

Plan de Negocios New Adventure Concept®
Proyecto de Operador Turístico en Bogotá y Cundinamarca
Enfocado en Interpretación de Inglés

(Business Plan New Adventure Concept®. Tour Operator Project in Bogotá and
Cundinamarca

Focused on the Interpretation of English)

Brayhann Alfonso Cuevas Vanegas

Kely Jakeline Garzón Martínez

Universidad ECCI

Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanas.

Lenguas Modernas

Bogotá D.C., Colombia

Febrero, 2021



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Plan de Negocios New Adventure Concept®

Proyecto de Operador Turístico en Bogotá y Cundinamarca

Enfocado en Interpretación de Inglés

Brayhann Alfonso Cuevas Vanegas

Kely Jakeline Garzón Martínez

Dirigido Por

Yaneth Pérez López

Contadora Pública

Universidad ECCI

Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanas.

Lenguas Modernas

Bogotá D.C., Colombia

Febrero, 2021



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Tabla de contenido

Lista de Tablas	VIII
Lista de Ilustraciones	IX
Agradecimientos	XII
Resumen	XIII
Abstract	XV
Introducción	1
1. Capítulo I. Planteamiento del Problema	3
1.1 Descripción del problema.	3
1.2 Pregunta de Investigación	5
1.3 Objetivo General	6
1.4 Objetivos Específicos	6
1.5 Justificación	7
2. Capítulo II. Marco Referencial	11
2.1 Antecedentes Históricos	11
2.1.1 Turismo	11
2.1.2 Turismo Natural y Cultural	13
2.1.3 Ocio y Tiempo Libre	15
2.1.4 Operador Turístico	19
2.1.5 Turismo en Latinoamérica	20
2.1.5.1 Colombia como Destino Turístico	22
2.1.6 Bogotá y Cundinamarca como Destino Turístico	24
3. Capítulo III. Metodología	29
3.1 Paradigma de Investigación	29



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

3.2 Enfoque de Investigación	30
3.3 Método de Investigación	31
3.4 Tipo de Investigación	31
3.5 Instrumento de Recolección de Datos	33
4. Capítulo IV. Marco Teórico	34
4.1 Idea de Negocio	34
4.2 Razón Social	34
4.3 Objeto Económico	34
4.4 Constitución Jurídica	35
4.5 Misión	36
4.6 Visión	36
4.7 Objetivo General	37
4.8 Objetivos Específicos	37
4.9 Objetivo económico	38
4.10 Impacto social y económico	38
4.11 Impacto Ambiental	39
4.12 Estudio Técnico	40
4.12.1 Capacidad Real	40
4.12.2 Posibilidades de Expansión	40
4.13 Localización	41
4.13.1 Descripción Geográfica	42
4.13.2 Disponibilidad de mano de obra	42
4.13.3 Mercado de Consumo	43
4.14 Flujo de Procesos.	43



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

4.14.1 Diagrama de Procesos	43
4.14.2 Funciones del diagrama de Procesos	44
4.15 Estructura Organizacional	45
4.15.1 Organigrama New Adventure Concept®	45
4.15.2 Funciones de New Adventure Concept®	46
4.16 Imagen corporativa	47
4.16.1 Marca	48
4.16.2 Logotipo	48
4.16.3 Eslogan.	49
4.17 Marco Legal	49
4.17.1 Normas de Registro y Entidades de Vigilancia y Control	54
4.17.2 Normatividad de Funcionamiento	59
4.18 Responsabilidad Fiscal	60
4.19 Estudio de Mercado	62
4.19.1 Características del Sector Económico	62
4.19.2 Perfil del Cliente	68
4.19.3 Competencia	68
4.19.3.1 Alianzas	69
4.19.3.2 Competencia Indirecta	70
4.19.3.3 Ventaja Competitiva	71
4.19.3.4 D.O.F.A	72
4.19.4 Modelo CANVAS	73
4.19.5 Segmentación del Mercado	75
4.19.5.1 Producto	75



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

4.19.5.2 Plaza	75
4.19.5.3 Precio	75
4.19.5.4 Promoción	76
4.19.5.5 Posicionamiento	76
4.19.5.6 Personas	77
4.19.5.7 Procesos	77
4.20. Análisis Financiero	78
4.20.1 Plan de Inversiones	79
4.20.1.1 Inversión Inicial	79
4.20.1.2 Depreciación	80
4.20.2 Amortización Financiera	81
4.20.3 Análisis de Costos	82
4.20.3.1 Materia Prima Directa	82
4.20.3.2 Mano de Obra directa	83
4.20.3.3 Costos Indirectos de Fabricación	84
4.20.3.4 Costo Total Mensual	84
4.20.3.5 Proyección de Ventas.	85
4.20.3.6 Costo del Viaje Individual.	87
4.20.3.7 Estudio de Mercado.	89
4.20.3.7.1 Tour Histórico.	90
4.20.3.7.1.1 Especificación de los Tours	92
4.20.3.7.2 Tour Natural.	104
4.20.3.7.2.1 Especificación de los Tours	106
4.20.3.7.3 Tour Gastronómico	111



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

4.20.3.7.3.1 Especificación de los Tours	113
4.20.4 Punto de Equilibrio.	118
4.20.5 Análisis de Resultados.	119
5. Capítulo V. Análisis de Datos y Resultados	121
5.1 Tabulación de Datos	121
5.1.1 Grupo Nacionales	121
5.1.2 Grupo Extranjeros	122
6. Capítulo VI. Limitaciones y Conclusiones	127
6.1 Limitaciones	127
6.2 Conclusiones	128
7. Bibliografía	130
8. Anexos	141
8.1 Anexo 1 Grupo Focal New Adventure Concept®	141
8.1.1 Grupo Focal Grupo Nacionales	141
8.1.2 Grupo Focal Grupo Extranjeros	143
8.2 Registro Fotográfico Regiones de Cundinamarca y Bogotá	147



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Lista de Tablas

Tabla 1 Indicadores Turísticos en Colombia	7
Tabla 2 Clasificación del Turismo Natural según la OMT	15
Tabla 3 Funciones del Diagrama de Procesos	43
Tabla 4 Funciones en la empresa	45
Tabla 5 Leyes y Decretos del Turismo en Colombia	48
Tabla 6 Entidades Involucradas en el Turismo de Colombia	52
Tabla 7 Normas de Registro y Control	53
Tabla 8 Responsabilidad Fiscal	59
Tabla 9 Alianzas de New Adventure Concept®	68
Tabla 10 Análisis D.O.F.A	71
Tabla 11 Modelo CANVAS	73
Tabla 12 Tours de New Adventure Concept®	75

Lista de Ilustraciones

<i>Figura 1.</i> Llegadas Internacionales de Turistas 2018	14
<i>Figura 2.</i> Aumento de la demanda turística a través de los años	18
<i>Figura 3.</i> Países más visitados en Latinoamérica	20
<i>Figura 4.</i> Índice de competitividad en viajes y turismo: Latinoamérica y el Caribe	21
<i>Figura 5.</i> Rendimiento Turístico Global y Regional año 2018	21
<i>Figura 6.</i> Rendimiento Turístico Global y Regional año 2019	22
<i>Figura 7.</i> Cálculos OEE - MinCIT	23
<i>Figura 8.</i> Visita de Turistas en Bogotá	26
<i>Figura 9.</i> Clasificación de las empresas en Colombia según tamaño, 2019	35
<i>Figura 10.</i> Página Web New Adventure Concept®	41
<i>Figura 11.</i> Diagrama de Procesos	44
<i>Figura 12.</i> Organigrama New Adventure Concept®	45
<i>Figura 13.</i> Imagen Corporativa New Adventure Concept®	47
<i>Figura 14.</i> Visitantes Extranjeros	65
<i>Figura 15.</i> Visita a museos en Bogotá	66
<i>Figura 16.</i> Sitios visitados en Bogotá por Turistas	67
<i>Figura 17.</i> Visitas a Parque Naturales	67
<i>Figura 18.</i> Inversión Inicial	79
<i>Figura 19.</i> Depreciación	80
<i>Figura 20.</i> Amortización Financiera	81
<i>Figura 21.</i> Materia Prima Directa	82
<i>Figura 22.</i> Mano de Obra Directa	83
<i>Figura 23.</i> Costos Indirectos de Fabricación	84
<i>Figura 24.</i> Costo Total Mensual	84
<i>Figura 25.</i> Proyección de Ventas	86
<i>Figura 26.</i> Costos de las Partes del Plan	88
<i>Figura 27.</i> Costos Tour Histórico	91



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

<i>Figura 28. Tour Candelaria</i>	92
<i>Figura 29. Tour Jaime Duque</i>	93
<i>Figura 30. Graffiti Tour</i>	94
<i>Figura 31. Tour Catedral de Sal</i>	95
<i>Figura 32. Tour Historia y Arquitectura</i>	96
<i>Figura 33. Tour Mina de Sal</i>	97
<i>Figura 34. Tour Religioso</i>	98
<i>Figura 35. Bike Tour</i>	99
<i>Figura 36. Halloween Tour</i>	100
<i>Figura 37. Adventure Tour</i>	101
<i>Figura 38. Tour Vida Nocturna</i>	102
<i>Figura 39. Tour Rítmico</i>	103
<i>Figura 40. Costos Tour Natural.</i>	104
<i>Figura 41. Tour Laguna de Guatavita</i>	106
<i>Figura 42. Tour Aventura La Chorrera</i>	107
<i>Figura 43. Tour Parque el Pionono</i>	108
<i>Figura 44. Tour Parque Natural Chicaque</i>	109
<i>Figura 45. Tour Páramo Verjón</i>	110
<i>Figura 46. Creación Propia</i>	111
<i>Figura 47. Tour Café de Lujo</i>	113
<i>Figura 48. Tour Central Cervecera</i>	114
<i>Figura 49. Tour Chocolate</i>	115
<i>Figura 50. Tour Culinario Urbano</i>	116
<i>Figura 51. Tour Culinaria NAC</i>	117
<i>Figura 52. Punto de Equilibrio</i>	118
<i>Figura 53. Análisis de Resultados</i>	119
<i>Figura 54. Interés por Visitar a Colombia</i>	123
<i>Figura 55. Opinión sobre las Temáticas a Desarrollar</i>	124
<i>Figura 56. Preferencias de viaje</i>	124

