

**“Creación De Una Empresa Que Fomente El Turismo Para Las Provincias De Oriente y De
Neira En Boyacá”.**

Por:

Luz Ángela Arévalo

Rafael Bernal Calderón

Luisa Yineth Chamarravi

José Eulices Ramos

Daniel José Rosero

Presentado A:

Dr. Pablo Andrés Mendoza

Grupo: 110011_18

Universidad Nacional Abierta Y A Distancia.

Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas Y De Negocios

Gestión del Marketing para el Emprendimiento Social

Diciembre, 2018

“Creación De Una Empresa Que Fomente El Turismo Para Las Provincias De Oriente y De Neira En Boyacá”.

Problemática Social

El Valle de Tenza como lugar de actuación de este proyecto empresarial de tipo social, forma parte del Departamento de Boyacá al estar conformado principalmente por dos Provincias: Oriente, con los Municipios de Guateque (capital de provincia), Chivor, Guayatá, La Capilla, Somondoco, Sutatenza, Tenza y Almeida y la provincia de Neira, con los Municipios de Garagoa (capital de provincia), Chinavita, Macanal, Pachavita, Santa María y San Luis de Gaceno.

Toda esta región no dispone en su totalidad, de información institucional (atractivos naturales, inventario de prestadores de servicios, infraestructura, seguridad, conectividad), ni información comercial de los prestadores de servicios turísticos (nombre de la empresa, nombre administrador, dirección, teléfono, correo, web, servicios ofrecidos, capacidad, tarifas, estado respecto a Registro Nacional de Turismo - RNT). La región del Valle de Tenza ha venido trabajando para ser un destino turístico de naturaleza que cuente con atractivos y servicios disponibles al turista, los cuales han sido parte en el aporte de proyectos de turismo, que buscan preparar a las diferentes Mi pymes de la cadena de valor del ecoturismo.

El valle de Tenza es una región geográfica y cultural ubicada entre los departamentos colombianos de Cundinamarca y Boyacá. El Valle de Tenza es atravesado por la Cordillera Oriental (Colombia) por esa razón tiene un terreno muy quebrado y una gran variedad de climas que van desde el frío páramo hasta el cálido llano. Es rica en fauna y flora. Sus principales actividades comerciales se basan en la agricultura y minería, siendo el café uno de los productos más importantes, es recorrido por muchos ríos y quebradas tales como Macheta, Sunuba y Garagoa los cuales desembocan en la Represa de Chivor una de las más importantes productoras de electricidad que abastecen a gran parte del país. Las principales cabeceras son Garagoa y Guateque. El valle de Tenza tiene una población aproximada de más de 60.000 habitantes.

En esta región se encuentran los municipios de Tibirita, Machetá y Manta en Cundinamarca; Guateque, Guayatá, Somondoco, Tenza, Sutatenza, Almeida, Chivor y La Capilla en la provincia boyacense de Oriente; Garagoa, Chinavita, Macanal, Pachavita, San Luís de Gaceno y Santa María, de la provincia de Neira.

Provincia De Neira

La provincia de Neira se encuentra localizada en la zona sur oriental del departamento, limita por el sur con los departamentos de Cundinamarca y Meta, por el oriente con el departamento de Casanare, por el norte con las provincias de Lengupá y Márquez, y por el occidente con la provincia de Oriente. Se encuentra conformada por seis municipios y abarca 1.388 Km² que corresponden al 6% del territorio departamental.

Extensión territorial de los municipios de la provincia de Neira

MUNICIPIO	EXTENSIÓN (KM2)	TOTAL POBLACION	DENSIDAD HAB/KM2
Chinavita	142	3.741	26.34
Garagoa	208	16.520	79.42
Macanal	198	4.705	23.76
Pachavita	66	3.102	47
San Luis de Gaceno	246	6.383	25.94
Santa María	528	4.635	8.77
TOTAL PROVINCIA	1.388	39.086	28.15
TOTAL DEPARTAMENTO	23.185	1.255.311	54.13

Esta provincia junto con la de Oriente, son conocidas por encontrarse en ellas la Represa de Chivor y ser la ruta alterna al llano, que durante muchos años ha servido para comunicar a la capital de la república con la Orinoquia Colombiana cuando se presentan problemas en la vía Bogota-Villavicencio.

