

**Datos Generales**

<b>Proyecto</b>	Portal Turístico “Vive Barranquilla”: Herramienta Tecnológica para Incentivar el Desarrollo Turístico de la Región Caribe.		
<b>Estado</b>	INACTIVO		
<b>Semillero</b>	UNIAUTONOMA		
<b>Área del Proyecto</b>	Ciencias Sociales	<b>Subárea del Proyecto</b>	Turismo
<b>Tipo de Proyecto</b>	Proyecto de Investigación	<b>Subtipo de Proyecto</b>	Investigación Terminada
<b>Grado</b>	Pregrado	<b>Programa Académico</b>	Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
<b>Email</b>	Nataly.Kafruni@uac.edu.co	<b>Teléfono</b>	3015085005

**Información específica**

**Introducción**

INTRODUCCIÓN. Hoy en día, las personas prefieren adquirir sus servicios turísticos o de negocios a través del Internet y desde la comodidad de sus hogares; la mayoría recurren a Internet para realizar sus búsquedas antes de remitirse a libros de rutas, mapas, entre otros. La adquisición de servicios desde Internet se sigue estableciendo como una práctica diaria de todos los usuarios de la red. Esto demuestra la viabilidad del portal, ya que los clientes están dispuestos a acceder a servicios a través de portales web. La idea principal con este proyecto es diseñar una página web denominada “Vive Barranquilla”, donde los usuarios puedan encontrar toda la información respecto de las diferentes fiestas y actividades que se realizan en Barranquilla en las distintas épocas del año, el plus de esta página con respecto de otras es que el usuario tendrá la posibilidad de crear sus propios paquetes turísticos, comprar en línea, escoger sus actividades favoritas permitiendo que el usuario tenga una mayor relación con las actividades que deseen realizar, los usuarios también contarán con todos los servicios básicos necesarios para el disfrute de su viaje como tiquetes, hoteles, restaurantes entre otros, actividades que se pueden realizar dentro y fuera de la ciudad, medios de transporte, vías de accesos, clima, rutas, y la información requerida para que su viaje sea inolvidable. De esta manera el usuario podrá conocer la ciudad con información más clara y detallada de los servicios que puede adquirir antes, durante y después de su estadía en este destino. Vive Barranquilla busca a través del uso de herramientas tecnológicas, incentivar el turismo en la ciudad de Barranquilla, permitiendo ofrecer un servicio completo y totalmente novedoso donde el usuario elegirá su propio paquete turístico sin la necesidad de disponer mucho tiempo en la búsqueda de estos, se logrará de esta manera incentivar el turismo interno del departamento, con ayuda en las políticas de seguridad que permiten hoy en día a los colombianos movilizarse por las carreteras y dirigirse a los destinos que desea dentro del país sin temor alguno. Este portal se encuentra dirigido a personas mayores de edad, de los estratos 3,4,5 y 6, con interés por conocer el país e invertir en actividades turísticas dentro de Colombia, con una vida laboral estable, con poco tiempo disponible para comprar servicios turísticos en un punto de venta físico, por lo cual utilizan el internet como mejor herramienta y se encuentran acostumbrados a realizar compras por este medio debido a que buscan comodidad, calidad, y efectividad en los servicios que adquieren. Por lo tanto se encaminó este producto a diferentes grupos de mercados, los cuales fueron divididos en el segmento familia, juvenil y laboral. El portal turístico es una oportunidad para el conocimiento de la tierra Colombiana. Tierra de encantos culturales, recreativos, de esparcimiento y de negocios; tierra de sol, brisa, mar, moda y desarrollo histórico deportivo, comunicativo y científico. Ayudando a describir lo que somos, lo que ofrecemos, las rutas que necesitan nuestros huéspedes para disfrutar la belleza de los paisajes, la calidad humana de la gente y el patrimonio cultural, arquitectónico, material e inmaterial de esta bella región costera de nuestro país.

