. Marco Teórico:

Definición y contenido del turismo:

La definición de TURISMO, por los diferentes teóricos del turismo e instituciones públicas y privadas no ha sido unánime, algo que se evidencia en los conceptos y definiciones que a continuación se presentan:

Ramírez Castellanos (Castellano, 1988) expresa *“Para el turismo, siendo una actividad en la que el protagonista es el hombre, se considera que la definición depende del punto de vista de la persona y del nivel cultural”* .

Para Arrillaga (1962), *“Turismo es todo desplazamiento voluntario y temporal determinado por causas ajenas al lucro, el conjunto de bienes, servicios y organización que determinan y hacen posible esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar”*

Este autor participa de la tesis suiza, de que el viajero con fines de lucro no es turista, negando así la posibilidad del turista de negocios. Pero esto no quiere decir que las personas que viajan por negocios, seminarios y otros, no puedan en su tiempo libre, desarrollar actividades turísticas.

El Papa Juan Pablo Segundo (hoy beato) (II, Congreso Mundial sobre la Pastoral del Turismo, 1984) Juan Pablo II, el 9 de octubre de 1984, Congreso Mundial sobre la Pastoral del Turismo expreso :*“El turismo es una realidad compleja, sometida a nuevas fuerzas e influencias económicas, o de otro tipo difíciles de captar en su totalidad”*.

En la Cuenta Satélite del turismo de México, (turismo) es definido como: *“el desplazamiento momentáneo que realizan las personas, y comprende las acciones momentáneas que efectúan durante su viaje y estancia fuera de su entorno habitual”*.

Según Jiménez (1986), el turismo *ha sido considerado como un hecho porque tiene la cualidad y la cantidad del hecho como tal, dadas las características especiales de: voluntariedad, creatividad y reiterabilidad.*

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo como:

“el conjunto de actividades de producción y consumo de las que dan lugar determinados desplazamientos de personas, seguidos de al menos una noche pasada fuera del domicilio habitual, siendo el motivo del viaje el recreo, los negocios, la salud, o la participación en una reunión profesional deportiva o religiosa.

Igualmente, dicha organización nos presenta cuatro tipos de turistas, de acuerdo con las características y el tiempo de permanencia:

- ✓ Residente: En lo internacional, es aquella persona que permanece al menos doce meses consecutivos y, en lo interno, al menos seis meses consecutivos.
- ✓ Visitante: es la persona que permanece menos de un año, tanto en lo internacional como en lo interno.
- ✓ Turista: Es la persona que pernocta por lo menos una noche sea internacional o interno.
- ✓ Excursionista: Es aquella persona que permanece menos de veinticuatro horas sin pernoctar en el destino turístico, bien sea internacional o en lo interno.

Debido a esta multiplicidad de visiones que se tiene sobre el turismo surge como una alternativa de integración la teoría sistemática del turismo, que permite reunir los diferentes

conceptos sobre turismo, teniendo en cuenta todos los factores tanto inherentes a la actividad turística como asociados al hecho turístico (clusters, microclusters y cadenas productivas del turismo) en los que se tenga en cuenta el entorno, los recursos, la totalidad de los componentes y la gestión realizada para la determinación del turismo como un todo integrado a nivel internacional, nacional, regional y local (Luis Hernando Jimenez, 1986).

Con base en los diferentes conceptos y definiciones presentados respecto de la actividad turística y en el correspondiente análisis por: (Bulla) Jiménez Bulla, se infiere a que el turismo es: *“un hecho social, económico, espacial, medioambiental y culturalmente responsable de científicidad multidisciplinaria, desarrollado sistemáticamente, bajo los principios de la sostenibilidad y la nueva economía digital”*.

1.7.2. Marco Conceptual

En esta investigación y en aras de una mejor comprensión del proyecto, se conceptualiza los términos para que sean utilizados a lo largo del proyecto, correspondientes a una recopilación de fuentes publicadas en la red y diferentes libros:

- Planeación estratégica: (SERNA, 2003), Humberto *“Es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia futuro”*.

- *Demanda Turística: (Rodríguez, 2008, pág. 50) “Conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones”.*
- *Oferta Turística: Según la OMT, la oferta turística “está integrada por los elementos que atraen al turista a un determinado destino y satisfacen todas sus necesidades, considerando además como componentes de la oferta, los recursos turísticos, la planta turística, las infraestructuras y transportes y los elementos institucionales sobre los que se desarrolla”.*
- *Turismo Sostenible: Según la (OMT, 1897) Informe Brundtland, 1987.”actividad orientada a la gestión de todos los recursos, de manera que se satisfagan las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales la diversidad biológica y los mecanismos de apoyo a la vida por una parte y, por otra que responde a las necesidades y de las comunidades anfitrionas presentes, al igual que protege y mejora sus oportunidades a futuro”.*
- *Turismo Cultural: Según (<https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>, 2018)“Es una modalidad de turismo que hace hincapié a los aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país; este tipo de turismo precisa de recursos históricos artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional. Basado en la utilización de los recursos culturales, históricos, costumbristas, de unos territorios como históricos y costumbristas, orientados a la preservación y mejor conocimiento de estos, desde un pueblo hasta un caserío pueden constituir el ámbito del desarrollo de esta forma de turismo (Ej, estudio de culturas indígenas, circuitos históricos).*

Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996, (Título IV y V), Desarrolla la tipología de turismo especializado en Colombia de la siguiente manera:

- Ecoturismo: Turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca en los parámetros del desarrollo sostenible. Es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza.
- Etnoturismo: Es el turismo especializado y dirigido que se realiza en territorios de los grupos étnicos con fines culturales, educativos y recreativos que permite conocer los valores culturales, forma de vida, manejo ambiental, costumbres de los grupos étnicos, así como aspectos de su historia.
- Agroturismo: es un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas. Por sus características, este tipo de turismo se desarrolla en actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería u otra actividad, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural.
- Acuaturismo: tiene como motivación principal el disfrute por parte de los turistas de servicios de alojamiento, gastronomía y recreación, prestados durante el desplazamiento por ríos, mares, lagos y en general por cualquier cuerpo de agua, así como de los diversos atractivos turísticos que se encuentren en el recorrido utilizando para ello embarcaciones especialmente adecuadas para este fin.
- Turismo Metropolitano: se realiza en los grandes centros urbanos, con fines culturales, educativos y recreativos, que dé lugar a la conservación del patrimonio histórico y cultural;

a creación de espacios públicos de esparcimiento comunitario que propendan por el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales urbanos.

- Turismo de Interés Social: es un servicio público promovido por el estado con el propósito de que las personas de recursos económicos limitados puedan acceder al ejercicio de su derecho al descanso y al aprovechamiento del tiempo libre, mediante programas que les permitan realizar actividades de sano esparcimiento, recreación, deporte y desarrollo cultural en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad.
- Turismo Juvenil: se apoyarán los planes y proyectos encaminados a promover el turismo para la juventud.

1.7.3. Marco Geográfico

Valledupar Es una ciudad relativamente joven, llena de energía y ganas de progreso, conocida nacional e internacionalmente por su festival de la Leyenda Vallenata, además por ser tierra de grandes compositores, múltiples intérpretes de acordeón y magníficos exponentes de la canción vallenata, una ciudad orgullosa de su herencia, potencial musical y artística. El acordeón es el símbolo por excelencia, son famosas sus parrandas, sus amantes más importantes del género vallenato y todo su entorno como Carlos Vives, Rafael Escalona, Consuelo Araujo noguera, el expresidente Alfonso López Michelsen (q.e.p.d).

La ciudad de Valledupar fue fundada por el Capitán español Hernando Santana, el 6 de enero de 1.550, fecha escogida en honor a los reyes magos, se completa con el nombre del Cacique Upar, jefe de la tribu que poblaba la región; adjudicándosele a la nueva ciudad el nombre de la “Ciudad de los Santos Reyes de Valle de Upar”; denominación que se mantiene hasta hoy y que popularmente se le llama Valledupar. Lo que hoy se conoce como la Ciudad de Valledupar, fue erigida parroquia en 1956, llegó a ser capital de la provincia de Valledupar de conformidad a la

Ley 15 de abril de 1850; fue elevada a capital del departamento de Valledupar del Estado Federal del Magdalena de acuerdo a la Ley 29 de diciembre de 1864; al reestructurarse la división político-administrativa del Estado Unitario Colombiano, fue erigida como municipio del Departamento del Magdalena según la ordenanza No. 57 de 1915, la cual estableció su extensión y límites. (<https://www.google.com.co/search?q=capacidad+hotelera+de+valledupar&source=>, 2018).

