

AMPLIACIÓN DEL PORTAFOLIO DE LA OFERTA DE ATRACTIVOS
TURISTICOS DE LA AGENCIA DE VIAJES RUTA CARIBE VIP

Autor DEISY TATIANA PICO MARTINEZ

Código: 2019127059

Trabajo de grado para optar por el título de profesional que se le otorga

PEDRO LUIS NAVARRO HERNANDEZ

Tutor de prácticas profesionales

ERIKA SIERRA

Tutor empresarial

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

CIENCIAS EMPRESARIALES

TECNOLOGÍA EN GESTION HOTELERA Y TURISTICA

SANTA MARTA

2022

1) INTRODUCCIÓN

El **turismo** comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, lo realiza con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad. Aunque suene irónico para un atractivo hacerse popular y con el tiempo atraer muchos turistas y ser el más visitado, causa daños y desmejora el destino, lo que para una agencia de viajes, es un reto diario, innovar y encontrar la manera de ofrecer una excursión que lo caracterice. Por ende, se ven en la obligación de explotar nuevos destinos y ampliar el portafolio de sus productos.

Los destinos turísticos, enfrentan múltiples cambios y retos, generados ya sea por factores demográficos, económicos, tecnológicos, ambientales y de hábitos de consumo. Uno de los problemas más acuciantes para muchos destinos es el aumento de los turistas que reciben, dado el crecimiento turístico de los mismos.

Muchos destinos del mundo están sufriendo la sobrecarga en la actividad turística que incide negativamente en la calidad de vida de los ciudadanos locales al igual que en el medio ambiente y la experiencia de los visitantes

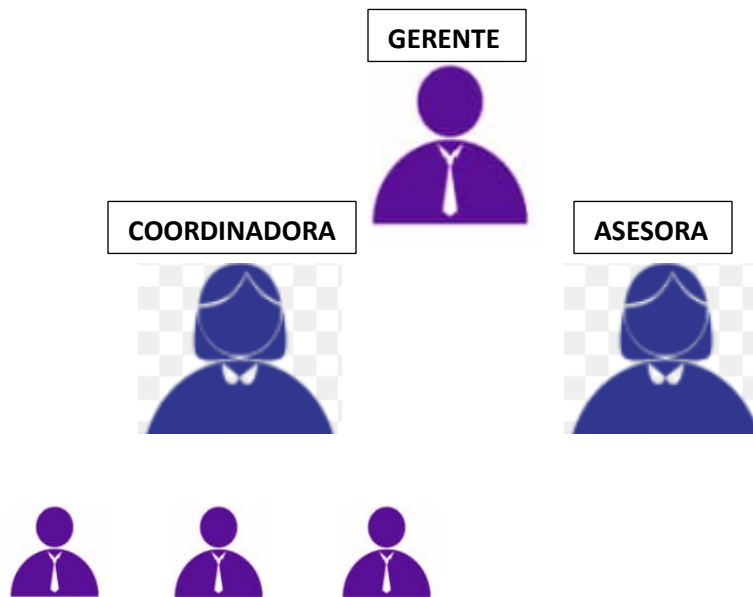
Santa Marta tiene un gran número de lugares mágicos que deben ser visitados, por ejemplo, el Parque Nacional Natural Tayrona, es un concurrido atractivo que los turistas no pueden dejar sin visitar por su paso por Santa Marta, sin embargo, existe un gran número de turistas que rechazan la cotidianidad, buscan nuevas experiencias, conocer y explorar y este número de personas con el tiempo irá incrementando, reconocen que el turismo es más que playas, el turismo deriva en muchas ramas como lo son el turismo extremo, ecoturístico, cultural, patrimonial, entre otros.

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

2.1) ASPECTOS LEGALES, ECONÓMICOS Y ORGANIZACIONALES

NOMBRE COMERCIAL: RUTA CARIBE VIP

Su estructura se basa en 2 altos mandos, que son el Gerente y la coordinadora, seguido de ellos está el cargo de **asesora turística**, además cuenta con 3 conductores, 2 en horario del día, y uno nocturno, en total tienen 6 trabajadores



RAZÓN SOCIAL: RUTA CARIBE VIP S.A.S.

VALORES

Estamos convencidos que el respeto es la base fundamental de las relaciones públicas y de todos los procesos que integran al ser humano. Nos comprometemos con la seguridad adentro de nuestros vehículos, haciendo revisiones frecuentes de los mismos y del personal que está a cargo; trabajamos en pro de la cultura, la confianza y del estudio de lo que ofrecemos, para que cada integrante de nuestra empresa se sienta orgulloso de la labor que realizan.