**Planteamiento**

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN. Actualmente el internet es una herramienta muy utilizada al momento de indagar sobre una búsqueda específica, siendo accesible para la mayoría de la población, jugando un papel muy importante dentro del sector turístico, debido a que ofrece información detallada acerca de cualquier actividad o destino de interés. De acuerdo con las nuevas tendencias en ventas turísticas según la firma ComScore, las personas prefieren adquirir sus servicios turísticos o de negocios a través de Internet desde la comodidad de sus hogares; la mayoría recurren a Internet para realizar sus búsquedas antes de remitirse a libros de rutas, mapas, entre otros. La adquisición de servicios desde Internet se sigue estableciendo como una práctica diaria de todos los usuarios de la red. Asimismo cada vez se aumenta el número de personas con acceso a internet, este servicio dejó de ser para algunos privilegiados o para jóvenes, según un estudio de la Comisión de Regulación de Comunicaciones, “en septiembre de 2010 había 20,7 millones de ciudadanos conectados, una cifra que equivale al 46% de la población y que posiciona a Colombia como el tercer país con mayor penetración en toda Latinoamérica, después de Chile y Argentina...” Sin lugar a dudas esto representa una ventaja para el proyecto, ya que muestra que el producto turístico va a llegar a más usuarios que se encuentran dentro del target o segmento al que vamos dirigidos. El turismo es una actividad dinámica que se adapta al momento en que se desarrolla, lo que ha hecho que las tecnologías de la información se adapten e integren en este sector. “Una de las necesidades del usuario turístico es la información y se exige que esta sea a tiempo real y de la mejor calidad posible. Cada vez este usuario está más informado y es más exigente, lo que hace que el internet se convierta en un recurso imprescindible en nuestros días” Por otro lado, el departamento del Atlántico como auténtico territorio Caribe, posee un extraordinario ecosistema por tener una privilegiada posición costera, permitiendo tener un sin número de ventajas ofreciéndole al visitante el deleite de los atractivos de esta región. Su capital Barranquilla “Puerta de Oro de Colombia”, es una ciudad que brinda al turista una oferta diversificada no solo de festividades, sino de cultura, gastronomía e historia, además de un sector de turismo de salud y de negocios. Sin embargo, se observa que el departamento del Atlántico posee una deficiencia en cuanto a esta información turística, debido a que no existe una recopilación de datos de los paquetes turísticos actualizada y completa, dificultando al usuario una búsqueda factible acerca de cómo realizar el turismo en esta localidad. En este portal web los usuarios podrán encontrar toda la información respecto de las diferentes fiestas y actividades que se realizan en Barranquilla en las distintas épocas del año, el plus de esta página web con respecto de otras es que el usuario tendrá la posibilidad de crear sus propios paquetes turísticos, comprar en línea, escoger sus actividades favoritas permitiendo que el usuario tenga una mayor relación con las actividades que deseen realizar, además de esto los usuarios también contarán con todos los servicios básicos necesarios para el disfrute de su viaje como tiquetes, hoteles, restaurantes entre otros, asimismo de la información de las actividades dentro y fuera de la ciudad, medios de transporte, las vías de accesos, clima, tiquetes rutas, y la información requerida para que su viaje se vuelva inolvidable. De esta manera el usuario podrá conocer la ciudad con información más clara y detallada de los servicios que puede adquirir antes, durante y después de su estadía en este destino. Se busca desarrollar alianzas con nuestros proveedores (hoteles, restaurantes, agencias, servicios de transporte), para lograr descuento por parte de ellos y de esta manera llevarle al cliente un precio que se ajuste a sus necesidades y que logre ser competitivo. Se pactarán tarifas comisionables con los proveedores, el cual será establecido como nuestro margen de utilidad, además nuestros aliados podrán tener publicidad en nuestra página sin ningún costo, ya que sólo pagarán cuando se generen ventas. Se proyecta que “Vive Barranquilla” se convierta en un producto de especialidad donde el cliente encuentre productos como hoteles, restaurantes, museos, atractivos, empresas encargadas de actividades turísticas, entre otros que sean puntuales, productos de calidad entre otras características, que nos permitan diferenciarnos y satisfacer de la mejor manera las necesidades del consumidor. La creación de un portal web con los atractivos turísticos de Barranquilla es una excelente oportunidad de negocio, debido a que es un sector en desarrollo y con una necesidad identificada: acceso a información y facilidades para el acceso a paquetes turísticos y gracias a la tecnología dispuesta en este siglo, contamos con las herramientas necesarias para ofrecer a nuestros clientes un servicio que le facilite acceder a planes turísticos en esta localidad, reduciendo el tiempo que debe invertir en contratar servicios independientes, tales como transporte, alojamiento, alimentación, entre otros. Es por esto que el objetivo de este proyecto es diseñar un portal turístico que muestre la diversidad de atractivos que ofrece Barranquilla y sus alrededores y a su vez permita que los usuarios puedan crear a través de este portal sus propios paquetes turísticos de acuerdo con sus necesidades. Por consiguiente nacen los siguientes interrogantes: ¿Un portal turístico podrá satisfacer la necesidad que poseen los turistas al momento de crear su paquete turístico en la ciudad de Barranquilla y sus alrededores? ¿Qué aceptación tendrá el portal turístico Vive Barranquilla en los turistas que deseen visitar y crear su paquete turístico en esta ciudad?