Dinámica Demográfica De La Provincia De Neira

La población humana comparte con las demás especies vivas procesos de su organización biológica. Como estas nace, se reproduce, muere y se desplaza en un territorio, lo cual es conocido como dinámica demográfica la cual puede ser identificada, luego de analizar detenidamente cada uno de sus componentes principales como son: natalidad, mortalidad, estructura por edad y sexo, inmigración, emigración y distribución territorial.

Tamaño de la Población

El tamaño de la población se convierte en uno de los elementos básicos en la planeación, ya que aunque por sí sólo no puede ser evaluado como un número de habitantes adecuado o no para el municipio, es la variable base para la determinación de equilibrios o desequilibrios al relacionarse con datos como la situación financiera, el área del territorio, los bienes existentes a fin de determinar entre otros: la capacidad del municipio para atender las demandas de sus habitantes, déficit de vivienda, equipamiento e infraestructura pública y las actividades que potencialmente podrían desarrollarse.

Provincia de Oriente

Los municipios de Tenza, Sutatenza, Somondoco, Guateque y Chivor pertenecientes a la Provincia De Oriente, esta se localiza en la zona suoriental del departamento, el nombre que recibe esta provincia se debe a la designación que tenía la provincia creada en el siglo XIX y de la cual se desprendió la provincia de Neira que se encuentra en la zona oriental del departamento, cuentan con gran riqueza natural, son reconocidos por sus hermosos paisajes, la calidez de su gente, el desarrollo comercial en cuanto a las artesanías de Tenza con la cestería y Somondoco con la alfarería y por sus grandes y afamados escritores en el caso de Guateque.

La provincia de oriente es una región cultural y geográfica ubicada en el lado suroccidental del departamento de Boyacá, está conformada por ocho municipios de los cuales Guateque es la capital provincial, tiene un terreno muy quebrado y climas desde el frío páramo hasta el cálido llano, cuenta con mucha riqueza en flora y fauna, con una población que supera más de 60.000 habitantes su actividad económica primordial es la agricultura y la minería, las numerosas quebradas y ríos que allí nacen son afluentes de la represa de Hydrochivor, uno de los embalses de generación de energía más importante del país.


Caracterización Destino Valle de Tenza, Colombia.

No	Municipio	Principal vocación de turismo	Actividad turística
1	Chinavita	Turismo de Naturaleza	Ecoturismo
2	Chivor	Turismo de Naturaleza	Ecoturismo
3	Garagoa	Turismo de Naturaleza	Ecoturismo
4	Guateque	Turismo Cultural	Ferias y eventos culturales
5	Guayatá	Turismo Cultural	Ferias y eventos culturales
6	La Capilla	Turismo de Naturaleza	Ecoturismo
7	Macanal	Turismo de Naturaleza	Ecoturismo
8	Pachavita	Turismo de Naturaleza	Aventura
9	Santa María	Turismo de Naturaleza	Ecoturismo
10	Somondoco	Turismo Cultural	Ferias y eventos culturales, Gastronomía
11	Sutatenza	Turismo Cultural	Ferias y eventos culturales, Artesanías
12	Tenza	Turismo Cultural	Ferias y eventos culturales, Artesanías

La región del Valle de Tenza cuenta principalmente con escenarios naturales con vocación turística como sus Reservas y Parques Naturales, Cascadas (práctica de Rapel), Senderos, Miradores (práctica de Parapentismo), 20 especies endémicas de aves, un Centro Regional para la Rehabilitación de Fauna Silvestre Alto Andina y 16 túneles en jurisdicción de Macanal, Chivor y Santa María (al borde del Embalse La Esmeralda).