Los clientes son nuestra razón de ser, por lo tanto, estamos orientados a satisfacer sus requerimientos, a escuchar sus opiniones y a considerar sus puntos de vista

2.2) FILOSOFIA INSTITUCIONAL

Fundada en el 2017, para ser exactos el 24 de octubre inicio sus actividades. Antes de esto se encontraban en una sociedad que se llamaba **RUTA CARIBE**, se basada en 2 socios, en el 2017 decidieron dividir esta alianza y se crearon 2 empresas, una de estas es **RUTA CARIBE VIP**

Agencia de viajes y operadora turística, especializada en servicios de transporte corporativos y privados, también el diseño programado de viajes privados y familiares, bajo la dirección de un equipo humano capacitado para prestar un servicio altamente profesional, operamos a nivel local, regional y nacional. Brindamos un servicio de calidad y un acompañamiento en los lugares más turísticos de las ciudades de Colombia, junto con la logística necesaria para que el cliente cuente y se sienta con nuestro respaldo y apoyo.

MISION:

Es ofrecer un servicio de transporte confiable y seguro, en vehículos que cumplen con unos altos estándares de calidad, y poder así satisfacer las necesidades en el mercado local con nuevas opciones de transporte.

VISION:

Proyectarnos en el reconocimiento como un grupo líder en la prestación del servicio de transporte de pasajeros en la región caribe, tanto por la calidad del servicio, como por la creación de nuevas propuestas para viajar y dar a conocer nuestro caribe colombiano.

POLÍTICA: POLÍTICAS DE CALIDAD.

Servimos a nuestros clientes con calidez humana, amabilidad y diligencia velando en todo momento por el cumplimiento de sus necesidades y expectativas, atentos a sus observaciones y a los detalles del servicio prestado auto evaluándonos y mejorando continuamente con el fin de asegurar Su plena satisfacción, nuestro crecimiento personal y del negocio.

POLÍTICAS DE SOSTENIBILIDAD. RUTA CARIBE S.A.S es una agencia de turismo con sólidos principios éticos y morales, consciente del entorno que posee y de lo importante que es la sostenibilidad; está comprometida con la satisfacción de nuestros clientes, generando calidad, eficiencia y seguridad en el servicio, con un alto grado de idiosincrasia de su gente

POLÍTICA MEDIO AMBIENTAL

reconoce la gestión ambiental como una de nuestras principales prioridades, para ello todos los procesos que se llevan a cabo en la empresa integran los principios y las prácticas de conservar los recursos naturales, reduciendo y previniendo la contaminación. Por tanto, asumimos la responsabilidad de proteger el medio

ambiente, cumpliendo con leyes y regulaciones relevantes, con el compromiso de la mejora continua a través de

Reciclaje de residuos internos.

Manipulación adecuada de los residuos y disposición final

Conservación de recursos naturales. Esta política está dirigida a todos los colaboradores de la organización.

3) INFORMACIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

3.1.) DESCRIPCIÓN DEL AREA DE TRABAJO.

CARGO: ASESORA TURÍSTICA

Estaba ubicada en la recepción de la empresa, en el lobby del Hotel Mercure, se brindada asesoría y ofrecimiento de los tours por la ciudad, al igual que el diseño de los mismo, además, se organizaba la logística de los transportes e itinerario para la realización de los tours, viajes y paquetes turísticos o corporativos; puesto que, el contrato que tienen con Hotel, una de sus funciones es brindar el transporte a la tripulación aérea de **AVIANCA**, por último, se programaban los itinerarios de sus vuelos y horas de salidas para la presentación en el aeropuerto.

3.2) DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS.

Las actividades se basaban en el ofrecimiento y asesoría de la ciudad por medio de los tours de la agencia, se le recomendaba y guiaba a los huéspedes sobre los sitios icónicos y representativos de la ciudad, sus varias formas de desplazarse dentro de la misma, por otra parte, con el hotel se tiene la responsabilidad de los traslados de la tripulación de Avianca, ya que estos se hospedan acá ,por último, se realizaba la organización de presentaran a tiempo en el hotel, haciendo una programación con su hora de salida y de llegadas

4) PROPUESTA

4.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA.