### **Objetivo General**

OBJETIVO GENERAL Diseñar un Portal Turístico donde se encuentren expuestos la diversidad de atractivos que ofrece Barranquilla y sus alrededores.

### **Objetivos Específicos**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS • Identificar las necesidades que poseen los turistas al momento de practicar el turismo en la ciudad de Barranquilla y sus alrededores. • Promocionar las actividades turísticas que se realizan en esta localidad. • Elaborar el contenido informativo del portal actualizado, claro y completo, tomando como base la información del inventario de atractivos turísticos del departamento del Atlántico, elaborado por la Universidad Autónoma del Caribe con recursos del Fondo de Promoción Turística del Atlántico.

### **Referente**

. REFERENTE TEORICO Esta investigación se centra en la implementación que sirve de puerta de entrada para brindar al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios relacionados con un tema específico; integrando enlaces, documentos, buscadores, compra electrónica, aplicaciones y foros. Existen diferentes tipos de portales como son: horizontales, verticales, específicos, corporativos y móviles. Los portales horizontales, ofrecen contenidos demandados por el público, son para todo tipo de usuarios e incluyen servicios tales como, el chat, e-mail, espacios webs gratuitos, grupos de discusión, noticias, buscadores e información. Los portales especializados, son demandados por usuarios que buscan un sitio web con un nivel más de experiencia o profesional. Portales verticales, proveen de servicios a un sector en particular y se centran en un tema. Portales corporativos, muestran información de una empresa a sus empleados con acceso a web públicas o a otros sectores de portales verticales, brindan ayudas internas para buscar documentación y permite personalizar la información del portal para diferentes grupos de usuarios. Portales móviles, son sitios que permiten la conexión de internet tanto de teléfonos móviles como de PDA, estos portales se abren camino en las empresas para realizar negocios ofreciendo productos o servicios a los usuarios. Los portales web se basan en tres pilares para atraer al usuario y se manejan de la siguiente forma:

- Información : Buscadores - Directorios - Noticias - Catálogos - Servicios
- Participación: e - mail - Foros - Chat
- Comodidad: Encontrar todo en un espacio.