Asimismo, cuenta principalmente con atractivos culturales (ferias culturales, agroindustriales, esculturas homenajeando las labores del campo - San Isidro Labrador), gastronomía (mogolla Guayatuna, chicharrones de cuajada), artesanías (chin, fique, calceta de plátano) y talleres demostrativos (proceso de siembra, preparación de amasijos), entre muchos más. (Blanco Amaya, 2015)

Perfil Municipios de la Región del Valle de Tenza, Boyacá Colombia.

PROVINCIAS:	Oriente y Neira		Panorámica Embalse La Esmeralda, Colombia. Fuente: Blanco, J. (2010).	
MUNICIPIOS:	Guateque, Chivor, Guayatá, La Capilla, Somondoco, Sutatenza y Tenza. Garagoa, Chinavita, Macanal, Pachavita y Santa María.			
AÑOS DE FUNDACIÓN:	1.537 (Tenza, Somondoco) + Antiguos (478 años) 1.944 (Santa María) + Reciente (71 años)			
AÑOS EREGIDO MUNICIPIO:	1.709 (Tenza) + Antiguo (306 años) 1.990 (Chivor) + Reciente (25 años)			
FUNDADOR(ES):	Ciudadanos ilustres y sacerdotes católicos.			
GENTILICIO:	Valletenzano(a)			
DISTANCIAS DESDE TUNJA:	Guateque 115 Km (vía Sisga-Guateque) Garagoa 70 Km (vía Jenesano-Garagoa)			
DISTANCIAS DESDE BOGOTÁ:	Guateque 103 Km (vía Sisga-Guateque) Garagoa 123 Km (vía Sisga-Guateque)			
ALTITUDES:	850 m.s.n.m. a 1.985 m.s.n.m.			
TEMPERATURAS:	17 °C a 24 °C promedio			
EXTENSIÓN TOTAL:	1.398,31 Km ²			
Extensión Urbana:	23,1 Km ²			
Extensión Rural:	1.375,21 Km ²			
LÍMITES:	Norte: Provincia de Márquez (Boyacá). Sur: Departamento de Cundinamarca y Meta. Oriente: Provincia de Lengupá (Boyacá). Occidente: Departamento de Cundinamarca.			
DEMOGRAFÍA TOTAL:	75.186 habitantes			
Demografía Urbana:	31.129 habitantes			
Demografía Rural:	44.057 habitantes			
VIAS DE ACCESO:				
Aéreas:	No posee por la topografía.			
Terrestres:	Desde Bogotá: La Caro - El Sisga - Guateque. La Caro - El Sisga - Guateque - Las Juntas - Garagoa.	RESEÑA HISTÓRICA: Varios municipios (Chinavita, Chivor, Guayatá, La Capilla, Macanal, Pachavita, Santa María, Somondoco, Sutatenza) fueron fundados ya que buscaban independizarse, porque les quedaba lejos asistir a los oficios religiosos del municipio más cercano. En otros municipios (Garagoa, Guateque, Tenza) tienen origen prehispánico.	ARTESANÍAS: Artículos en fique (cabuyas, accesorios, miniaturas), en amero, barro (vasijas), guadua, talla en madera y bambú (miniaturas, accesorios), talla de esmeraldas, cestería en chfn, crin de caballo, calceta de plátano, empaques artesanales, decoración de semillas.	
	Vía 1 desde Tunja:			Tunja - Villapinzón - El Sisga - Guateque. Tunja - Villapinzón - El Sisga - Guateque - Las Juntas - Garagoa.
	Vía 2 desde Tunja:			Tunja - Jenesano - Tibaná - Chinavita - Garagoa. Tunja - Jenesano - Tibaná - Chinavita - Garagoa - Las Juntas - Guateque.
Fluviales:	Puerto Bata en el Embalse La Esmeralda.			GASTRONOMÍA: Amasijos a base de maíz y sagú (mogolla Guayatuna, arepas), café excelso, lácteos (chicharrones de cuajada), trucha, el Avio (yuca, papa, frijol, arepa, carne oreada, huevo, pollo campesino y arroz), carne a la llanera, sancochos.