Lo anterior, permite visualizar claramente que el producto turístico en la ciudad de Valledupar, se encuentra en dos líneas estratégicas como la cultura vallenata y étnica y la naturaleza. La primera línea enfocada en la diversidad cultural del departamento que se centra fundamentalmente en las historias de los juglares vallenatos donde Emiliano Zuleta, Lorenzo Morales, Alejo Durán, Leandro Díaz, Luis Enríquez Martínez, Tobías Enrique Pumarejo, Rosendo Romero, Santander Durán, Rafael Escalona o la historia de la piragua han sabido cautivar y llenar de magia este territorio de leyendas. Estas son historias que bien vale la pena contarlas, convertirlas en guiones e historias y en un producto turístico de calidad y diferenciado para el visitante, que se sienta no sólo en el ambiente sino como el anfitrión, para que pueda entender por qué Valledupar es una experiencia que se hace leyenda.

1.7.4. Marco Legal

Para el desarrollo del plan de negocio, se tienen en cuenta las leyes que regulan la creación de estos operadores turísticos que a continuación se relacionan:

Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996:

La Ley 300 de 1996 reconoce al sector turístico como una industria de servicios, de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, esencial para el desarrollo social y económico

del país y en especial para las entidades territoriales, regionales y las provincias. Realiza una reorganización institucional con funciones concretas para el gobierno y deslinda los intereses de los empresarios del sector e introduce ajustes en el papel del Estado y del sector privado para la promoción de la actividad con criterios de mercado e impulso a la competitividad de los destinos turísticos, lo cual tiene un especial desarrollo en el Plan de Desarrollo Turístico del Cesar. (Cesar, 2017).

- LEY 1101 DE 2006: En la cual se establecen los impuestos y contribuciones que deben aportar las empresas que ejerzan las actividades turísticas, el recaudo de estos, los incentivos y la forma en que se conforma la administración del fondo de promoción turística.
- Resolución 0119 de febrero 12 de 2002. Por la cual se fijan unas reglas para el cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos de la obligación contemplada en el artículo 16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001.
- Resolución 0049 de enero 22 de 2002. Por la cual se establecen las tarifas de inscripción del Registro Nacional De Turismo.
- Decreto 53 de enero 18 de 2002. Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de las Agencias de Viajes y se dictan otras disposiciones.
- 2001 ley 679 de 2001. Prevención contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso con menores de edad.
- Decreto 2107 de 2001. Por el cual se dictan disposiciones sobre la expedición de visas, control y regularización de extranjeros y se dictan otras disposiciones en materia de inmigración.

- Decreto 1824 de 2001. (Disposiciones relacionadas con la actividad de los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones)
- Decreto 1825 de 2001. (Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de los Guías de Turismo).
- Decreto 2194 de octubre 27 de 2000. Por el cual se modifica el plazo para la actualización del Registro Nacional de Turismo.
- Ley 561 de 2000. Por medio de la cual se autoriza a la Asamblea Departamental del Meta para ordenar la emisión de la "Estampilla de Fomento Turístico" y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 219 del 2000. (Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Desarrollo Económico Sentencia C967 de 2000. Profesión de agentes de viajes (Corte Constitucional) 1999.
- Decreto 2485 de 1999. Por el cual se establece la obligación de inscribirse en el Registro Nacional de Turismo a los equipajeros como prestadores de servicios turísticos.
- Decreto 2395 de 1999. Por el cual se reglamenta la Ley 300 de 1996 en lo relacionado con la inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares de interés turístico.
- Resolución 221 de 1999. (Código de Ética del Guía de Turismo)
- Resolución 220 de 1999. (por la cual se deroga la resolución número 001 del 4 de agosto de 1997 y se reglamenta el consejo profesional de guías de turismo 1997).
- Decreto 1075 de 1997. (Sanciones a prestadores turísticos)
- Decreto 1076 de 1997. (por el cual se reglamenta el sistema de tiempo compartido turístico.)

- Decreto 502 de 1997. (por el cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes de que trata el artículo 85 de la Ley 300 de 1996.)
- Decreto 503 de 1997. (Reglamentación del ejercicio de la profesión de Guía de Turismo)
- Decreto 504 de 1997. por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo Decreto 505 de 1997. por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 300 de 1996 Decreto 972 de 1997. por el cual se reglamentan los planes de servicios y descuentos especiales en materia de turismo para la tercera edad. 1994.
- Decreto 1095 de mayo 30 de 1994. Por el cual se adopta el Código de Ética Profesional del Agente de Viajes y Turismo.
- 1990 Ley 32 de 1990. (se reglamenta el ejercicio de la profesión de Agentes de Viajes).

1.8. DISEÑO METODOLOGICO

La metodología de este proyecto representa la forma como se trabajará durante la elaboración y solución de este plan de negocio, dando respuesta a cada uno de los objetivos planteados a la viabilidad de un operador turístico en Bogotá, con destino la ciudad de Valledupar y sus alrededores.

Es un enfoque exploratorio, ya que se indagará sobre las necesidades y oportunidades que pueda brindar el destino como una oportunidad de negocio.

El tipo de investigación es cualitativa, a partir de la indagación de fuentes secundarias para el desarrollo del objetivo 1 y 2; en cuanto a fortalecer el conocimiento de la región a partir de fuentes bibliográficas, etnográficas y videografías, también se utilizó técnicas como entrevistas en profundidad.

1.9. CRONOGRAMA

Tabla 1. CRONOGRAMA PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

<i>FECHA</i>	<i>ACTIVIDAD Y/O AVANCE</i>
1. DE ABRIL 2018	Planteamiento del Problema Pregunta Hipótesis Objetivos
15 DE ABRIL 2018	Antecedentes, Justificación
28 DE MAYO 2018	Marcos: Teórico Conceptual Marco Geográfico Marco Legal
16 DE JUNIO 2018	Avances de los objetivos
14 de JULIO 2018	Corrección de objetivos y conclusiones
28 DE JULIO 2018	Sustentación

1.9.1. PRESUPUESTO

Tabla No. 2. Presupuesto global del anteproyecto por tipo de recurso

RUBROS	Tipo de recurso		TOTAL
	Efectivo	En especie	
GASTOS DE PERSONAL			
Honorarios de consultores o Asesores		En especie	
Auxiliares de Investigación			
MATERIALES DE OFICINA Y LIMPIEZA	100.000,00		100.000,00
GASTO DE DESPLAZAMIENTO – Salidas de campo	100.000,00		100.000,00
SERVICIOS TECNICOS ESPECIALIZADOS	80.000,00		80.000,00
Bibliografía: Libros y Biblioweb	10.000,00	En especie	
TOTALES	290.000,00		290.000,00

1.9.2 RESULTADOS ESPERADOS

Como resultado de este trabajo, se espera la consecución de la viabilidad de un operador turístico en Bogotá con destino la Ciudad de Valledupar y sus alrededores, que conduzca al aumento del turismo en esa región del Cesar; en el ámbito social, se pretende contribuir a fortalecer el turismo en la región, preservando los valores culturales e integrar la región con otras costumbres y culturas a nivel nacional e internacional; en el área empresarial, obtener rentabilidad dando a conocer la región y su área de influencia como oportunidad de inversión turística; en el ámbito ambiental, contribuir a la sensibilización de las comunidades y dar a conocer a nivel regional, nacional e internacional el patrimonio natural, cultural en pro del desarrollo sostenible de la ciudad de Valledupar y sus corregimientos aledaños.

2. DESARROLLO DEL PROYECTO

EL desarrollo del Operador Turístico, como destino la ciudad de Valledupar y sus alrededores, muestra como a través del tiempo han evolucionado los gustos y tendencias turísticas a la hora de escoger donde viajar, por lo que esta, es la oportunidad de ofrecer elementos diferenciadores que permitan organizar paquetes turísticos que superen las expectativas de un turismo especial, enfocado a gustos preferenciales y brindarle al turista viajes ajustados a sus preferencias y gustos que les permita vivir una experiencia sin igual.