AMPLIACIÓN DEL PORTAFOLIO DE LA OFERTA DE ATRACTIVOS TURISTICOS DE LA AGENCIA DE VIAJES RUTA CARIBE VIP

4.2 DIAGNÓSTICO.

La clientela que normalmente tiene la agencia indica que desean conocer más destinos de los que ya se tienen en el actual portafolio de productos turísticos, buscan atractivos donde se dé la tranquilidad y el descanso que desean y en los sitios turísticos ofertados por la agencia se encuentran con un gran número de personas y nos les permite satisfacer las necesidades de los usuarios de la agencia, la clientela también presenta inconformidad por la inconciencia y el daño que allí personas hacen, reflejan la falta de sentido de pertenencia para el cuidado del mismo y al final del día, la agencia se encuentra en mal concepto ya que se ofrece algo que no se asemeja a lo que se vive en el lugar. Además, el sitio turístico en esta ciudad se encuentra con un difícil acceso, llegar a estos atractivos es un gran sacrificio, con esto, los trayectos son largo, las vías no se encuentran en buen estado, están deterioradas, además, muchas personas presentan temor porque para llegar a estos atractivos se atraviesan barrios marginales que en su aspecto visible no son de mucho agrado

4.3 PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA (MÁX 3000 CARACTERES.)

El presente trabajo busca ampliar el portafolio de productos ofrecidos por la empresa, puesto que, en la agencia de viajes se están presentando inconformidades por la clientela. Entonces, se propone la creación de nuevos productos a ofertar para mejorar la calidad del servicio que se brinda en la empresa.

En este trabajo se aborda esta preocupación y se analiza desde sus potencialidades y debilidades para proponer un los el nuevo portafolio a ofrecer que desencadene en alianzas estratégicas para la competitividad, en cuanto el territorio samario debería visionarse y concentrar un número de empresas que requieren interconectarse para desarrollar una competencia de visión compartida entre sus sectores priorizados.

JUSTIFICACION

El desarrollo de esta propuesta proporciona bases fundamentales para enriquecer los productos ofrecidos en el portafolio turístico que promociona la agencia con nuevos atractivos permitidos para el uso y aprovechamiento del turismo.

Esta propuesta se realiza con el fin de mejorar el servicio de calidad que en la agencia se brinda, esto se debe a que por parte de la clientela se reciben de comentarios buenos o malos, que inspiran a la realización de la ampliación del portafolio, existen comentarios como; siempre lo mismo, queremos algo más, está muy saturado de personas, entre otras.

Se desarrollará esta propuesta por medio de la clientela, adhiriendo las sugerencias, buenos comentarios, experiencias y no está de más recibir quejas que se presenten en las excursiones que los mismos van a realizar.

Se implementa esta propuesta, puesto que es importante suplir necesidades de los clientes, con esto se obtienen buenas recomendaciones para entrar en el proceso de crecimiento en la popularidad y que el concepto que nos tengan sea de innovación y calidad.

5. OBJETIVO GENERAL

Ampliar el portafolio sobre atractivos turísticos de acuerdo con los problemas encontrados en el diagnóstico, con el fin de satisfacer y suplir las necesidades que nuestros clientes nos han hecho saber

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar un inventario para evaluar el estado de los diferentes atractivos identificando las más críticas o nulas para intervenirlas y brindar estrategias de mejora.

Analizar de la percepción de los clientes con la experiencia turística en algunos atractivos por las plataformas digitales

Establecer actividades, tiempos, costos e indicadores para la ejecución de los nuevos productos turísticos a ofertar en la compañía.

6. REFERENTES TEÓRICOS

Tomando siempre como elemento básico del turismo al viaje, lo conceptualizan como “la ciencia, el arte y las actividades de atraer y transportar visitantes, alojarlos y satisfacer sus necesidades y deseos”, mientras que para Valls (1996) es “toda actividad económica que posibilita un conjunto de experiencias personales o grupales que se desarrollan fuera del lugar habitual de residencia o de trabajo - tanto durante la fase del desplazamiento como en el uso del tiempo libre de ocio o de negocio en un destino-”. (McIntosh y Gupta, 1993). Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales. (Secretaría de Turismo). A su vez tomando los elementos

presentados para la realización de los productos a ofrecer en la agencia se tiene en cuenta la tendencia turística como lo es el ecoturismo, el entrar y tener relación con la naturaleza, la agencia propone crear un producto para vivir experiencias debajo del mar junto a la vida marina. Sin dejar de lado la importancia de avanzar en este tema para mejorar las experiencias de los clientes. Actualmente el desarrollo de la industria del turismo se mide por el nivel de innovación que se ha venido generando en este sector, ya que cada día los consumidores son diferentes, tienen mayor acceso a la tecnología, esperan calidad y una experiencia diferente en los servicios que adquieren y en muchos casos las mismas son compartidas en redes sociales y plataformas, esto es primordial para adquirir un servicio turístico. (Clara I. Pardo, analista de la Universidad del Rosario)