Escenario Económico

Colombia está trabajando para consolidarse como un destino turístico de talla mundial. Grande progreso ha dado el país en un intento por promocionarse como destino turístico en el exterior, misión que fue delegada por mandato presidencial a Proexport Colombia. Como resultado de su gestión se ha visto que el país ha obtenido crecimientos significativamente altos en la categoría de turismo internacional.

El pronóstico de la OMT (Organización Mundial del turismo), para el periodo de año 2009 señala que, el turismo receptivo internacional decrecerá en un 2,0%, y el turismo receptivo de los mercados europeo, asiático y norteamericano ha decrecido en el periodo de enero a febrero de 2009. Mientras que el mercado Sur Americano reporta un crecimiento del 3,9% para este mismo período.

Según Proexport el turismo receptivo internacional colombiano ha registrado un crecimiento compuesto anual del 15% entre el 2002-2007. El crecimiento de este turismo para el 2008 fue del 2,3% con respecto al 2007 y en el primer semestre del 2009, reportó un crecimiento del 10,3%. Lo que demuestra que a pesar de la actual crisis mundial; nuestro país a diferencia de otros mercados reporta un notorio crecimiento que lo consolida como un sector prometedor en la economía colombiana. El país emisor de turismo internacional con mayor número de viajeros llegados a Colombia es Estados Unidos seguido por Venezuela y Ecuador; de la Unión Europea el país con mayor número de viajeros llegados a Colombia fueron España, Francia, Italia y Alemania. Estos emisores son mercados importantes para el país, por tal razón nuestra Agencia de viajes operadora focalizará sus esfuerzos en clientes de talla internacional que tengan conexión con estos mercados. Sin descuidar el cliente nacional, como lo son aquellas agencias de viajes y turismo, además de los mayoristas que operen en Bogotá y que tengan usuarios extranjeros. (Barragan Gallo & Martinez Roa, 2010)

Objetivos

Objetivo General

Identificar la viabilidad de la creación de una empresa de fomento de turismo para las Provincias De Oriente y De Neira En Boyacá

Objetivos Específicos

- Divulgación del destino a nivel regional, departamental y nacional en el cual se promueva la belleza y riqueza de sus paisajes.
- Promoción de la práctica del ecoturismo teniendo en cuenta la existencia de escenarios naturales, especies endémicas, senderos adecuados, entre otros.
- Generar estrategias de sensibilización a fin de dar a conocer, preservar y promocionar el patrimonio natural existente
- Promover el turismo enfocado a realizar actividades culturales como la visita al Monumento de San Isidro Labrador, el Monolito homenaje a las Heroínas, el Busto homenaje a Simón Bolívar, y el Museo Arqueológico, y Artesanías (Crin de Caballo y Chin), Fiestas de Mitaca, Día del Campesino, Ferias artesanales y gastronómicas
- Evaluar la idea de unión familiar, laboral y escolar y el aprovechamiento del medio ambiente como objeto creativo y como instrumento de marketing
- Investigar el grado de predisposición a la compra del servicio.
- Elaborar el Modelo de Negocio CANVAS
- Elaborar un Pich para la idea de negocio propuesto

Justificación

La creación de una empresa de Turismo que motive a las personas del país a visitar la región, una propuesta que implique factores importantes como los son el turismo religioso, turismo cultural, turismo rural, agroturismo, ecoturismo y turismo de aventura, un enfoque de tipo especial de turismo que incorpore los aspectos culturales, sociales, y económicos en su oferta y demanda de bienes y servicios.

Con esto se busca rentabilizar económica y socialmente la región donde se desarrolla, y se centra en que las personas viajan con la intención de desarrollar actividades turísticas que les permitan acercarse y comprender culturas distintas, conocer los estilos de vida, costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y monumentos de la región.

Así mismo, contribuir al crecimiento y desarrollo del Valle De Tenza a través de la creación de una empresa que fomente el turismo hacia esta región del Departamento de Boyacá. Así mismo, que propenda por la generación de empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes y, por consiguiente, por el desarrollo económico y social de la región.