Dentro de los portales verticales, se encuentran los portales turísticos ya que son sitios web cuya característica fundamental es la de servir de puerta de entrada, para ofrecer al usuario, el acceso a una serie de recursos o atractivos turísticos y de servicios relacionados con un mismo tema. El portal web registra ordenadamente los factores físicos y culturales (atractivos) de una localidad lo que permite conocerlos y de esta forma crear paquetes turísticos para una zona o región. Esta información será tomada del "Inventario de atractivos turísticos del distrito especial industrial y portuario de Barranquilla y a su vez del inventario de atractivos turísticos del Departamento del Atlántico", elaborado por la Universidad Autónoma del Caribe con recursos del Fondo de promoción turística del Atlántico, que sirve como instrumento para facilitar información sobre la ubicación, la descripción del sitio, características geográficas y climáticas, historia, facilidades, servicios, infraestructura, accesibilidad, condiciones ambientales de cada atractivo turístico. En esta herramienta web se registran o se publican los distintos recursos y atractivos turísticos de una localidad, siendo un medio facilitador para los turistas al momento de organizar sus viajes y a su vez como medio de difusión de turismo. Gracias a la globalización, que consiste en la comunicación entre los diferentes países del mundo, buscar su conexión e interdependencia económica, tecnológica, social y cultural, los países comenzaron a preocuparse por una preparación interna, para poder competir con otros países que entraran en su mercado y que fueran de esta manera, un riesgo para su estabilidad económica. Es por esto que los países menos desarrollados encontraron en el turismo el negocio adecuado para competir, buscando de esta manera contrarrestar la extrema pobreza en la que se encuentran. Actualmente, la tecnología nos permite ofrecerles a nuestros clientes un servicio completamente integrado y que se adapta a sus necesidades, por lo tanto con el desarrollo del internet, y las posibilidades que este hoy nos ofrece, los consumidores se han vuelto más exigentes porque conocen la cantidad y variedad de servicios que el internet les puede entregar. Por otra parte, con la aparición de la Web 2.0, hubo un cambio tecnológico, ya que permitió al usuario modificar contenidos e información, permitiendo una mayor interacción entre las computadoras y el ser humano. A nivel internacional se han realizado investigaciones cuyo tema central son los portales turísticos, entre estos se puede destacar el "Estudio de los portales turísticos de Canarias como organizaciones de marketing de destino" (Begoña Betancort, Antonio Ocón & et al.), el cual pretende analizar y valorar de forma cuantitativa y cualitativa, la presencia en internet, en su carácter de destino turístico de proyección mundial, de Canarias, considerada tanto de forma general como individual para cada una de sus siete islas, para ello estudiaron los portales turísticos de cada Cabildo (órgano de administración pública de carácter insular) y el portal turístico oficial del gobierno de Canarias. Esta investigación arrojó como resultado que el sitio web de Tenerife ocupa la primera posición en el ranking de los más visitados por los usuarios, seguido de Gran Canaria y ocupando la última posición Lanzarote. En el año 1999, Águeda, Millán y Molina hicieron un proyecto para "La comercialización de productos turísticos en internet: implicaciones para las agencias de viajes" cuyo objetivo fue analizar las posibilidades de comercialización turística a través de internet, así como su impacto sobre las estrategias competitivas de los intermediarios turísticos tradicionales. Asimismo examinaron la importancia de la información en la actividad de las diferentes empresas turísticas, el perfil de los usuarios de internet y los desarrollos y aplicaciones más recientes en la actividad de las agencias de viajes. Obteniendo como resultado que las agencias de viajes pueden beneficiarse de una mayor utilización de las técnicas y herramientas de la investigación del mercado para poder conocer las necesidades y preferencias de su cliente y determinar cómo explotar mejor las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías en beneficio al cliente, permitiendo la diferenciación y fidelización de la clientela, comunicando al cliente los atributo que conforman el valor agregado diferencial como son: economía, calidad de servicio, profesionalidad. Según el Estudio de Consumo de Internet (ECI), "el internet llega a 20,7 millones de Colombianos, y más del 90% de estos, se conecta a través de conexiones de banda ancha, la penetración de Internet se ve mayormente en los estratos altos, donde alcanza un 80%, mientras que en los medios representa un 60 % y en bajos un 30%, aun así en las dos últimas escalas, encontramos que son cifras que tienden a subir, sobre todo por el crecimiento de los usuarios de telefonía móvil con planes de Internet que hoy son más de 800.000", por lo tanto el Internet se posiciona entonces como el medio más usado y de mayor interés y atención, por ser el medio con la publicidad más entretenida, más creíble, a tiempo y más completa que cualquier otro medio. Pero esta cifra no lo dice tododicho estudio también arrojó que los colombianos son de los usuarios más sofisticados de Latinoamérica y sacan provecho de los beneficios que ésta les brinda. La firma ComScore encontró que en Colombia, los usuarios se conectan en promedio 7,9 horas a la semana, siendo Latinoamérica el continente con los usuarios que más tiempo invierten en Internet, las actividades favoritas de la Web 2.0 son ver y publicar fotografías un 86%, escribir comentarios un 75%, compartir archivos un 45% y ver videos un 37%, aun así, la cultura de la compra en línea es muy baja (41%), los usuarios en Colombia prefieren la compra offline, lo que representa un reto para nuestra empresa, pues nuestro negocio está ligado completamente a compras en línea y debemos buscar dar garantía y la seguridad al usuario final, de poder adquirir sus productos en línea obteniendo mayores y mejores beneficios en reducción de tiempos, costos entre otros sin ningún peligro. Debemos revisar también el interés de los turistas por los destinos que Colombia ofrece, se encontraron cifras muy positivas, revisando la temporada 2009 - 2010, en un 39% creció el número de pasajeros nacionales movilizados entre Enero y Abril de 2010, en comparación al mismo periodo de 2009. El mercado nacional, representa el 80% de la demanda turística del país, concentrada en las principales festividades que se celebran en el país y las temporadas de vacaciones de mitad y fin de año. Revisando viajeros extranjeros, entre Enero y Abril del 2009 llegaron a Colombia 425.082, para el 2010 la cifra aumentó significativamente a 447.112, que escogen como destinos preferidos a Bogotá, Cartagena, Medellín, Cali, San Andrés, Barranquilla, Bucaramanga, Santa Marta, Cúcuta, Pereira entre otros.