Entrando en materia de nuestro turismo samario, un ejemplo de atractivo turístico y representativo de la ciudad se encuentra en el Parque Nacional Natural Tayrona, que al concentrar diversos tipos de paisajes, ayudado por los distintos pisos térmicos de la Sierra Nevada de Santa Marta, le ofrecen al turista una experiencia única, donde además puede experimentar el etno-turismo, gracias a los pueblos indígenas originarios que habitan en la zona, el ecoturismo, donde el encuentro con la naturaleza se presenta como alternativa clave para desarrollar éste segmento, de igual manera se puede encontrar lugares históricos como ciudad perdida y disfrutar variedad de playas. (Adam Smith, 2011). Por lo que la conservación de la naturaleza se configura como una forma de desarrollar la sostenibilidad. Cuando se alía a las actividades de turismo, se transforma en una herramienta concreta y, si bien planificada, genera resultados significativos, muchas veces protagonizando transformaciones. (Alberton & otros, 2016). Para comprender todo esto existen las ventajas comparativas en el turismo es de vital importancia, dada su relevancia para promover el crecimiento económico. (p.247). Al igual se considera que la mayoría de los estudios no prestan especial atención a economías emergentes, sino que enfocan su atención mayoritariamente en países desarrollados, argumento que justifica la poca producción literaria alrededor del turismo y su fortalecimiento en la ciudad de Santa Marta. (Algieri, Aquino, y Succurro (2016). Por último y no menos importante, las propuestas de potencialización e innovación del turismo en sus múltiples variedades van ligadas a los conceptos de crecimiento y competitividad (Pulido y Sánchez, 2010). Lo que se quiere lograr al realizar la propuesta para la mejora del servicio en la agencia, se busca rescatar esa exclusividad y calidad en los productos ofrecidos para su proceso de crecimiento en la industria.

7. PLAN DE ACCIÓN

ACTIVIDADES	1ER BIMESTRE	2DO BIMESTRE	3ER BIMESTRE
<ul style="list-style-type: none">➤ Realizar un inventario.➤ Evaluar el estado de los diferentes atractivos.➤ Detectar los factores favorables para la clientela			
<ul style="list-style-type: none">➤ Analizar la percepción de los clientes➤ Consultar experiencias➤ Indagar plataformas digitales			
<ul style="list-style-type: none">➤ Establecer actividades➤ Cotizar gastos➤ Implementar nuevos productos➤ Autoevaluar la implementación			

8. RESULTADOS OBTENIDOS

Se implementó la realización de los objetivos plasmados en la propuesta, se plantea el inventario por medio de la ficha turística adjuntada a continuación, al igual la búsqueda de cometarios mediante plataformas digitales y así visualizar la garantía que podría brindar este atractivo en la agencia, por último, se estableció la descripción de la actividad a realizar, los costos y la duración de estas actividades.

1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Aquanautas						
1.2. Departamento	Magdalena	1.3. Municipio	Santa Marta				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Taganga						
1.5. Administrador o Propietario	Publico						
1.6. Dirección/Ubicación	Inca Inca (Taganga) 11°16'03"N 74°11'27"O						
1.7. Teléfono/Fax							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
20 minutos desde Taganga		Terrestre	Acuático X	Férreo	Aéreo		
1.11. Indicaciones para el acceso:	Se llega de manera terrestre hasta taganga y desde allí se toma una lancha con dirección a Inca Inca donde se realizara la actividad de aquanautas						
2. CARACTERISTICAS							
2.2. Descripción:	Se inicia partiendo desde su hospedaje, se desplazan hasta el muelle para iniciar el recorrido vía marítima hasta la playa Inca Inca. Una vez aquí el instructor dará una charla de 15 minutos sobre las normas de seguridad y en general lo que se hará en esta actividad. Posteriormente se colocan las escafandras de máxima seguridad que es una especie de casco sellado donde se puede respirar a través de un tubo de aire debajo del agua. Una vez se hace la inmersión bajo del mar por unos 15 minutos entre 4 a 7 metros de profundidad podrá disfrutar de la sensación única de caminar debajo del océano y maravillándose de toda la vida marina						
PUNTAJE DE VALORACION							
CALIDAD							
Estado de Conservación (21)	21						
Constitución del Bien (21)	21						
Representatividad General (28)	25						
Subtotal	67						
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	18						
TOTAL	85						