Metodología

En la realización de esta investigación fue utilizado un enfoque cuantitativo, en el cual su principal característica es la utilización de números y la interpretación de gráficas con sus respectivas tablas, todo ayudado por la estadística. La encuesta se realizó en el presente año a personas que viven en la provincia de Neira y Oriente, con edades entre 15 a 65 años, obteniendo resultados favorables para el proyecto.








Enfoque Metodológico

En el transcurso y realización de la presente investigación se utilizó un enfoque metodológico basado en métodos y técnicas cuantitativas y cualitativas. Se aplicaron como instrumento la encuestas, La técnica de la encuesta facilitó en gran parte la obtención de datos relevantes y

honestos por parte de personas seleccionadas. Con los demás instrumentos cualitativos se logró la obtención de datos interesantes y valiosos para la ejecución del proyecto.

Contexto de la Investigación.

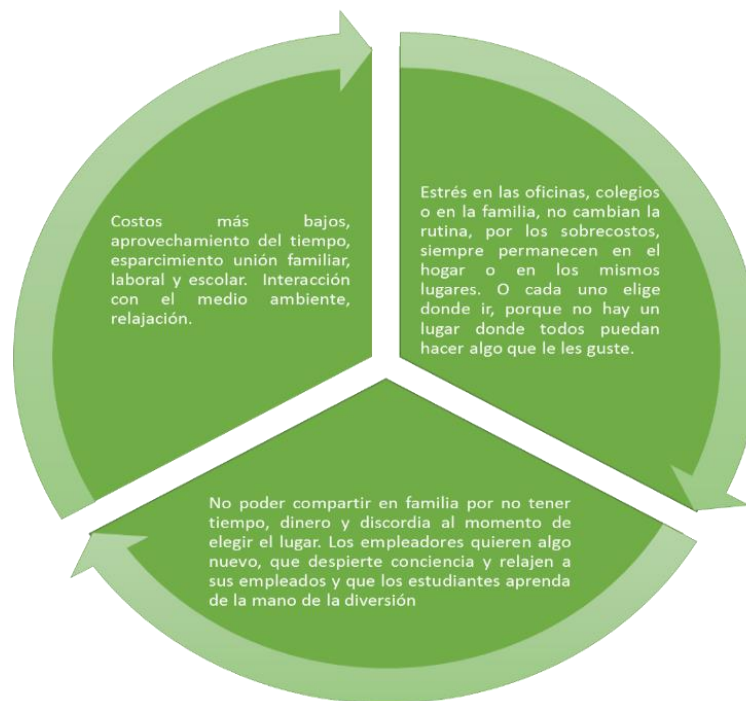
La situación que fue objeto de estudio en esta investigación fue la viabilidad en la “Creación De Una Empresa Que Fomente El Turismo Para Las Provincias De Oriente y De Neira En Boyacá”, Influenciado principalmente por gustos y preferencias en actividades para promover el ecoturismo, turismo de aventura, entre otros, enmarcado en la preservación y conservación del medio ambiente, del mercado objetivo al definir con certeza lo bueno y lo malo de conocer y experimentar planes similares que se esperan realizar en un solo lugar como juegos extremos, caminatas a senderos ecológicos, cabalgatas entre otras, que normalmente se pueden realizar, pero por separado en varios lugares de Colombia.