## Metodología

Para la realización de este proyecto se trabajó una investigación descriptiva, ya que define, registra, analiza e interpreta una situación actual. Este tipo de investigación permite realizar conclusiones referentes a un caso real y específico, y relacionar dos o más variables con el fin de analizar los resultados a fondo, y obtener conclusiones. Además se utilizó métodos de investigación cuantitativa, aplicada en la elaboración y aplicación de las encuestas, e investigación documental, realizando una revisión bibliográfica de fuentes secundarias como artículos e investigaciones referentes a portales turísticos, páginas web y cybermarketing. El método aplicado para el análisis de las encuestas es el SPSS, software que permite generar diferentes tipos de análisis, tales como: descriptivo, de regresión, de varianza entre otros. A través de este método se pueden analizar series temporales, obtener tablas de frecuencias y realizar gráficos, a su vez ayuda a calcular porcentajes, arroja respuestas para la interpretación, presenta datos de múltiples respuestas, maneja los valores perdidos, cambia sus etiquetas y formatos, permite transformar los datos e incluso crear nueva información sobre la existente, cuenta con diferentes tipos de gráficos exhibiendo la forma de crearlos, modificarlos y/o personalizarlos. Por medio de SPSS se logró diligenciar las encuestas, se obtuvieron los datos para el desarrollo del análisis respectivo, enfocado hacia los objetivos antes mencionados.

**Resultados Esperados**

Después de analizar toda la información encontrada sobre las distintas actividades que se pueden realizar en Barranquilla se puede ver la importancia que tiene este sector del turismo en el país, pues contamos con una oferta importante donde el consumidor a nivel nacional tiene la libertad de escoger las actividades a realizar teniendo a su mano todas las herramientas necesarias, para obtener con facilidad la información sobre la ciudad de Barranquilla. Es importante saber que la proyección que se tiene para este portal en el primer año de funcionamiento es encontrar un punto de equilibrio al mes 7 (siete). Se estima vender 30 paquetes por mes, a un promedio de \$400.000 por cada paquete, por lo tanto se proyecta vender en el primer año (12 meses) 360 paquetes, equivalentes a \$144.000.000, como nuestro margen de utilidad es el 10% de comisión, la ganancia sería en promedio \$14.400.00 el primer año, pero la inversión inicial sería de \$8.000.000, por tanto la utilidad del primer año sería de \$6.4000.000. Además, las ventas se aumentarían en los meses de Febrero y Marzo, debido a que en estas fechas se celebra el Carnaval de Barranquilla, declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, considerado como la fiesta más grande de Colombia, con una frecuentación turística en aumento cada año, tanto de nacionales como de turistas extranjeros. De esta manera de estima que durante esta época las ventas de dupliquen y los paquetes aumenten de valor, debido a que es alta temporada. Por ende se venderían 60 paquetes durante esta temporada a un valor promedio de \$700.000, lo que da como resultado \$42.000.000 en ventas, con una ganancia de \$4.200.000 (10%), los cuales se sumarían a la utilidad del año. Los afiliados a los gremios de Cotelco (Asociación Hotelera y Turística de Colombia) y Acodrés (Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica) consideran que su presencia en internet se puede convertir en una fortaleza para su negocio frente a la competencia con un 66% de aprobación, esto indica que un portal turístico es una herramienta para la promoción de sus empresas frente a las demás. Considerando que el internet es vital para el éxito de su negocio con un 66%. Admiten en un 100% que el internet es un medio factible para atraer más clientes, para impulsar sus negocios. Igualmente opinan en un 100% sobre la importancia de agrupar todos los sitios turísticos existentes en la ciudad de Barranquilla.