AQUANAUTAS



Transporte privado
Lancha
Almuerzo
Aquanautas

\$250000
Inicia 9pm
Retorno 4pm



Adri Moreno escribió una opinión (nov. de 2021)
Bogotá, Colombia • 1 aporte



Muy recomendado

Opinión sobre: **Buceo con casco en Aquanautas en San Andrés**

Es una experiencia genial!! Digna de repetirse. En todo momento se está acompañado de un guía y la sensación de tener tanta fauna marina alrededor es simplemente maravillosa! Además, las personas encargadas de la actividad son muy amables. Muy recomendado!!

[Leer menos](#) ▲

Fecha de la experiencia: noviembre de 2021

Tipo de viaje: Viajé



JRCJ1968 escribió una opinión (2 de may)
Santiago, Chile • 29 aportes • 10 votos útiles



Experiencia de dulce y agraz

Es una excelente opción para recorrer parte del fondo marino, en lugar del buceo. El tiempo es suficiente para tener una grata experiencia, aunque tus oídos puedan sufrir por el cambio de presión, a pesar de las recomendaciones. Por otra parte, creo que deberían incluir en el...

[Leer más](#) ▼

Fecha de la experiencia: abril de 2022

CITY TOUR

- > Transporte privado
- > Entradas
- > Recorrido Taganga
- > Lancha Playa Grande
- > Buceo Taganga
- > Almuerzo
- > Recorrido centro histórico
- > Coctel de camarón

\$300000

Inicia 8am
Retorno 5pm

9. AUTOEVALUACION

Se adquieren conocimientos contables como los cuales no se contaban, se llevaba el registro contable de los transportes a la tripulación, mediante platillas físicas que diariamente se realizaba monitoreo por medio de los jefes al igual que los encargados por parte del hotel, la relación de los tours vendidos y el porcentaje de participación con que contaba el hotel, cada venta se realiza mediante un Boucher y con esto se hace la relación de las ventas, todo esto reforzó los conocimientos en el paquete office, el Excel tenía es muy importante en la contabilidad de la empresa. También el manejo herramientas como lo son el radar de los vuelos a nivel internacional. Se debe destacar la oportunidad y e, conocimiento adquirido de como operar una agencia d turismo y transporte, el manejo el personas, el trabajo en equipo y el desempeño realizado para con las ventas

10.RECOMENDACIONES GENERALES

En general se recomienda el prestar más atención al cliente, así saber que necesidades presentan al momento de realizar el tour, acatar quejas o buenos comentarios con el fin de mejorar o de implementar sus opiniones, al igual estar abiertos a nuevas ofertas de proveedores

11. CONCLUSIONES.

El proyecto de grado tiene como finalidad ayudar a la empresa RUTA CARIBE VIP S.A.S. en su estructura crecimiento en cuanto a proveedores y este sea un fuerte en sus ventas y de esta manera se puedan obtener buenos resultados para la ceración de otros puestos en la ciudad, en hoteles o no está de más, a nivel nacional

Después de elaborar el plan de innovación y creación del nuevo portafolio turístico en la empresa, se considera viable implementarlo, contando con el apoyo de los altos mandos al igual de los empleados que son los encargados de realizar la venta y el ofrecimiento de la actividad turística, en cuanto a la implementación de los nuevos productos ya realizados, ahora el deber ser es comprometerse a mantener la percepción de innovación y a que se venía manejando, la de calidad, al igual se debe aprovechar, explotar y potenciarlo para que este demuestre los resultados que un principio se plasmaron.

BIBLIOGRAFÍA

Universidad del Rosario.

Directora Ejecutiva del Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología (OC

AGUILERA, M., ANTONIO, O., BARCO, R., REINA, Y., & VILLA, V. (2018). "Boletín Económico Regional Costa Caribe" IV trimestre de 2017". Banco de la República. AGUILERA, M., BERNAL, C., & QUINTERO, P. (2006). "Turismo y Desarrollo en el Caribe Colombiano". Cartagena: Banco de la República- Centro de Estudios Económicos Regionales (CEER).

AGUILERA, M., REINA, Y., OROZCO, A., YABRUDY, J., & BARCO, R. (2013). "Composición De La Economía De La Región Caribe De Colombia. Banco de la República "- Ensayos Sobre Economía Regional.

12. ANEXOS