 <p>Socios Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresas de Transporte • Oficinas de fomento de turismo • Alcaldías • Hoteles • Restaurantes • Fontur • Realizar una alianza estratégica con empresas de turismo reconocidas a nivel nacional • Realizar alianzas con empresas que presten el mismo servicio • Inversionistas • Alianzas estratégicas con los Municipios (Alcaldías), a fin de tener acceso a los diferentes lugares ecológicos por visitar, actividades de cuidado y mantenimiento de las mismas y la promoción del servicio 	 <p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer el mercado y los servicios que presta la competencia a fin de potencializar los nuestros • Elaborar el mapa de empatía • Implementar acciones de marketing verde • Implementar acciones de marketing cultural • Implementar acciones de marketing digital • Efectuar acciones de Inbound • Efectuar acciones de Acción Branding • Implementar Neuromarketing • Capacitación y formación de profesionales turísticos • Promover el turismo ecológico o ecoturismo en el cual se 	 <p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesores en línea • Tarifas preferenciales • Comodidad • Variedad • Servicio • Información en línea de primera mano • Paquetes de viajes personalizados y proyectados de acuerdo a los requisitos de cada cliente • Proponer servicios diferenciados que aporten un valor agregado al cliente • Apoyar iniciativas que mejoren la sostenibilidad ambiental de la comunidad. • Actividades culturales y recreativas • Ofrecer lugares de esparcimiento para disfrutar solo o con la familia, que podrán disfrutar en armonía con el medio ambiente, con los siguientes servicios: entretenimiento, juegos extremos, cabalgatas, senderos ecológicos, restaurantes de comida típica, sitios culturales • Visitas guiadas por el Embalse la Esmeralda, cascadas, siete reservas naturales (Mamapacha, Cristales, Castillejo, Cuchilla Negra, Guanaque), parques naturales (El Sinai, las llanadas, Bosque El Robledal), la Reserva de Aves Periquito Aliamarillo, El Centro Regional Para La Rehabilitacion y manejo de fauna silvestre Alto Andina, Caminos Reales y Senderos. 	 <p>Relación con Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesoría Personalizada • Trato especializado • Efectuar atención de respuesta rápida para las quejas, reclamos y sugerencias. • Integración del cliente en las operaciones • Comunicación efectiva con los clientes 	 <p>Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirigido a personas entre 15 a 60 años de edad, hombres y mujeres, con ingresos superiores a dos (2) salarios mínimos de estratos 3 a 6. Familias, instituciones educativas, empresarios, trabajadores independientes, turistas y excursionistas extranjeros comunidad en general, que deseen darse espacios de descanso, tranquilidad, conexión con la naturaleza y el medio ambiente.
 <p>Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos • Impuestos • Servicios • Vinculación laboral profesionales especializados • Instalaciones locativas • Actividades de promoción • Asociados a celebración de contratos de outsourcing • Asociados a celebración de convenios de colaboración empresarial • Nómina de empleados • Pago de pólizas – seguros • Pago publicidad (emisoras, periódicos, web, tv) 		 <p>Fuente de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas directas de planes turísticos • Ventas en línea • Promociones • Venta por datafono • Nuevos inversionistas • Desembolso de créditos • Apoyo de entidades promotoras de turismo 		

Perfil Del Segmento De Clientes

<ul style="list-style-type: none">• Caminatas ecológicas.• Juegos extremos.• Comidas típicas.• Cabalgatas.• Hospedaje tranquilo.• Historia y cultura.	<ul style="list-style-type: none">• Interacción con el medio ambiente.• Historia. Cultura, y cuidado del cuerpo.• Relajación.• Diversión y esparcimiento.• Unión familiar, laboral o estudiantil.• Felicidad.
	<ul style="list-style-type: none">• Desunión familiar.• Falta de apropiación por el cuidado y los beneficios de un ambiente sano.• Sobrecostos.• Estrés.• Monotonía.• Enclaustramiento.

Mapa valor



Perfil Del Segmento De Clientes

GENERACIÓN	CARACTERÍSTICAS	MI CLIENTE
Generación X (35-49, años)	<ul style="list-style-type: none"> *En forma, saludable.*pagan más por comida saludable. *Tiempo en familia. *Prefieren lo seguro. *Dinero *Su medio de información predilecto es la televisión. 	FAMILIA
Millennials (21-34, años)	<ul style="list-style-type: none"> *En forma, saludable.*pagan más por comida proteínica. Comen muy poco en casa. No les afecta pagar un costo elevado. *Tiempo en familia, no es tan importante, son muy importante los amigos. *Les gusta la adrenalina. Lo nuevo. *Dinero (hacer). *Su medio de información predilecto es la televisión o el internet. 	COLEGIOS/ UNIVERSIDADES
Generación X (35-49, años)	<ul style="list-style-type: none"> *En forma, saludable.*pagan más por comida saludable. *Tiempo en familia. *Prefieren lo seguro. *Dinero *Su medio de información predilecto es la televisión. 	EMPRESAS

Árbol Del Problema



Estructura del Pitch

Nombre de la Idea

“Creación De Una Empresa Que Fomente El Turismo Para Las Provincias De Oriente y De Neira En Boyacá”

Página Web

www.ecoturismo.com

¿Que hacemos?