El desarrollo de este proyecto, se enfocó básicamente al Turismo Cultural, como destino la ciudad de Valledupar y sus alrededores, lugares al que recuren muchos visitantes en diferentes épocas del año, principalmente para la semana mayor, “*Semana Santa*”, “*vacaciones de mitad y fin de año*” y principalmente para el “*Festival de la Leyenda Vallenata*”, identificado como un verdadero nicho de mercado para desarrollar Paquetes Turísticos Culturales que realmente se identifiquen con el sector objetivo, a fin de darle a este operador, elementos diferenciadores y realmente viables en el mercado potencial de la ciudad de Valledupar y sus alrededores.

2.1. Metodología

En esta investigación en su fase exploratoria y descriptiva, se analizan algunas variables, que conforman el operador turístico para su desarrollo. Estas variables son:

- De tipo económico: Situación económica de Valledupar y sus alrededores
- Sociales: variable de tipo Cultural, como las costumbres, tendencias, ocupación, folclor e idiosincrasia del pueblo Valduparense y demás pueblos circunvecinos.

2.1.1. Recolección de la información

Se identificaron fuentes primarias y fuentes secundarias para recolección de la información

2.1.2. Fuentes primarias: La viabilidad de esta investigación sustento con fuentes primarias como:

- **Encuestas:** Se desarrolló encuestas a las personas de ambos sexos y edades entre 15 y 65 años, a fin de conocer información pertinente que arrojen la viabilidad del operador turístico en la Ciudad de Valledupar y sus alrededores.
- **Observaciones:** Se ha hecho un trabajo de campo, observando e indagando acerca de la calidad de vida, costumbres, cultura e idiosincrasia de los habitantes de Valledupar y sus alrededores.



Fuente: Archivo_ casa de la cultura Valledupar

2.1.3. Fuentes Secundaria: Se ha recopilado información suficiente de fuentes como: libros, revistas, internet, DANE, publicaciones, información que ha permitido el desarrollo de esta investigación.

2.2. INVESTIGACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

2.2.1. Objetivo General

Identificar la demanda del turismo en Bogotá, con destino la ciudad de Valledupar y sus alrededores, identificando las estrategias a seguir para implementar el plan de mercado.

2.2.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar el mercado del turismo en Valledupar y sus alrededores
- Diseñar el plan estratégico de mercadeo, a partir del diagnóstico
- Elaborar el estudio técnico de viabilidad del operador turístico en Bogotá para que opere en Valledupar.
- Hacer el estudio financiero que demuestre la viabilidad económica del proyecto

2.3 DIAGNOSTICAR EL MERCADO DEL TURISMO EN VALLEDUPAR Y SUS ALREDEDORES

2.3.1. EL 2018 se proyecta como el año del turismo en Valledupar

Informe de del periódico “el pilón”:

“Con guías turísticos en diferentes puntos de la ciudad, ofreciendo conjuntos vallenatos gratuitos en la plaza Alfonso López ciertos días de la semana; apoyando la Feria Equina Nacional, donde se recibirán turistas de diferentes partes del país y del exterior; diseñando estrategias especiales para Semana Santa y Festival Vallenato; y haciendo presencia en la Vitrina Turística de Anato en la capital del país, la administración municipal proyecta el 2018 como el año donde se fortalecerá el turismo en Valledupar”. (<http://elpilon.com.co/2018-se-proyecta-ano-turismo-valledupar/>, 2018).



Fuente: (<http://elpilon.com.co/2018-se-proyecta-ano-turismo-valledupar/>, 2018).

2.3.2. Balance del Turismo en Valledupar para la Navidad



Fuente: (<http://elpilon.com.co/2018-se-proyecta-ano-turismo-valledupar/>, 2018)

Turistas nacionales e internacionales como Panamá, Costa Rica, México, Estados Unidos, Venezuela, Amazona, Cundinamarca, Huila, Bogotá, la Guajira entre otros, se recibieron entre el 24 al 30 de diciembre de 2017, hasta el 8 de enero del presente año. Esto ha sido posible gracias a la iniciativa de 15 promotores turísticos recibiendo a los visitantes en el terminal de transporte y aeropuerto, promocionando los sitios turísticos como los monumentos de la ciudad, la casa de

mama Vila, Museo del acordeón, el cuartico, los balnearios y los corregimientos alrededor, así como las novelas que han presentado en los canales de TV, que muestran parajes de la región.

El buen balance registrado se evidencia que se tiene una “mina de oro”, ya que el gremio hotelero registró un 70% de ocupación del 24 al 30 de diciembre del presente año y el 100% de ocupación del primero al ocho de enero de 2018. Es de anotar que Valledupar posee 120 hoteles y hostales y que, en la Cámara de Comercio de Valledupar se encuentran registradas más de 250 personas con actividad comercial de hospedaje, de la cual cada uno de esos prestadores tienen un mínimo de 20 camas. En definitivas, el turismo es la industria sin chimenea, que podría ser el renglón económico de Valledupar, porque activa la economía, ya que el turismo demanda todo tipo de productos y servicios, exhortando a los prestadores de servicios turísticos que se formalicen, que tengan al día su RNT y que participen en todas las capacitaciones que les ofrece la alcaldía de Valledupar. (<http://elpilon.com.co/2018-se-proyecta-ano-turismo-valledupar>, 2018)).

2.3.3. Análisis del entorno Turístico de Valledupar



Fuente: Archivo, casa de la cultura de Valledupar -Panorámica de Valledupar

Valledupar, ciudad ubicada en el norte de Colombia, en las estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta, en la margen del río Guatapurí y los ríos Cesar, Badillo, Ariguaní, Cesarito, Rios

Seco, Diluvio y Mariangola. Conocida como la capital mundial de la música vallenata, aún conserva el encanto mágico colonial enmarcado alrededor de la plaza Alfonso López donde se realiza el Festival de la Leyenda Vallenata, allí se encuentra el monumento La “Revolución en Marcha”, “Tarima Francisco el Hombre”, Catedral la Concepción y casas coloniales, sin embargo ofrece también gran variedad de servicios modernos que hacen sentirse orgullosa de ser la ciudad más joven con un crecimiento urbano bien organizado; en el río Guatapurí se encuentra el balneario Hurtado, El Eco-parque los besotes alberga especies silvestres y senderos. Al noreste se sitúa el pueblo de Nabusímake, donde tienen asentamientos las etnias indígenas arahuacos, en las estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta.

Valledupar es uno de los destinos turísticos obligados para los amantes del vallenato y su folklor, es una ciudad llena de colorido y alegría, sus habitantes son muy amables, siempre dispuestos a cooperar con el visitante. En esta ciudad y sus alrededores se pueden realizar toda clase de actividades turísticas, es ideal para vacacionar en familia o con amigos. Es una ciudad relativamente joven, llena de energía y ganas de progreso, conocida nacional e internacionalmente por su festival de la Leyenda Vallenata, además por ser tierra de grandes compositores, múltiples intérpretes de acordeón y magníficos exponentes de la canción vallenata, una ciudad orgullosa de su herencia, potencial musical y artística. El acordeón es el símbolo por excelencia, son famosas sus parrandas, sus amantes más importantes del género vallenato y todo su entorno como Carlos Vives, Rafael Escalona, Consuelo Araujo noguera, el expresidente Alfonso López Michelsen (q.e.p.d). (<http://elpilon.com.co/2018-se-proyecta-ano-turismo-valledupar>, periódico el Pilon, 2018).

2.3.4 Identificación de los Atractivos Turísticos de Valledupar

Los resultados del análisis del levantamiento de información de las ofertas comerciales del producto turístico permiten definir los siguientes focus:

2.3.5. Cultura y Turismo de la mano por Valledupar



Fuente: imagen casa de la cultura_ calle de Valledupar

Por su cambio estructural y crecimiento, Valledupar parece encaminado a posicionarse como uno de los destinos turísticos de mayor interés cultural y turístico en el país.

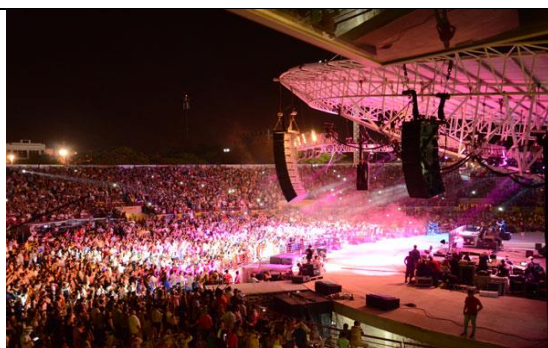
Los artesanos, artistas folclóricos, restaurantes y líderes de los gremios hoteleros formaron una unión que busca incentivar el turismo cultural y natural en la ciudad de Valledupar, haciendo del folclor y las tradiciones ancestrales que conforman la historia artística del vallenato en relación con la cultura como atractivo principal. (<http://elpilon.com.co/cultura-y-turismo-de-la-mano-por-valledupar/>, 2018)

2.4 Sitios turísticos Valledupar

Plaza Alfonso López, se aprecia la tarima Francisco el Hombre, Catedral la Concepción y monumento Revolución en Marcha.



Parque de la Leyenda vallenata, donde se presentan espectáculos a nivel nacional e internacional y se lleva a cabo la final del Festival de la Leyenda vallenata.



Museo del Acordeón



Desfile tradicional las Piloneras en el marco del Festival de la Leyenda Vallenata



<p><i>Colegio Nacional Loperena</i></p>	
<p><i>Rio Guatapuri, Balneario Huratdo y su sirena Vallenata</i></p>	
<p><i>Casa de la Cultura de Valledupar</i></p>	
<p><i>Edificio Bella Artes de Valledupar</i></p>	
<p><i>Academia de música el "Turco Gil"</i></p>	

Casa indígena en Valledupar




Coliseo Gallístico Miguel Yaneth de Valledupar






2.5 Monumentos Culturales de Valledupar

Tabla4.

TIPO	DESCRIPCION	
MONUMENTO	<i>Monumento a la pilonera mayor, homenaje a Consuelo Araujonoguera</i>	
MONUMENTO	<i>Monumentos Los poporos, homenaje a las etnias indígenas y el Coliseo cubierto de Valledupar.</i>	
MONUMENTO	<i>Parque el viajero, sitio al norte de Valledupar, donde llegaban los viajeros tomar carros hacia los corregimientos de Valledupar.</i>	

<p>MONUMENTO</p>	<p><i>Obelisco en la principal entrada a Valledupar.</i></p>	
<p>MONUMENTO</p>	<p>Monumento Hernando de Santana, en homenaje al Fundador de Valledupar.</p>	
<p>MONUMENTO</p>	<p><i>El Cacique Upar, en su honor nombre la ciudad lleva su nombre</i></p>	
<p>MONUMENTO</p>	<p><i>Monumento a los Músicos, Típica parranda Vallenata</i></p>	 <p>Vallenato</p>

MONUMENTO	<i>Mi pedazo de Acordeón, homenaje al Juglar vallenato Alejandro Duran.</i>	
MONUMENTO	<i>Monumento a los gallos, Típica pelea de gallos en Valledupar</i>	
MONUMENTO	<i>Monumento a María Mulata, ave que habita en la región</i>	

2.5.1 Festival de la Leyenda Vallenata. Patrimonio Cultural e inmaterial de Colombia



Festival vallenato, recuperado de <https://alkilautos.com/blog/general/preparate-festival-vallenato-en-valledupar/>

El Vallenato se toma la ciudad de Valledupar, en el marco del Festival de la Leyenda Vallenata, declarado Patrimonio Cultural e Inmaterial de Colombia, donde se dan cita los amantes de este género musical todos los años a finales del mes de abril. La máxima fiesta de la cultura folclórica popular que se celebra en Valledupar, donde se reúnen los mejores compositores e intérpretes de los diferentes aires vallenatos, Merengue, Son, Paseo y Puya, en el certamen que nació en el año de 1968, cuyos creadores fueron, la Cacica Consuelo Araujonoguera, el juglar vallenato Rafal Escalona y el expresidente Alfonso López Michelsen, liderado también por el Nobel Gabriel García Márquez; otros atractivos de gran importancia son los conciertos de artistas nacionales e internacionales, quienes se dan cita para deleitar a foráneos y demás personalidades que llegan de todos los rincones de Colombia y el exterior. (<http://festivalvallenato.com/festival-vallenato/que-es>, 2018).

2.5.2. *Festividades Religiosas en Valledupar*



Semana santa en Valledupar, recuperado de (<https://portalvallenato.net/2018/03/25/ecce-homo-patrono-de-valledupar/>)

En cuanto a las festividades religiosas, Valledupar y pueblos circunvecinos celebran para la época de la semana mayor, cultos a sus santos patronales. En Valledupar el Lunes Santo, es un día de mucho fervor religioso en el que se realiza la procesión de Santo Eccehomo patrono de Valledupar.

2.5.3 *Comida Típica de Valledupar*



Comida típica, recuperado de (<http://elpilon.com.co/valledupar-plato-tipico-mundo>, 2018)

El plato típico de Valledupar es el arroz de fideo con carne desmechada, plátano amarillo asado y agua de panela, entre otras delicias, está el sancocho trifásico preparado con rabo de res, gallina y espinazo de cerdo, arepa de queso con chicharrón de cerdo, plátano asado con queso costeño, el bollo de yuca y bollo limpio o de maíz con suero atollado buey subproducto de la leche, típicos de la región. Por tradición Valledupar no es un plato, Valledupar es un sabor como el de su acordeón, como el de su música; es una mezcla de española, negra e india. (<http://elpilon.com.co/valledupar-plato-tipico-mundo>, 2018).

2.5.7. Valledupar y sus Alrededores Turísticos

➤ *Balneario la Mina*



Fuente: (<https://www.google.com.co/search?q=balneario+la+mina+valledupar>)

Balneario la Mina: está a cuarenta kilómetros al norte de Valledupar, en la vía a Atánquez. En este sitio el caudal del río Badillo disminuye, lo que les permite a los visitantes bañarse en una piscina natural que está protegida por rocas blancas de formas peculiares. (<https://www.google.com.co/search?q=balneario+la+mina+valledupar>)

➤ *Ecoparque Los Besotes*



Ecoparque Los Besotes, recuperado de <http://www.colombia.travel/es/a-donde-ir/caribe/valledupar/actividades/ecoparque-los-besotes>

Ecoparque Los Besotes: Es una reserva natural situada a 10 kilómetros de Valledupar. Entre las más de 1.000 hectáreas distribuidas entre los corregimientos de Los Corazones y Río seco se cuenta cuatro observatorios de fauna y una red de 12 kilómetros de senderos que los visitantes pueden recorrer para ver venados, armadillos, micos maiceros, dantas y monos aulladores, 285 especies de aves como cóndores y guacamayas verdes y 44 especies de mamíferos. Ecoparque Los Fuente: Besotes, recuperado de <http://www.colombia.travel/es/a-donde-ir/caribe/valledupar/actividades/ecoparque-los-besotes>

➤ *Corregimiento de Pitillal:*



Fuente:(<http://www.colombia.travel/es/a-donder/caribe/valledupar/actividades/ecoparque-los-besotes>)

Patillal es un corregimiento a 30 minutos al norte de Valledupar, este corregimiento tiene el Parque de las Monedas, un sitio en el que se les rinde homenaje a ocho compositores vallenatos nacidos en este pueblo. Se trata de una gliptoteca al aire libre en la que las caras de maestros como Rafael Escalona, Freddy Molina, Octavio Daza Daza, Tobías Enrique Pumarejo, José Hernández, ya fallecidos; así como José María Chema Guerra, Jose Alfonso “El Chiche Maestro” y Julio García, juglares vivos de la composición vallenata que han hecho historia con sus canciones (www.elvallenato.com/noticias/5705/8-juglares-vallenatos).

➤ *Pueblo Bello*



Pueblo bello Cesar, recuperado de [Colombia.com/turismo/Pueblo Bello](http://Colombia.com/turismo/PuebloBello)

Cerca de Valledupar, una ciudad con alta temperatura puede encontrarse un pueblo frío con todas las formas posibles de belleza y relajación. Pueblo Bello se caracteriza por sus cultivos de café y por su ganadería. en poco tiempo este municipio se ha convertido en el centro vacacional de los habitantes de Valledupar Cesar, quienes han construido casas de descanso en esta zona, lugar que tiene acceso a ríos, quebradas y zonas donde se puede practicar cabalgatas y caminatas ecológicas. (www.colombia.com/turismo/noticias/sdi/132002/pueblo-bello-una-joya-del-cesar, 2018).

➤ **Nabusimake:**



Fuente: Recuperado de <http://www.elvallenato.com>

Los viajeros tienen la oportunidad de conocer las costumbres de los indígenas arhuacos al visitar esta población ubicada a 25 kilómetros del municipio de Pueblo Bello. Aquí se puede caminar por las calles del poblado y ver sus casas de paja, bahareque y piedra. El recorrido, de unas dos horas y media, debe hacerse en un automóvil 4×4 debido a que la carretera no está pavimentada. (www.elheraldo.co/tendencias/estos-son-los-planes-recomendados-para-los-no-festivaleros-257018, 2018).

➤ **Centro de Interpretación de la Cultura Arhuaca:**



Recuperado de <http://www.elvallenato.com>

Este escenario turístico Ubicado en el municipio de Pueblo Bello brinda a los visitantes un entorno natural muy parecido a Nabusimake, donde están representados siete puntos tradicionales de la cultura arahuaca como el campanario, el laguito y el kiosco del pensamiento. (www.elheraldo.co/tendencias/estos-son-los-planes-recomendados-para-los-no-festivaleros-257018).

➤ **Manaure:**



Manaure Balcón del Cesar, recuperado de <http://www.elvallenato.com>

Manaure denominado como ‘El Balcón Turístico del Cesar’, que se caracteriza por la hermosura de su vegetación, la frescura de su medio ambiente y la belleza de su río. Entre sus atractivos están: el Salto Tequendama, Cueva de los siete Caballeros, Paso de la Canoa, Paso de la Danta y El Chorrillo. (www.google.com.co/search?q=manaure+balcon+turistico+del+cesar, 2018).

➤ **Atánquez:**



Atanquez, recuperado de (pilon.com.co/atanquez-corregimiento-cultural-valledupar/)

Es una de las doce comunidades que integran el Resguardo Indígena Kankuamo, Se encuentra ubicada en la vertiente suroriental de la Sierra Nevada de Santa Marta, en el departamento del Cesar. Es el principal asentamiento del pueblo de Kankuamo. Sus calles empedradas cruzan pequeños cerros y forman hileras de caminos que se comunican entre sí. (pilon.com.co/atanquez-corregimiento-cultural-valledupar/) ..).

2.6. Análisis de la oferta del Turismo en Valledupar

El sector turístico tiene un margen interesante de crecimiento en Valledupar y sus alrededores.

2.6.1. Análisis de las encuestas realizadas

Las encuestas van dirigidas a personas de ambo sexos, en edades entre 18 y 65 años en una muestra de 100 personas en la localidad de la candelaria, sectorizando la población entre estudiantes, empleados e independientes de la localidad, obteniéndose la siguiente información.

- Sexo: del 100% de los encuestados, el 52% son mujeres y el 48% son hombres.

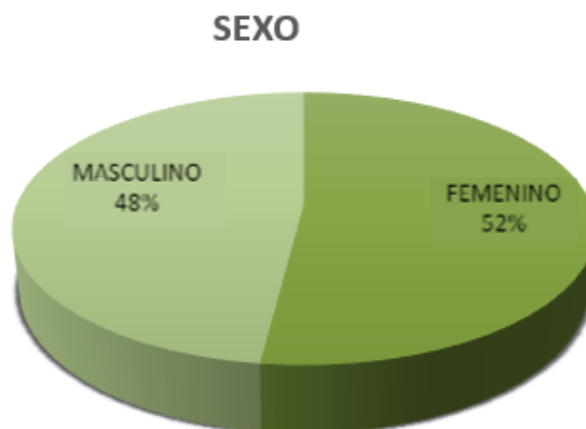


Figura 1. Encuesta realizada en ambos sexos

- Edad: del 100% de los encuestados, el 39% están en edad de 15 a 25 años; el 26% en edad de 36 a 45 años; el 23% en edad de 26 a 35 años y el 12% con más de 46 años. Las personas dependiendo de la edad así mismo tienen sus preferencias a la hora de viajar de turismo, entre edades de 15 y 35, realizan actividades con mayor exigencia física, mientras que de 36 años en adelante se inclinan con paseos suaves, disfrutando de paisajes tranquilamente. (Figura2)

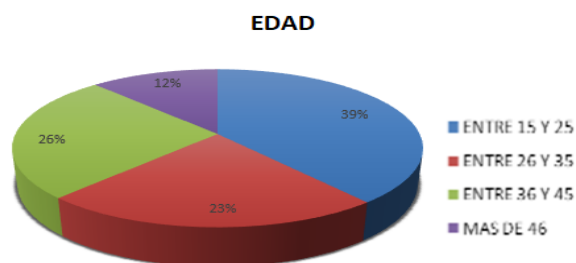


Figura2. Encuesta variación de edad

➤ **Estructura de la encuesta**

ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA OPERADOR TURISTICO							
Id.	Preguntas	Respuestas?					
		EADAES ENTRE:					
	EDAD:	15 y 35	26 y 35	36 y 45	> 50		
	SEXO	MASCULINO		FEMENINO			
1	¿Realiza Actividades Turísticas?	SI		NO			
2	¿Que tipo de actividades turísticas realiza?	Historico	Aventura	Cultural	Ecoturismo	Agroturismo	Otro
3	¿Con que frecuencia realiza actividades turísticas?	Mensual		Semanal		Quincenal	Anual
4	¿Habias oido Hablar de la ciudad de Valledupar?	SI		NO			
5	¿Conoce la ciudad de Valledupar?	SI		NO			
6	¿Le gustaria conocer su cultura y su folklor?	si		NO			
7	¿Cuánto estarría dispuesto a pagar por ir de turismo a Valledupar?						
	entre						
8	¿Que actividades le gustaria realizar en Valledupar?	Cabalgata		Caminata		Camping	Agroturis otros
	¿ a través de que medios le gustaria recibir inoformacion de paquetes turísticos?	Redes sociales	Internet	Correo elec	Con agencias		

- Pregunta 1: ¿Realiza actividades turísticas? (Figura3)

¿Realiza actividades Turísticas?

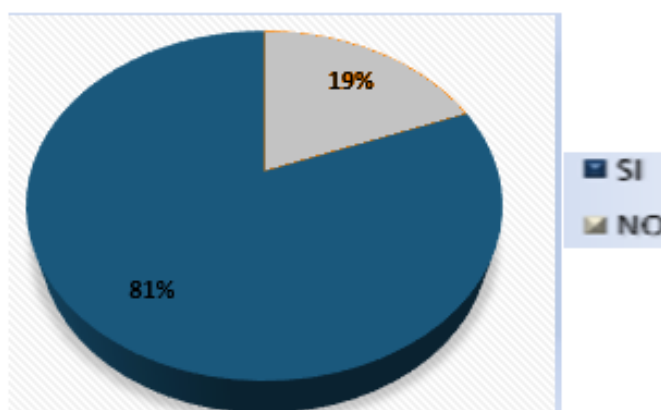


Figura3. Encuesta realización actividades turísticas

- Pregunta 2: ¿Con que frecuencia realiza estas actividades? (Figura4)

¿Con qué frecuencia realiza estas actividades?

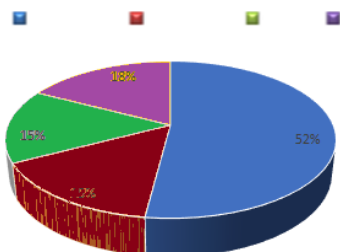


Figura4. Encuesta frecuencia realización de actividades

- Pregunta 3: ¿Qué tipo de actividades turísticas realiza? (Figura5)

¿Qué tipo de actividades turísticas realiza?

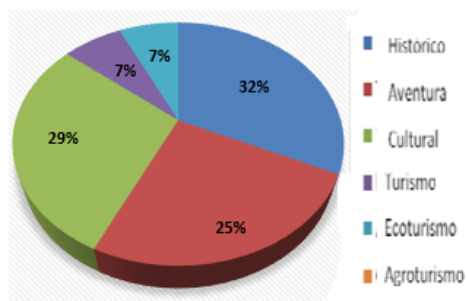


Figura5. Encuesta tipos de actividades turísticas realizadas

- Pregunta 4: ¿Ha escuchado hablar de la ciudad de Valledupar? (Figura7)

Habias oido hablar de Valledupar?

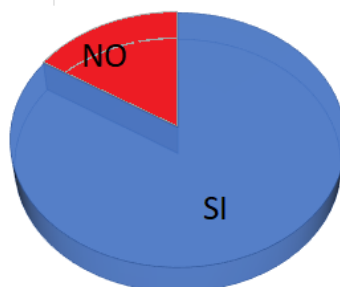


Figura6. Encuesta conocimiento sobre la ciudad de Valledupar

- Pregunta 5: ¿Conoce usted la ciudad de Valledupar? (Figura8)

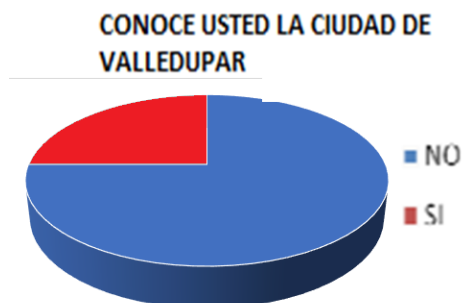


Figura7. Encuesta sobre conocer la ciudad de Valledupar

- Pregunta 6: ¿Le gustaría conocer su cultura y su folclor? (Figura9)

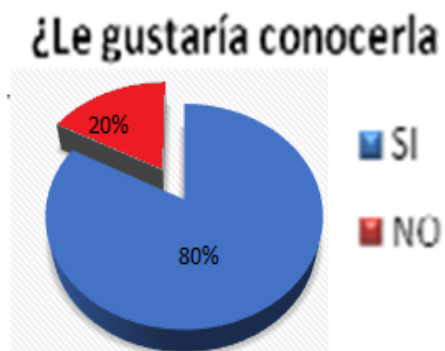


Figura8. Encuesta sobre el deseo de conocer la ciudad de Valledupar

- Pregunta 7: ¿Qué otra actividad le gustaría realizar en V/par? (Figura11)

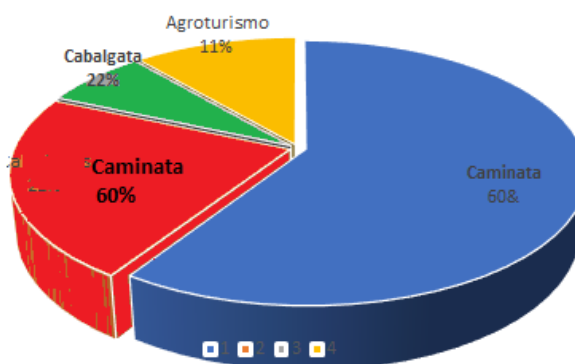


Figura9. Encuesta sobre otra actividad a realizar en Valledupar

- Pregunta 8: ¿En qué medios le gustaría recibir información de turismo? (Figura 11)

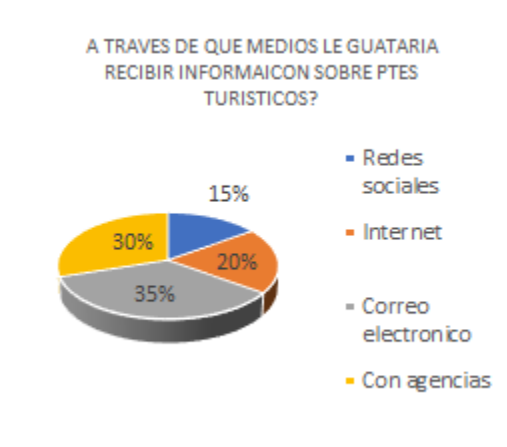


Figura10. Preferencias para recibir información de Turismo

El análisis de la encuesta deja prever la inclinación de la mayoría de las personas encuestadas, por conocer la ciudad de Valledupar.

Las tendencias turísticas del operador turístico a implementar son atractivas para los Bogotanos dentro de sus diversos habitantes, las personas buscan medios de esparcimiento, distracción y diversión. La preferencia entre las actividades del turismo que se quiere ofrecer está inclinada también entre diferentes edades, entre los jóvenes prefieren la diversión, aventura, campamentos, cabalgatas, conocer diversos sitios y costumbres; entre los adultos prefieren caminatas, apreciar paisajes, recorridos cortos que les permitan descansar y finalmente a los encuestados prefieren los sitios de internet para obtener información de servicios turísticos.

2.6.2. Análisis de Vulnerabilidad

Para realizar un análisis y evaluación del operador turístico, se utilizan herramientas de análisis que permiten conocer la situación del operador turístico, frente al mercado en que se encuentra.

2.6.3. Análisis de la matriz DOFA

La matriz DOFA, es una herramienta que permite determinar si la organización está capacitada para desempeñarse en su medio. Se determina en un análisis de las condiciones internas (Debilidades y Fortalezas), y las condiciones externas (Oportunidades y Amenazas) que afectan la empresa, con el fin de identificar sus ventajas competitivas y a la vez brinda información de apoyo para formular estrategias según las condiciones de la empresa y el mercado. Cuadro1 (https://www.researchgate.net/publication/303952593_Gerencia_Estrategica_Corporativa)

Tabla6. Matriz DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Servicio dispuesto en las redes sociales y pagina web ✓ Segmentación del turismo establecida ✓ Competimos con tarifas son económicas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No se cuenta con la experiencia en el negocio del turismo. ✓ Solo una persona está al frente de la estrategia de posicionamiento, mercadeo, relacionamiento y otras estrategias comerciales. ✓ No se cuenta con capital suficiente.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ La publicidad del producto jugara un importante papel sobre el cliente ✓ Aprovechamiento de las deficiencias que puedan presentar nuestro competidor directo ✓ Capacidad de Negociación con los mayoristas. 	<p>Mayor promoción y publicidad de nuestro competidor directo, el cuales podría ser aceptado por el público dado que tiene mayor experiencia en el mercado.</p> <p>Alta Competencia de Agencias de viajes en el sector</p>

Fuente: Elaborado por El autor

2.6.4. Plan estratégico de Mercadeo

Se presenta un plan estratégico del operador turístico en su estructura, organizacional para proyectar el plan de negocios a corto, mediano y largo plazo. (Figura 1)

Tabla7. Plan estratégico de mercados

PLAN ESTRATEGICO DE MERCADOS			
VARIABLES DE ANALISIS	CORTO PLAZO	MEDIANO PLAZO	LARGO PLAZO
FINANCIERO	BUSCAR FINANCIACION	GENERAR INGRESOS PARA CUMPLIR CON LAS OBLIGACIONES FINANCIERAS ADQUIRIDAS EN EL MOMENTO DE INICIACIÓN DEL	MANTENER LIQUIDEZ DEL NEGOCIO GENERANDO FLUJOS DE EFECTIVO MENSUALES, QUE PERMITAN VISUALIZAR EL CRECIMIENTO
	BUCAR ALIADOS FINANCIEROS	GENERAR RENTABILIDAD PARA QUE LOS INVERSIONISTAS SE MANTENGAN	FORTALECER EL NUMERO DE PRODUCTOS QUE SE OFRECEN AL MERCADO PARA GENERAR NUEVOS INGRESOS
ADMINISTRATIVO	CONTRATACION DE PERSONAL QUE COLABORE CON LA ORGANIZACIÓN INICIAL DE LA CREACION DE LA EMPRESA	ORGANIZAR LA EMRPESA CON PERSONAL EXPERTO EN EL SETOR DEL TURISMO, TENIENDO EN CUENTA QUE SE ATENDERAN EXTRAJEROS SE NECESITARA UN OPERADOR BILINGÜE	CONTRATAR MAS OPERADORES DE VENTAS QUE COADYUVEN CON EL CRECIMIENTO FINANCIERO DEL NEGOCIO
ORGANIZACIONAL	TRABAJAR PARA SATISFACER LAS NECESIDADES Y MOTOVACIONES DE LAS PERSONAS APASIONADAS POR VIAJAR	SEGUIR TRABAJANDO Y DESCUBRIR ALTERNATIVAS DE VIAJES MEDIANTE SERVICIOS CALIDOS Y SEGUROS	TABAJAR CON PERSONAL ALTAMENTE CALIFICADO, OFRECIENDO CONTINUAMENTE VALOR AGREGADO A NUESTROS CLIENTES.
COMERCIALIZACION	SE OFRECE EL PRODUCTO A TRVES DE PAGINA WEB, E-COMMERCE Y REDES SOCIALES.	VANGUARDIA DE LOS ADELANTOS TECNOLOGICOS QUE FACILITEN OFRECER EL PRODUCTO A TRVES DE PAGINA WEB, E-COMMERCE Y	CONTNUAR TABAJANDO E IMPLEMENTAR ALIANZAS CON ORGANISMOS ESTATALES, ASEGURANDO RENTABILIDAD CORPORATIVA.

