

INFORME PRÁCTICA EMPRESARIAL- NORTH AMAZON TRAVEL, INIRIDA



JORGE ALBERTO GAMEZ AGUILAR

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2018

INFORME PRÁCTICA EMPRESARIAL- NORTH AMAZON TRAVEL, INIRIDA

JORGE ALBERTO GAMEZ AGUILAR

Informe final de práctica presentado como requisito para optar a título de profesional en
Negocios Internacionales

Asesor

ALFONSO CANÓNIGO GALVIS

Profesional en Comercio Exterior

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

VILLAVICENCIO

2018

Autoridades Académicas

FRAY JUAN UBALDO LÓPEZ SALAMANCA, O.P.

Rector General

P. MAURICIO CORTES GALLEG0, O.P.

Vicerrector Académico General

P. JOSÉ ARTURO RESTREPO RESTREPO

Rector Sede Villavicencio

P. FERNANDO CAJICÁ GAMBOA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Adm. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Doc. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Nota de Aceptación

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Director Trabajo de Grado

EDISON ORLANDO GARZÓN CESPEDES

Jurado

ALFONSO CANONIGO GALVIS

Jurado

Villavicencio 10 de octubre de 2018.

Agradecimientos

Esta etapa que he culminado, lo defino como un proceso de transformación integral y personal que experimente en la Universidad Santo Tomas Villavicencio. En agosto del año 2013 ingresó al programa de negocios internacionales una persona distinta, con una formación educativa completa, con la satisfacción de haber desarrollado competencias importantes en el campo de las relaciones interpersonales con cada uno de los compañeros estudiantes, con el equipo docente y con el cuerpo administrativo de la facultad.

Quiero hacer un reconocimiento a cada una de las personas que contribuyeron comprometidamente en el desarrollo de las actividades universitarias a lo largo de estos 5 años, a mis padres Jorge Gamez y Clara Aguilar por el respaldo incondicional y permanente día a día para culminar la educación profesional, al Joropo que me permitió desarrollar mi talento musical con cada uno de los grandes artistas de la Música llanera en pro de capitalizar recursos económicos para ésta importante inversión que hoy se ve reflejada en un título profesional.

Para configurar la mentalidad de los seres humanos en sintonía de abundancia, se debe tener claro el proceso de SER, HACER Y TENER, definitivamente lo que diferencia las personas proactivas y ganadoras es la acción, planear, ejecutar y lograr resultados. En éste caso tengo la fortuna de haber sido, haber hecho y haber logrado ser profesional en Negocios Internacionales en una de las instituciones más importantes del país.

Gracias mis aliados por hacer parte del triunfo que también es de ustedes, también tuve la oportunidad de aplicar todo el conocimiento adquirido en clases por grandiosos docentes en mi empresa EL BUNKER BAR, quien ha sido el escenario perfecto para ejecutar la teoría y ser testigo principal de lo primordial que es la parte técnica en procesos empresariales reales y por ultimo a NORTH AMAZON TRAVEL & HBC por la confianza total.

Contenido

	Página
RESUMEN	9
INTRODUCCIÓN	11
1 OBJETIVOS	12
1.1 Objetivo General	12
1.2 Objetivos Específicos.....	12
2 PERFIL DE LA EMPRESA	13
2.1 Oferta Comercial	13
2.2 Aporte Social.....	14
2.3 Valores Corporativos	14
2.4 Objetivos Estratégicos.....	14
2.5 Nuestros Clientes.	15
2.6 Propuesta de Valor	16
2.7 Reto Empresarial para desarrollo de Región.....	17
2.8 Aspectos Económicos	17
2.9 Datos Industria de Turismo.....	17
2.10Aspectos del mercado que atiende	19
3 CARGO.....	21
3.1 Funciones	21
4 APORTES EMPRESARIALES.....	22
5 APORTES PROFESIONALES	23
CONCLUSIONES	25
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	26