Motivar a los potenciales clientes para que adquieran los paquetes turísticos en una oferta muy variada, de escenarios naturales con vocación turística como los que se encuentran en las Provincias de Oriente y Neira, como sus Reservas y Parques Naturales, Cascadas (práctica de Rapel), Senderos, Miradores (práctica de Parapentismo), 20 especies endémicas de aves, un Centro Regional para la Rehabilitación de Fauna Silvestre Alto Andina y 16 túneles en jurisdicción de Macanal, Chivor y Santa María (al borde del Embalse La Esmeralda).

¿Por que?

Hoy en día son más las personas que buscan espacios de conexión con la naturaleza que permite disfrutar de las maravillas que ofrece, deleitarse con el aroma de los campos, la majestuosidad de la naturaleza y pasar un rato agradable en compañía de tus seres queridos, alejado de la cotidianidad y del estrés de la ciudad.

¿Cuál es la Solución?

Ofrecer paquetes turísticos que promuevan la Provincia de Neira y Oriente, con sus atractivos turísticos, ecológicos y culturales y que fomenten el descanso, la tranquilidad, el aprendizaje de nuevas culturas.

¿Cuáles son los Beneficios?

Tranquilidad

Conexión con la naturaleza

Momentos para recordar

Compartir con la familia

¿Porque nosotros?

Somos una empresa Boyacense con amplia experiencia en el sector turístico, que se proyecta hacia nuevos mercados como el turismo de aventura y el ecoturismo

Contamos con un equipo altamente calificado y con expertos en turismo de aventuras; así mismo, contamos con socios estratégicos conocedores del sector. Así mismo, ofrecemos experiencias fascinantes para los viajeros que deseen conocer la gran riqueza natural, paisajes, la calidez de su gente, el desarrollo comercial en cuanto a las artesanías de Tenza, escenarios naturales con vocación turística como sus Reservas y Parques Naturales, Cascadas (práctica de Rapel), Senderos, Miradores (práctica de Parapentismo), 20 especies endémicas de aves, un Centro Regional para la Rehabilitación de Fauna Silvestre Alto Andina y 16 túneles en jurisdicción de Macanal, Chivor y Santa María (al borde del Embalse La Esmeralda).

LINK DE VIDEO:

https://drive.google.com/open?id=1zDvIHg6_rMYBaT-_S9nfVmFifVoDqrm

Conclusiones

Factores como son las nuevas exigencias del mercado, la implementación de tecnologías y globalización, entre otros, exigen la generación de proyectos competitivos, que generen mayores oportunidades de crecimiento económico y social para las regiones propendiendo por el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de las regiones.

Bibliografía

Gestiopolis. (s.f.). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-negociacion-tipos-etapas-y-tecnicas-efectivas/>

Kotler, P., & Bown, J. (2011). *Aptae*. Recuperado el 3 de noviembre de 2018, de http://www.aptae.pe/archivos_up/0097-296954524-marketing-turistico.pdf

Escuela Internacional De Neurociencia y Empresa. (1 de marzo de 2018). Escuela Internacional De Neurociencia y Empresa. Obtenido de <https://www.escoeuniversitas.com/turismo-neuromarketing-y-neuroturismo/>

Barragan Gallo, P., & Martinez Roa, A. (2010). *Universidad Javeriana*. Recuperado el 20 de Octubre de 2018, de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9215/tesis296.pdf?sequence=1>

Blanco Amaya, J. A. (2015). Repositorio UPTC. Obtenido de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2024/1/TGT-677.pdf>