2.7. ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico define los aspectos del proyecto como: localización, tamaño, ingeniería y las necesidades del proyecto, desarrollar cada una de estas ideas y darle así un enfoque específico de lo que se quiere implantar como operador turístico, enfocado al desarrollo y organización de viajes turísticos dirigido a toda persona que busque obtener lo que tiene en mente.

2.7.1 Tamaño

El operador turístico debe definir su capacidad en función del mercado, la tecnología, localización y los recursos con que cuenta para su funcionamiento de carga; para determinar el tamaño del operador turístico, se debe fundamentar en la capacidad de carga, se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

Tabla8: Capacidad de la empresa

Servicio	Ciclo	Cantidad de personas	Capacidad
Particulares	Semanal	15	20
Estudiantes	Semestral	50	600
Empresas	trimestral	35	400

Necesidades y Requerimientos del servicio de turismo

ELEMENTO	VALOR	USO
Botiquín primeros auxilios	30.000	Para ser utilizado en caso de algún accidente
Morral	25.000	Cargar las herramientas de trabajo y refrigerios
Celular	49.900	Medio de comunicación con la empresa
Cámara fotográfica	290.000	Para guardar las memorias de cada actividad

2.7.2. Localización del operador turístico en Bogotá

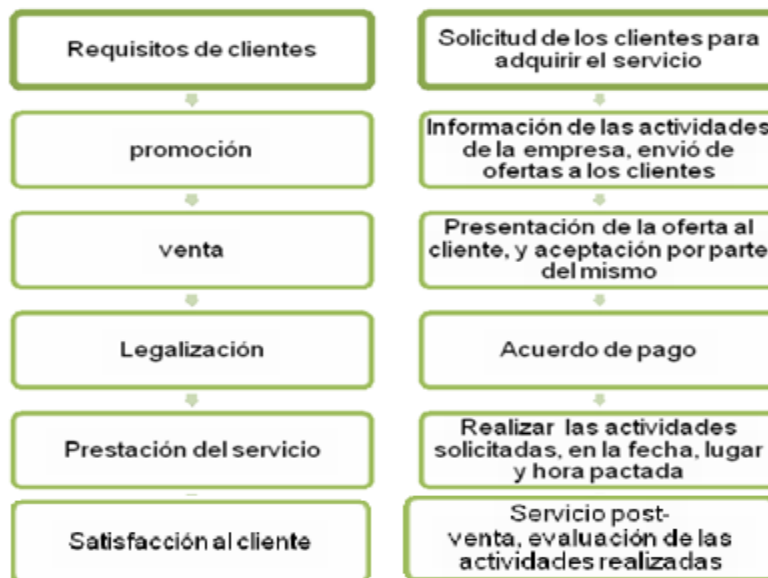
Para localizar el operador turístico, es necesario analizar variables que determinen la ubicación final.

Figura12. Proceso de localización



Fuente: (<https://www.google.com.co/maps/place/Cra.+22+%2387-35,+Bogotá>)

Diagrama de flujo del servicio Turístico



2.7.3. Macro localización: Se define Integración al medio Nacional, regional, local. Se localiza el proyecto en Bogotá Colombia con destino turístico, Valledupar en el departamento del Cesar. (Figura2)

Figura13. Proceso de macro localización



Fuente: (<https://www.google.com.co/maps/place/Cra.+22+%2387-35,+Bogotá>)

Tabla2. Suministros de oficina

Descripción	Unidad medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Resmas de papel carta	Paquete	10	\$10.000	\$100.000
Caja de esferos	Caja	1	\$5.000	\$5.000
Resaltadores	Caja	1	\$8.000	\$8.000
Marcadores	Caja	1	\$12.000	\$12.000
Tijeras	Unidad	2	\$2.000	\$4.000
Grapadora	Unidad	1	\$15.000	\$15.000
Perforadora	Unidad	1	\$10.000	\$10.000
Sobre manila	Paquete	100	\$5.000	\$5.000
Calculadora	Unidad	1	\$15.000	\$15.000
			TOTAL	\$211.000

Fuente: Investigación de mercado, elaborado por el autor.

2.8. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero proporciona el resumen de la información financiera en el cual se elaboran los balances, el flujo de caja proyectado y el análisis de sensibilidad del proyecto y sus respectiva evaluación.

➤ Inversión fija, diferida y corriente

Inversion Total	
Inversion fija	
Equipos de computo	\$2.500.000
Muebles y enseres	\$1.500.000
Maquinaria y vehiculos	\$18.000.000
Equipos de oficina	\$500.000
SUBTOTAL INVERSION FIJA	\$22.500.000

INVERSION DIFERIDA	
Gasto constitucion	\$800.000
Licencias y permisos	\$1.350.000
Subtotal inversion diferida	\$2.150.000
Inversion corriente	
Caja-Bancos	\$5.300.000
Subtotal	\$5.300.000
Inversion total	\$29.950.000

2.8.1. Balance Inicial

BALANCE INICIAL			
Activos		Pasivos	-
Muebles y enseres	1.500.000	Total Pasivos	-
Equipos de computo	2.500.000	Patrimonio	
Elementos de oficina	500.000	Aporte de los socios	22.500.000
Mauinaria y vehiculo	18.000.000	Total Patrimonio	22.500.000
Total Activos	22.500.000	Pasivo+Patrimonio	22.500.000

2.8.2. Estados y Resultados a primer año de operaciones

ETADOS DE RESULTADOS AÑO 1_ Operador Turistico	
INGRESOS	316.000.000
Venta de Tiquetes	88.000.000
Renta de vehículo	12.000.000
Venta Paquetes turísticos	189.000.000
Asesoría a viajeros	15.000.000
Tramites de Visa	12.000.000
	316.000.000
Tiquetes	70.000.000
Renta de vehículo	5.800.000
Venta Paquetes turísticos	122.000.000
Asesoría a viajeros	20.000.000
Tramites de Visa	7.000.000
UTILIDAD BRUTA	91.200.000
Gastos de Administracion	42.046.872
Pago servicios Públicos	3.600.000
Arriendo Oficina	9.600.000
Industria y Comercio	680.000
Nomina	20.866.872
Otros egresos	3.500.000
Gastos de Venta	3.800.000
UTILIDAD OPERACIONAL	49.153.128
Gastos Financieros	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	49.153.128
Impuesto	7.900.000
UTILIDAD NETA	41.253.128

2.8.3. Balance General a primer Año

BALANCE GENERAL PRIMER AÑO			
Activos		Pasivos	-
Caja	15.200.000	Total Pasivos	-
Bancos	7.200.000	Patrimonio	
Mubles y enseres	10.364.222	Aporte de los socios	22.500.000
Equipos de computo	10.352.222	Resultado del ejercicio	41.253.128
Elementos de oficina	5.220.000	Total Patrimonio	63.753.128
Sistema	2.201.024		
Cuentas por Cobrar	13.215.660	Pasivo + Patrimonio	63.753.128
Total Activos	63.753.128		

2.8.4. Suministros y materiales

Son necesarios para el inicio de actividades el requerimiento de suministros y materiales, elaboración de propuestas, además de los procedimientos administrativos así como se detallan en la siguiente tabla:

Tabla12. Suministros de oficina

Descripción	Unidad medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Resmas de papel carta	Paquete	10	\$10.000	\$100.000
Caja de esferos	Caja	1	\$5.000	\$5.000
Resaltadores	Caja	1	\$8.000	\$8.000
Marcadores	Caja	1	\$12.000	\$12.000
Tijeras	Unidad	2	\$2.000	\$4.000
Grapadora	Unidad	1	\$15.000	\$15.000
Perforadora	Unidad	1	\$10.000	\$10.000
Sobre manila	Paquete	100	\$5.000	\$5.000
Calculadora	Unidad	1	\$15.000	\$15.000
			TOTAL	\$211.000

Fuente: Investigación de mercado, elaborado por el autor.

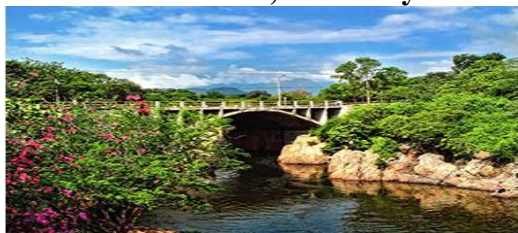
2.8.5. Analisis de la cuantificación de Costos

Mediante el desarrollo del estudio financiero en el cual se estableció una inversión fija por valor de \$22.500.000, un capital de trabajo mínimo de \$ 63,753,128, se observa que el proyecto cuenta con un flujo de caja apropiado de \$15,200,000, oo.

2.9. Paquetes Turísticos ofertados

Se implementaron cinco paquetes turísticos, diseñados para ofrecer lo mejor del turismo en Valledupar y sus alrededores.

➤ Recorrido histórico, cultural y contemporáneo



Recorrido: Sitios emblemáticos de nuestra bella ciudad Valledupar.

Incluye: Transporte climatizado, guía acompañante y entradas a museos.

Salida: 3:00 p.m. - **Llegada:** 5:30 p.m.



➤ Cuento Vallenato y Culturas ancestrales



Recorrido: Estribaciones Sierra Nevada: Valledupar, Patilla, La Mina / Río Badillo, Aldeas / Río Candela, Ataquez, Valledupar.

Incluye: Transporte climatizado, almuerzo típico, guianza Turística, muestra cultural ancestral.

Descripción: Los recorridos se hacen por vías pavimentadas y senderos ancestrales, haciendo estación por los atractivos para transmitir las vivencias de los pueblos, los sentimientos de la música y la cultura vallenata.

Salida: 9:00 a.m. - **Llegada:** 4:00 p.m.



➤ **Pueblo bello y/o Nabuzimake**



Pasadia Pueblo Bello: Valledupar, Pueblo Bello, Valledupar.

Incluye: Transporte privado, Guianza turística, Almuerzo típico.

Salida: 9:00 a.m - **Llegada:** 4:00 p.m.

Programa Nabusimake: 2 Días - 1 Noche Cupo: 10 personas.

Recorrido: Valledupar, Pueblo Bello, Nabuzimake, Valledupar.

Incluye: Transporte privado, guianza turística, alojamiento (1) noche, alimentación (4), entrada al asentamiento, nuestra cultural ancestral.

Salida: 5:00 a.m. - **Llegada:** 6:00 p.m.



➤ **Parranda y tertulia vallenata**

Eco-Parque los Besotes

Recorrido: Guacoeche de colores



PARRANDA Y TERTULIA VALLENATA

Parranda: Grupo Típico o cantautor vallenato.

Tertulia: Evento Corporativo - Conversatorio.

Vespertina o Nocturna.

ECO-PARQUE LOS BESOTES.

Avistamiento de aves, flora y fauna silvestre.
(Por eventos, cupo minino 6 personas)

Salida 6:00 a.m. - **Llegada** 5:00 p.m.



GUACOCHE DE COLORES

Senderos Ecológicos Guiados.

Recorrido: Estribaciones Sierra Nevada, territorio Nor-Oriente

Salida: 9:00 a.m. **Regreso** 11:00 a.m.

➤ Semana santa y fiestas patronales

Semana Santa: 4 días y 3 noches

Recorrido: Valledupar de los santos reyes de Upar, San Diego de Las flores y Dulce valencia de Jesús.

Vitrina Turística: Dulces de ancestro y tradición en la Plaza Alfonso López.

Fiestas Patronales:

Santo EcceHomo: Lunes santos en Valledupar.

Virgen del Rosario: Abril 29 en Valledupar.

Recorrido: Altares por la zona histórica y la Leyenda Vallenata en vivo en la Plaza Alfonso López

Corpus Cristi: 2 días, 1 noche, mes de junio.

Recorrido: Valledupar, Cocosolo, Atánquez, Valledupar.



CONCLUSIONES

Finalizado el estudio de viabilidad de un operador turístico en Bogotá D.C, con destino la ciudad de Valledupar y sus alrededores, deduce lo siguiente:

- **Pregunta de Investigación:** En respuesta a la pregunta si se hace necesario la creación de un operador turístico, dedicado a explorar la diversidad natural y cultural con que cuenta la región y teniendo en cuenta el diagnóstico del mercado del turismo en Valledupar y sus alrededores, se puede decir que si se hace necesario la creación de un operador turístico, que fortalezca el turismo actual con que cuenta la región.

- **Hipótesis:** Ccrear un operador turístico, que se preocupe por prestar un servicio de calidad y economía para explorar Valledupar y sus alrededores, desde lo cultural y riqueza natural, generará motivación a nuevos viajeros que antes no tenían en cuenta este destino.

- **Objetivos:** Al diagnosticar el mercado del turismo en la región, se observa que existe una gran oportunidad de negocio, pues no se evidencio ningún operador que ofrezca el destino, salvo paseos familiares de la región.

- Mediante el desarrollo del Análisis Técnico se establecieron los requerimientos del proyecto dentro de los cuales se encuentra su ubicación, equipos de cómputo, puestos de trabajo, redes y enseres de oficina, se realizó estudio de los costos fijos y los costos variables del proyecto evidenciándose que los costos fijos son bajos respecto del tamaño del proyecto la cual representan un mínimo porcentaje de los costos totales.

- Mediante el desarrollo del estudio financiero en el cual se estableció una inversión fija por valor de \$22.500.000, un capital de trabajo mínimo de \$ 63,753,128, se observa que el proyecto cuenta con un flujo de caja apropiado de \$15,200,000,oo Analizando los diferentes márgenes de utilidad, se puede mostrar la eficiencia del negocio, lo que indica que el operador turístico le genera una comisión adecuada para seguir operando.

BIBLIOGRAFIA

(<http://www.valledupar.com/historia-valle.html>. (2018).

Bulla, J. (s.f.).

Castellano, R. (1988). Turismo. En R. Castellano, *Turismo*. Bogota.

cesar, P. s. (2017).

Cesar, T. d. (2017). *Plan sectorial de turismo del departamento del cesar*. Valledupar.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>. (2018).

II, J. P. (1984). *Congreso Mundial sobre la Pastoral del Turismo*.

II, J. P. (1984). *Congreso MUndial sobre la Pastoral del Turismo*.

Info. (s.f.).

Luis Hernando Jimenez, 1. (1986). *Teoria Turistica*. (U. E. Colombia, Ed.) Bogota, Colombia: 2.

OMT. (1897). *nforme Brundtland*.

(2018). *OMT*. Bogota.

procolombia. (2018). procolombia. *procolombia*, procolombia.

procolombia. (2018). *Procolombia*. Bogota.

revistabbc mundo. (2017). revistabbc mundo. *revistabbc mundo*, 52.

Rodriguez. (2008).

RODRIGUEZ, 2. (s.f.).

SERNA, H. (2003). *planeacion y Gestion Estrategica*. (3. E. 20003, Ed.) Bogota, Colombia.

turismo, C. S. (s.f.). Cuenta Satelite de Turismo. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/cuentas-nacionales/DSO-CST-FME-ficha-metodologica-turismo.pdf>

xyz. (2012). *abc*. bogota: planeta.