Lista De Ilustraciones

	Página
Ilustración 1. Oportunidades del Turismo Amazo-Orinoquia	16
Ilustración 2. Llegadas de Turistas Internacionales	18
Ilustración 3. Entrada Extranjeros a Colombia	18
Ilustración 4. Pronostico de Viajeros extranjeros no residentes	19
Ilustración 5. Visita del Embajador de Holanda al Guainía.....	24

Glosario

- **GOBERNANZA:** “las interacciones y acuerdos entre gobernantes y gobernados, para generar oportunidades y solucionar los problemas de los ciudadanos, de igual forma para construir las instituciones y normas necesarias teniendo en cuenta la coordinación, cooperación y concertación”. (territorioindigenaygobernanza.com)

EMERGENTES: “Son aquellos destinos cuyo turismo no está desarrollado ni el destino está condicionado para tal, pretende planificar un desarrollo sostenible de la mano con el menor impacto ambiental posible”. (Gerencie.com, 2017)

- **PERMACULTURA:** “Permacultura es un término genérico para la aplicación de éticas y principios de diseño universales en planeación, desarrollo, mantenimiento, organización y la preservación de hábitat apto de sostenerse en el futuro.”. (Holger Hieronimi ene. / feb. 2008. tierramor.org).

- **ECOTURISMO:** “Ofreciendo soluciones a largo plazo vinculadas al mercado, el ecoturismo proporciona incentivos económicos efectivos para conservar y mejorar la diversidad biocultural y ayuda a proteger el patrimonio natural y cultural de nuestro hermoso planeta”. (ecoticias.com)

- **BONGO:** Embarcación fabricada originalmente en madera con capacidad de más de doce personas para el transporte por los ríos que conforman la Orinoquia y la amazonia. (enciclopedia_universal.esacademic.com).

- **ECONOMÍA SOLIDARIA:** Es la participación de todos los eslabones de la cadena de valor que conforma una actividad económica, donde las partes terciarias al ejercicio, se benefician directa o indirectamente por la naturaleza de la dinámica. (economiasolidaria.org)

Resumen

North Amazon Travel & HBC es una empresa legalmente constituida y comprometida con el desarrollo económico sostenible y responsable dentro del territorio identificado como la amazonoquía, implementando y liderando el sector del ecoturismo y todas sus ramas que lo conforman (aviturismo, pesca deportiva, senderismo, etnoturismo, turismo verde) apostándole a la creación de nuevas alternativas económicas en pro del crecimiento del departamento del Guainía.

El Guainía es el 5to departamento con más extensión de tierra en toda la geografía nacional, y a su vez, con menos población de los 32, se ha catalogado como uno de los destinos emergentes para el desarrollo de turismo dentro del marco de buenas practicas

Este documento permite un informe detallado de la gestión y logros alcanzados por la empresa NORTH AMAZON TRAVEL & HBC, con la asesoría y conocimiento aplicado por un estudiante de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás, como una opción formal para crear una economía sólida por medio del turismo ambiental y sus ramas.

Palabras Clave: Gestión, Asesoría, Economía, Soluciones, Turismo, Ambiental.

Abstract

North Amazon Travel & HBC is a legally constituted company committed to the Sustainable and responsible economic development within the territory identified as the Amazon-Orinoquia, implementing and leading the ecotourism sector and all its branches that make it up (bird tourism, sport fishing, hiking, ethnotourism, green tourism) betting on the creation of new economic alternatives in favor of the growth of the department of Guainía.

The Guainía is the 5th department with the most extension of land in all the national geography, and in turn, with less population of the 32, has been cataloged as one of the emerging destinations for the development of tourism within the framework of good practices.

This document allows a detailed report of the management and achievements of the company NORTH AMAZON TRAVEL & HBC, with the advice and knowledge applied by a student International Business School of Santo Tomás University, as a formal option to create a solid economy through environmental tourism and its branches.

Keywords: Management, Advice, Economy, Solutions, Tourism, Environmental.

Introducción

Este informe en detalle describe el desarrollo del estudiante en su pasantía dentro de la organización NORTH AMAZON TRAVEL & HBC, con fines comerciales turísticos con enfoque muy importante como es su objetivo el mercado internacional del turismo. Cabe resaltar las funciones realizadas por el practicante como gestión ante organizaciones nacionales e internacionales de la industria del turismo sostenible para nuevos destinos emergentes; de igual forma, labores de lobbismo en pro de la gestión de recursos para el Departamento del Guainía

Estos espacios funcionan de gran manera para determinar las competencias en conocimiento y ejecución de los practicantes que debe tener claro el panorama laboral y la dinámica del comercio de índole internacional, nacional y regional. El momento actual por el que atraviesa nuestro país, es una oportunidad de suma importancia, teniendo en cuenta que los ojos del mundo nos catalogan como uno de los destinos biodiversos por excelencia, multicultural y atractivos con la situación de posconflicto.

La formación profesional promovida por la Universidad Santo Tomás tiene un alto impacto positivo en la región Orinoquia, para fomentar nuevos espacios de crecimiento social, económico y crítico, que permitan brindar soluciones alternativas a las realidades que se presentan en el país. El trabajo en equipo de la Universidad con las empresas aliadas que permite prácticas para estudiantes, es una estrategia muy acertada para el crecimiento integral de ambas partes.

1 Objetivos

Internacionalizar la región Orinoquia utilizando como canal el turismo para exportar servicios a la demanda extranjera con altos estándares de calidad.

1.1 Objetivo General

Ampliar el panorama del mercado del turismo y sus ramas en pro de la generación de economía sostenible para el departamento del Guainía.

1.2 Objetivos Específicos

- Emplear las nuevas tendencias del marketing internacional (neuro-marketing) en pro del desarrollo turístico del Guainía como destino Emergente.
- Identificar la demanda internacional y su crecimiento en Colombia en los últimos dos años
- Analizar todos los aspectos normativos, comerciales, culturales y sociales del destino emergente para brindar una <seguridad> al mercado extranjero

2 Perfil de la empresa

North Amazon Travel & HBC (NAT&H) es una empresa legalmente constituida, tiene como objeto social ser prestadora de servicios turísticos, agencia de viajes, operador turístico interviniendo en toda la cadena de valor de una dinámica de la industria para el Departamento del Guainía, ofreciendo de ésta manera la posibilidad de conocer las maravillas de la Tierra de Muchas Aguas.

Ésta empresa es líder en el mercado del turismo en ésta región de Colombia, cuenta con Registro Nacional de Turismo #50427 expedido por el Ministerio de Comercio, industria Turismo de Colombia a través de la Cámara de Comercio de Villavicencio que es la entidad encargada de los registros mercantiles con jurisdicción para Vichada, Guainía, Vaupés, Meta y Paratebueno Cundinamarca.

Aprovechando el desarrollo de las tecnologías, redes y la tendencia de los canales virtuales, NAT&H se encuentra fácilmente en los portales más visitados comercialmente por concepto de turismo verde, ecoturismo y turismo de aventura en plataformas internacionales, para de ésta manera captar mercado extranjero.

2.1 Oferta Comercial

Teniendo en cuenta la riqueza etnográfica, cultural, natural, hidrográfica y gastronómica, estos son los servicios que ofrece NAT&H para los clientes y visitantes al Guainía:

- Aviturismo (avistamiento de aves)
- Ecoturismo
- Senderismo
- Pesca Deportiva
- Etnoturismo (contacto con comunidades indígenas)
- Turismo aventura
- Ruta de Humboldt (turismo científico)

2.2 Aporte Social

El desarrollo y éxito de ésta empresa está ligado al aporte que pueda generar para el entorno donde se genera toda la dinámica real del turismo, implementando conceptos como Gobernanza, economía solidaria donde prima la inclusión social y comercial de las comunidades indígenas, campesinas, colonos y todos los que participan directa e indirectamente del ejercicio.