**Conclusiones**

Después de analizar toda la información encontrada sobre las distintas actividades que se pueden realizar en Barranquilla se pudo observar la importancia que tiene el sector del turístico en esta zona del país, pues cuenta con una oferta importante donde el consumidor a nivel nacional tiene la libertad de escoger las actividades a realizar teniendo a su mano todas las herramientas necesarias, para obtener con un solo click toda la diversidad turística que ofrece esta ciudad y sus alrededores. “Vive Barranquilla”, es un portal turístico que ayudará a resolver la falta de información turística existente en el Distrito Especial, Industrial y Portuario de Barranquilla y sus alrededores, debido a que no hay un web-site que muestre una información completa y detallada de los atractivos turísticos que posee; con el fin de ofrecer al turista de manera innovadora, los distintos productos turísticos que posee el departamento del Atlántico y su capital Barranquilla, cautivando a las personas para que visiten esta localidad y así mismo consolidar a Barranquilla como destino turístico. “Vive Barranquilla,” es una excelente oportunidad de negocios, pues a través de este se incentiva el turismo dentro del departamento del Atlántico, aprovechando herramientas tecnológicas, aportando al crecimiento estratégico del sector turístico, impulsando a Barranquilla como destino, satisfaciendo una necesidad encontrada y generando utilidad, demostrando que Barranquilla no es sólo carnaval, publicando todas las actividades turísticas que se pueden realizar en esta localidad, con una información más clara y detallada de los servicios que pueden adquirir, y que los interesados puedan crear su paquete turístico de acuerdo a sus condiciones y necesidades, con ayuda de aliados para la seguridad y calidad de la programación de su viaje.

**Bibliografía**

Betancort, B., & ET AL (2008). “Estudio de los portales turísticos de Canarias como organizaciones de marketing de destino”. Disponible en: [http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec/actas/2008/05\\_Estudio\\_portales.pdf](http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec/actas/2008/05_Estudio_portales.pdf) Esteban, A., Millán, A., Molina, A. (1999) “La comercialización de productos turísticos en internet: implicaciones para las agencias de viajes”. Disponible en: <http://externos.uma.es/cuadernos/pdfs/pdf448.pdf> Peláez, M. IMEDIOS MILENIUM (2010). En 2010 se acelerará la revolución digital en Colombia. Disponible en: <http://www.mediosmilenium.com/34-sala-de-prensa/noticias-de-nuestros-clientes/216-en-2010-se-acelerara-la-revolucion-digital-en-colombia> Marqués, P. (1999). “Los espacios web multimedia: tipología, funciones, criterios de calidad”. Disponible en: <http://peremarques.pangea.org/tipoweb.htm> Piccinini, D. “Cybermarketing-Potencial de identificar lo que el cliente quiere”. Disponible en: <http://www.data-red.com/cgi-bin/articulos/ver.pl?id=201024113599>

**Integrantes**

Documento	Tipo	Nombre	Email
1143122220	PONENTE	VIVIANA NEIRA	jpalacio@uac.edu.co
1143434813	PONENTE	SILVANA JIMENEZ	jpalacio@uac.edu.co

**Instituciones**

NIT	Institución
8901025729	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE