

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM
RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
2	TÍTULO DEL PROYECTO	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA AGENCIA DE VIAJES TURISMO DEL MORROSQUILLO EN LA CIUDAD DE MONTERÍA, CÓRDOBA
3	AUTOR(es)	VICTOR ANDRES HERNANDEZ MERLANO
4	AÑO Y MES	NOVIEMBRE DEL 2014
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	VIRGILIO RAMON; UNIVERSIDAD DE LA SABANA, INSTITUTO DE POSTGRADOS FORUM BOGOTA D.C
6	DESCRIPCIÓN ABSTRACT	<p>Creating branch TOURISM Morrosquillo in Monteria is a necessary resource to not only sell packages if alternating the possibility of "Selling the company." This means selling, its values, its culture and its human talent and this is a fundamental tool in the same, characterized by his personality and his deep commitment to quality and teamwork.</p> <p>From the beginning the travel agency TOURISM Morrosquillo aims to create a world-class agency that surpass in quality to other agencies located in the first level. Given that the future of an organization depends on the object, the quality policy, the market and who is it for the product or service; since there is a diversity of needs and lifestyles of customers. From there a consumer-oriented vision is essential to bring a company to a high level of excellence and competitiveness.</p> <p>Also TOURISM Morrosquillo addition to offering a broad portfolio of packages, is proposed to have an excellent team of customer service are what contribute to the image of the organization, as they are the first to come into contact with consumers determine their level of satisfaction.</p>
7	PALABRAS CLAVES	Turismo, Viajes, Agencia, Clientes, Cultura.
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL	UNA AGENCIA CON UN SECTOR COMERCIAL Y TURISTICO
9	TIPO DE ESTUDIO	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
10	OBJETIVO GENERAL	Establecer la factibilidad de crear una sucursal de la agencia de viajes turismo del Morrosquillo en la ciudad de montería córdoba.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> * Analizar la ciudad de Montería, para determinar la necesidad de la creación de una sucursal de la agencia de viaje turismo del Morrosquillo. * Elaborar una investigación de mercado que permita establecer un criterio objetivo de análisis frente a la situación actual, así mismo estudiar aspectos claves como precio, plaza, producto, promoción, necesidades, gustos y sus diferentes variables. * Identificar la competencia y oferta en el sector para poder crear una agencia de turismo diferente y que cumpla con las necesidades de sus clientes. * Elaborar un estudio financiero que determine la viabilidad de crear una sucursal de la agencia de viajes turismo del Morrosquillo.
		La creación de la sucursal de TURISMO DEL MORROSQUILLO en la ciudad de Montería es un recurso necesario no solo para vender paquetes de viajes si no que alterna la posibilidad de "Vender la compañía." Esto significa vender, sus valores, su cultura y su talento humano siendo este una herramienta fundamental de la misma, que se caracterizan por su personalidad y su profundo compromiso con la calidad y el trabajo en equipo. Desde el principio la agencia de viajes TURISMO DEL MORROSQUILLO se propone crear una agencia de categoría internacional que superara en calidad a las demas agencias

12	RESUMEN GENERAL	ubicadas en un primer nivel. Teniendo en cuenta que el futuro de una organización depende del objeto de la política de calidad, del mercado y a quien va dirigido el producto o servicio; ya que existe una diversidad de necesidades y estilos de vida de los clientes. De allí que una visión orientada al consumidor es esencial para llevar a una empresa a un alto nivel de excelencia y competitividad. Así mismo TURISMO DEL MORROSQUILLO además de ofrecer un amplio portafolio de paquetes de viajes, se propone contar con un excelente equipo de atención al cliente que son los que contribuyen a crear la imagen de la organización, ya que son los primeros en entrar en contacto con los consumidores determinando su nivel de satisfacción.
13	CONCLUSIONES.	<p>A pesar que la demanda del turismo es creciente, está asociada con destinos muy determinados, en el caso de ciudades del exterior, lo que se convierte en un pilar fundamental para posicionar a la empresa turismo del Morrosquillo.</p> <p>La demanda existe, por lo tanto la viabilidad de la creación de la sucursal de la agencia de TURISMO DEL MORROSQUILLO en montería tendría buena acogida por la calidad y la variedad de los paquetes de viajes.</p> <p>Por otro lado los estudios realizados, son herramientas suficientes para determinar que la creación de la empresa de turismo del Golfo de Morrosquillo si es factible, pues aunque su creación genera riesgos, los beneficios que produce son mayores. Pero si el mercado se comporta bajo las condiciones expuestas en el Proyecto, la empresa no incurrirá en un riesgo significativo, aunque se deben tener en cuenta las barreras e impactos por la entrada de nuevos competidores, así como evaluar constantemente los cambios en el sector.</p> <p>El Proyecto resulta viable desde el punto de vista sectorial, técnico, administrativo, Financiero y contable, siempre y cuando se cumplan los presupuestos de ventas e ingresos que sustentan la proyección ya que se pudo determinar que los ingresos que se generaran en la empresa durante los primeros 5 años de vida del proyecto son suficientes para visualizar nuevos mercados y expandir el proyecto.</p>
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>Andrés y Roger, 1994, citados por Malaver, g. (2013) Ecosistemas. Recuperado de: http://ecosistemascurso801.blogspot.com/2013/09/factores-bioticos-y-abioticos.html</p> <p>Bancoldex (2011). Dinámica del Sector Turismo en Colombia. visitado 5 de junio a las 11:50 pm. Recuperado de: http://anif.co/sites/default/files/uploads/Dic5-11.pdf</p> <p>Bird, L. y Molinelli, J. 2011. La biodiversidad. Visitado 3 de junio a las 9:15 pm. Recuperado de: http://alianzageografica.org/leccionbiodiversidad.pdf</p> <p>Bravo Ángela, Rincón David (2013) Estudio de competitividad en el sector turismo en Colombia, Bogotá. Recuperado de: http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4269/1020746197-2013.pdf;jsessionid=F8F5AA0ED6DAE80002E110DB725C0106?sequence=5</p> <p>Casadevall, et al., (2009) Turismo sostenible. Visitado 6 de junio a las 7:45 pm Recuperado de: http://www.slideshare.net/Planificatur/el-turismo-sostenible-tema-1</p> <p>Flores, D. Barroso González, M. Pulido Fernández, J. (2011). La demanda turística internacional medio siglo de evolución. España. Recuperado de: http://xivrem.ujaen.es/wp-content/uploads/2012/05/104-R-155M228.pdf</p> <p>El informador. Visitado 5 de junio a las 10:05 pm. Recuperado de: http://www.elinformador.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=25100:turismo-tercera-parte-de-la-economia-de-colombia&catid=39:columnas-de-opinion&Itemid=399 kira-1018 (2008)</p> <p>Ventajas Y Desventajas Del Turismo En Colombia. Recuperado de: http://kira-1018.blogdiario.com/1202263920/turismo-en-el-mundo/</p> <p>Montaner, Antich y Arcarons (1998). Diccionario de turismo. p.369</p> <p>OMT (2011) ¿Por qué el turismo? recuperado de: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/3024_13952.pdf</p> <p>——— (2013). El turismo internacional mantendrá un crecimiento fuerte en 2013</p>