2.3 Valores Corporativos

- **Respeto:** Valorar los intereses y necesidades de los demás, aceptando que pensamos y actuamos de forma diferente.
- **Responsabilidad:** Cumplir los compromisos adquiridos para hacer las cosas bien desde el principio hasta el final.
- **Colaboración:** Aportar lo mejor de cada uno, sumando esfuerzos y talentos que nos permitan crecer como personas y como Organización.
- **Honestidad:** Realizar nuestro trabajo con transparencia, rectitud y lealtad para generar confianza y credibilidad ante nuestros compañeros y Cliente.
- **Servicio:** Generar experiencias positivas con nuestros Clientes asumiendo con pasión y compromiso nuestro rol y nuestras responsabilidades.

2.4 Objetivos Estratégicos.

- Ser la empresa líder en la ampliación del mercado turístico en el Departamento.
- Hacer crecer los márgenes de rentabilidad ofreciendo la mejor experiencia.
- Brindar todas las garantías normativas y legales de un servicio internacional.
- Disminuir el impacto ambiental al entorno del desarrollo comercial.
- Incrementar semestralmente el volumen de visitantes extranjeros al Departamento.
- Articular el tejido empresarial de los eslabones de la cadena de valor del turismo del Guainía, para vender la región como destino turístico con mayor frecuencia de viajeros en Colombia.
- Crear alianzas estratégicas con agencias internacionales para abrir canales de viajeros extranjeros a éste destino amazónico.

2.5 Nuestros Clientes.

North Amazon Travel & HBC tiene como objetivo comercial, brindar un espacio totalmente novedoso y con una amplia oferta turística. Las múltiples actividades a realizar nos permiten caracterizar y clasificar a cada grupo de clientes potenciales.

- Oferta educativa:
 - Este segmento está enfocado para colegios, universidades y a fines, con el objetivo de brindar conocimiento respecto a las actividades ambientales, culturales y comerciales para los visitantes.
- Oferta Ecoturística:
 - Este nicho de mercado está enfocado para personas interesadas en tener interacción con la naturaleza de manera dirigida y guiada, visitando lugares pocos perturbados por el hombre con el fin de conectar con el medio ambiente y sensibilizarse culturalmente.
- Oferta Cultural
 - El consumidor está enfocado en generar nuevos espacios sacrificando su bienestar y comodidad personal con el fin de entender la naturaleza, nutrirse de paz y energía pura, entender las costumbres de las diversas culturas del Guainía haciendo intercambios experienciales con los nativos y demás turistas de la región.
- Oferta Comercial
 - Esta parte busca generar nuevas experiencias en el visitante; de esta manera se han diseñado múltiples actividades de entretenimiento para toda la familia. Desde zonas lúdicas (restaurantes, discotecas, bares, playa) senderos ecológicos, tienda de productos de la región, experimentales y demás actividades.

2.6 Propuesta de Valor

- Tener contacto directo con la naturaleza

Sitios alejados de las grandes ciudades donde puedan “nutrirse” de la paz y energía que representa estar en contacto con áreas naturales, así como su flora y fauna, estos lugares pueden no contar con una gran infraestructura.

- Interesado en conocer diferentes formas de entender y vivir la vida (busca un intercambio cultural).
- Sin lugar a dudas una de las características más importantes en el Eco turista es su conciencia ambiental y social. Más allá de buscar evitar causar un daño a la comunidad receptora, también intentan reducir el impacto negativo que factores externos pudieran causar.

A continuación veremos el comportamiento de la demanda de los países con mejor situación económica por concepto de divisa, y que tienden a visitar destinos con características que NAT&H ofrece en el mercado.

Oportunidades de turismo Amazo-Orinoquía



Ilustración 1. Oportunidades del Turismo Amazo-Orinoquia, Adaptado de la Revista de oportunidades del MIN TIC de Colombia.

2.7 Reto Empresarial para desarrollo de Región

Éste es un proyecto motor para la organización general de la dinámica de ecoturismo en la región, se pretende ser el modelo pionero en esta clase de servicios en el departamento.

Según el plan de desarrollo departamental, éste reto enmarca las apuestas más ambiciosas, en cuanto a actividad económica, del Plan de Desarrollo Departamental. El aprovechamiento responsable y sustentable del potencial natural y ecológico del departamento es la puerta al desarrollo del Guainía. Para esto es necesario incentivar la cultura ciudadana del turismo, implementar el plan sectorial de turismo, construir la infraestructura básica para dicho plan, promocionar y divulgar la cultura y la riqueza ambiental en el nivel nacional e internacional para la tendencia extranjera de turismo para destinos emergentes con sostenibilidad ambiental. (Plan de Desarrollo Departamental Del Guainía)

2.8 Aspectos Económicos

Gracias al Posconflicto y a toda la tendencia de desarrollo de industria en Colombia, tras la caída considerable del petróleo que se registró a inicios del año 2015, fue un paso fundamental para buscar nuevas alternativas económicas para el País. De acuerdo con la cuenta de viajes y transporte de pasajeros, Colombia logró el año pasado ingresos por US\$5.787,72 millones -la más alta en la historia del país-, mientras que en 2016 alcanzó los US\$5.490,52, cifra entregada por el Banco de la República, después de que realizó ajustes al monto provisional (US\$5.688 millones).

Fuente: (<http://mincit.gov.co>) 2018

2.9 Datos Industria de Turismo

En 2017 la región que recibe el mayor número de turistas en el mundo es Europa, por su parte, América se encuentra en 3er lugar. De los países de América, Colombia está entre los 5 países con mayor flujo migratorio con una participación de 0,31% del total de llegadas en el mundo.



Ilustración 2. Llegadas de Turistas Internacionales. Adaptado de Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO).

- **Llegadas de extranjeros a Colombia:** Durante el mes de agosto, las llegadas de extranjeros no residentes crecieron 18,3% respecto al mismo mes del año anterior. En lo corrido del año aumentaron 35,5%, lo que implica un incremento de 720.062 viajeros.

	2017	2018	Var 18/17
Agosto	310.182	366.858	18,27%
Enero - Agosto	2.030.028	2.750.090	35,47%

Ilustración 3. Entrada Extranjeros a Colombia. Adaptado de Migración Colombia, cálculos OEE

- **Pronostico del Sector:** Acerca del número de entradas de extranjeros no residentes, se espera que para septiembre de 2018, llegue un aproximado de 324.770 viajeros, lo que indica un aumento del 7,5% respecto al mismo mes del año anterior, y un aumento de 6,94% respecto a agosto de 2018.



Ilustración 4. Pronostico de Viajeros extranjeros no residentes. Adaptado de Migración Colombia. Estimación Oficina de Estudios Económicos (OEE)- MinCIT

2.10 Aspectos del mercado que atiende

El turismo de naturaleza y aventura es uno de los productos prioritarios en la estrategia de promoción internacional de esta organización para incrementar la llegada viajeros extranjeros, la cual está alineada con el propósito del Gobierno Nacional de convertir a la industria turística en el principal generador de empleos y divisas del país.

El ecoturismo es una modalidad de turismo sostenible y Colombia está dando pasos importantes en esa materia. El país cuenta con ocho normas técnicas creadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y con la guía de buenas prácticas para prestadores de servicios en turismo de naturaleza, elaborada por el Programa de Transformación Productiva (PTP).

Algunos empresarios de sector reciben a viajeros extranjeros de diferentes latitudes del planeta para enseñarles los paisajes colombianos y mostrarles cómo las comunidades encuentran en el turismo una fuente de empleo y contribuyen a la conservación de sus ecosistemas y la protección de los hábitats. (Procolombia, 2017)

El 2017 es el año del turismo sostenible, declarado así por la Organización Mundial del

Turismo, y esto coincide con el primer año del posconflicto. Esta coyuntura favorece la percepción que tienen los extranjeros sobre el país y es una oportunidad que debemos aprovechar para que más turistas decidan visitarnos: asegura el presidente de ProColombia, Felipe Jaramillo. (Procolombia, 2017)

3 Cargo

En el cargo de aprendiz universitario se debe llevar a cabo actividades que se confíen y guarden relación directa con la especialidad de la formación académica, cumpliendo con las indicaciones que la empresa en representación del jefe directo señale.

3.1 Funciones

Las funciones realizadas en el cargo de aprendiz universitario, fueron:

1. Gestión Comercial.
2. Relación Social en representación de la Empresa.
3. Lobbismo.
4. Asesor para la innovación en la prestación del servicio turístico.
5. Desarrollador de la Marca para plataformas virtuales.
6. Diseñador de estrategias publicitarias.
7. Ejecutor de campañas de Neuro - Marketing
8. Capacitación en protocolo de Servicios para el sector turismo.
9. Representante del Sector Turismo Guainía
10. Consejero de la Asociación de prestadores de servicios turísticos.

4 Aportes empresariales

Los aportes para North Amazon Travel & HBC, tanto para la organización y para el sector de turismo del departamento fueron los siguientes:

- 1.** Generación de Valor para el portafolio de servicios que ofrece NAT&H para clientes potenciales y visitantes.
- 2.** Creación de concepto empresarial para cada una de las actividades de la dinámica del turismo, creando una experiencia totalmente satisfactoria para las expectativas de los visitantes
- 3.** Liderar la conformación de la Asociación de Prestadores de servicios turísticos del Departamento del Guainía en donde nuestro representante Legal el Señor Hugo Mateus, se desempeña como presidente y el Pasante Jorge Gamez Aguilar se desempeña como Consejero para dicha Asociación.
- 4.** Ejecutar procesos de concertación con las comunidades indígenas implicadas en el proceso de recepción de turistas y viajeros, para lograr una articulación positiva en pro del proceso ecoturístico en todo el territorio con las rutas específicas.
- 5.** Crear cultura y conciencia para los habitantes del Guainía, teniendo como norte de desarrollo económico y social a través del ecoturismo, turismo sustentable y turismo con responsabilidad social. De ésta manera, quitándole espacio a las exploraciones mineras y posicionando el turismo como primer renglón de la economía de la Región.

5 Aportes profesionales

El espacio de la práctica empresarial realizada en North Amazon Travel & HBC, se define como un acuerdo donde el estudiante adquiere experiencia laboral y la empresa adquiere un panorama global en el que puede trascender el mercado sin límites.

La vinculación del Estudiante Gamez Aguilar a la organización NORTH AMAZON TRAVEL & HBC fue de suma importancia para el crecimiento organizado, acelerado y sólido en varios campos de la empresa, con miras a los estándares de calidad que exige el mercado extranjero en temas de turismo.

Para un turista internacional viajar seguro, representa que la agencia de viajes con la que ha realizado todas sus aventuras, tenga toda la normatividad en temas de alianzas con las organizaciones operativas en los destinos donde el cliente pretende realizar sus vacaciones. Es muy importantes que empresas como NAT&H tenga al día el tema normativo para que las agencias internacionales puede abrir canales constantes con frecuencia considerable de extranjeros para el Guainía, estos requisitos son:

- Rutas certificadas.
- Guías Certificados.
- Operadores Turísticos Certificados.
- Pólizas y Seguros.
- Agencias Certificadas.
- Registro Nacional de Turismo.
- Documentación Local.
 - Certificado de Sanidad.
 - Certificado de Bomberos.
 - Uso de Suelos (para la sede u oficina).
 - Registro mercantil (cámara de comercio de Villavicencio).
 - Industria y comercio.

Gracias a las labores de gestión y lobbismo por parte el practicante, se ha logrado establecer convenios con empresas del centro del país para abrir la frecuencia de turistas en el departamento del Guainía, convenios con ESENCIA LLANERA que preside Javier Rincón. Convenios con la universidad del Valle del Cauca en Cali para que sus estudiantes de las carreras afines con el contacto con la naturaleza y con las etnias indígenas de la región, tengan la oportunidad de palpar la realidad por medio de NAT&H.

Incluso en la labor de gestión lobbismo en pro del desarrollo del Guainía, el practicante Jorge Gamez logró un acercamiento con el gobierno Holandés por medio de la Cámara de Comercio Colombo-Holandesa, para un convenio de cooperación internacional para el posconflicto, dentro del marco de un programa llamado SEGURIDAD RURAL, donde el país europeo puso del 80% de la financiación del programa y la Gobernación del Guainía el 20% restante. 12 comunidades indígenas se vieron beneficiadas con brigadas de salud rural y creación de puestos de salud modernos, donde era precario cubrir estas zonas por distancias y costos.



Ilustración 5. Visita del Embajador de Holanda al Guainía. Tomado de: la Oficina de Prensa de la Gobernación del Guainía (Facebook.com/JavierZapata).

Conclusiones

Es muy acertado que los estudiantes de negocios internacionales puedan aportar significativamente a las empresas de la región Orinoquia, con el fin de internacionalizar sus servicios y/o productos para beneficio de la economía regional y nacional. Aprovechando la era virtual para romper las barreras culturales, de idioma, de distancias y para hacer crecer el tejido empresarial de ésta media Colombia.

En éste caso se alcanzaron todos los retos establecidos por la empresa, con la asesoría integral de un profesional en formación con el fin de acrecentar mercado, rentabilidad, conocimiento y creación de concepto y marca.

Fundamental el trabajo mancomunado entre Academia y Empresas, donde el estudiante se mide competitivamente a la realidad del mercado, y de igual forma la empresa obtiene una visión amplia y diferente de las oportunidades que ofrece el comercio internacional en todos los campos.

El vehículo del turismo es la forma más importante de vender el segundo país con mayor biodiversidad del mundo, con pisos térmicos distintos, con ecosistemas de diferentes características, con una riqueza hidrográfica infinita para ofrecer al mundo. Colombia después del fin de conflicto, debe visionar una nación donde el turismo sea el renglón número uno en la economía, y de esta manera proteger los recursos minero energéticos, creando economía solidaria a lo largo y ancho de la geografía nacional.

Referencias bibliográficas

- Arana, L. (2013). *Tipos de estrategias de mercadeo*. Obtenido de Gestipolis:
<https://www.gestipolis.com>
- Banco Finandina. (27 de 08 de 2017). *Inducción Corporativa, Proceso de Calidad*. Obtenido de conectabfa.com:
https://www.conectabfa.com/Portals/0/documentos/aula_capacitacion/INDUCCION%20CORPORATIVA/3.%20Proceso%20de%20Calidad.pdf?ver=2017-08-28-114255-377
- Conexiónesa. (17 de Marzo de 2017). *La estructura organizacional funcional*. Obtenido de esan.edu.pe: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/03/la-estructura-organizacional-funcional/>
- Debitoor. (2017). *¿Qué es el contrato de leasing?* Obtenido de debitoor.es:
<https://debitoor.es/glosario/definicion-de-leasing>
- Elena. (23 de Noviembre de 2017). *Piramide de Marlow*. Obtenido de depsicologia.com:
<https://depsicologia.com/piramide-de-maslow/>
- Gerencie.com. (18 de 10 de 2017). *CDT ¿Qué es?* Obtenido de gerencie.com:
<https://www.gerencie.com/cdt.html>
- González, Ó. C., & Arciniegas, J. A. (09 de 2016). *Sistema de Gestión de Calidad: Teoría y prácticabajo la norma ISO:2015*. Bogotá: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/09/Sistemas-de-gestio%CC%81n-de-calidad-1ra-Edicio%CC%81n.pdf>
- Procolombia. (2017). *Sala de Prensa*. Obtenido de prensa.procolombia.co:
<http://prensa.procolombia.co/>