<i>Figura 57.</i> Registro Fotográfico	125
<i>Figura 58.</i> Empresa Virtual	126
<i>Figura 59.</i> Calidad / Precio	126
<i>Figura 60.</i> Aventura la Chocarrera	147
<i>Figura 61.</i> Cascada el Chiflon	148
<i>Figura 62.</i> Plato Principal Gourmet	149
<i>Figura 63.</i> Laguna de Guatavita	150
<i>Figura 64.</i> Caminata Ecológica	151
<i>Figura 65.</i> Ciudad de Bogotá.	152
<i>Figura 66.</i> Parque Simón Bolívar	153
<i>Figura 67.</i> Parque Jaime Duque	154



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Agradecimientos

En primer lugar, nos gustaría agradecer a Dios y a todos los docentes que acompañaron nuestro proceso académico, los que además de brindarnos todos sus conocimientos y generar varias estrategias de crecimiento profesional acorde al contenido del pensum, se preocuparon por muchos de nuestros proyectos personales y profesionales a mediano y largo plazo, así mismo, agradecemos a la Universidad ECCI, la cual junto a su equipo de trabajo, nos brindó experiencias excepcionales y todos los espacios de esparcimiento propicios para culminar de manera satisfactoria nuestra carrera como Profesionales en Lenguas Modernas.

De igual manera, agradecemos a nuestra directora de tesis Yaneth Pérez López, quien, gracias a su constancia, profesionalismo, empatía, tiempo y disposición frente al desarrollo de este proyecto de negocio, nos brindó los cimientos apropiados para exponer de manera oportuna y crítica los planteamientos de este documento. De la misma manera al docente Pedro Jaramillo, quien, gracias a su pasión por la enseñanza, su constancia y carisma, permitieron asimilar de forma idónea las bases de un idioma.

Por último y no menos importante, queremos agradecer a nuestros padres, quienes, con sus consejos, su apoyo incondicional, sus esfuerzos y sus mejores deseos nos concedieron la motivación necesaria para lograr culminar nuestra carrera y seguir adelante con nuestros sueños afrontando los retos que la vida nos presente a futuro.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Resumen

El presente documento plantea y desarrolla el plan de negocio de un Operador turístico en Bogotá y (6) municipios aledaños de Cundinamarca tales como: Zipaquirá, Nemocón, Choachí, Guatavita, Sopó y Briceño; enfocados en la modalidad de turismo natural y cultural para nacionales y extranjeros, donde se pretende brindar un servicio de guianza turística desarrollada en los idiomas español, inglés, francés y alemán, además de servicios de transportes y en algunos casos de alimentación.

El proyecto de negocio tiene como objetivo posicionar en el mercado un atractivo turístico que impacte de forma positiva la economía del sector Turístico en Bogotá y Cundinamarca, así mismo, brindar un incremento de consumo por parte de extranjeros y nacionales, compartiendo y desarrollando habilidades lingüísticas y culturales, además de incrementar la oferta de empleo para estudiantes de idiomas.

La metodología de investigación se centra en la investigación descriptiva, al detallar la importancia del turismo en los lugares de trabajo, así como los clientes nacionales y extranjeros, e investigación explicativa, entendiendo las alternativas del turismo natural y cultural elegidas por los clientes según el portafolio de servicios. A su vez es una investigación cualitativa, debido a que la mayoría de sus datos fueron no cuantificables, basados en la observación.

Acorde a la Ley 1014 de 2006, Artículo 1, apéndice C, el emprendimiento "es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza", donde se generan oportunidades por medio del liderazgo equilibrado, la gestión de un riesgo calculado y la creación de valor que beneficia una sociedad, una empresa y la economía (Congreso de Colombia, 2006). Así mismo, esta ley demarca el plan de negocio como "un documento escrito que define claramente los



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos" (Congreso de Colombia, 2006).

Este plan de negocio, se fundamenta mediante el Artículo 16 de la ley 1014 donde en el capítulo 3, Fomento de la Cultura del Emprendimiento (Congreso de Colombia, 2006), se plantea que "Las universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer... la alternativa del desarrollo de planes de negocio... en reemplazo de los trabajos de grado".

Palabras Claves: *Operador turístico, Cundinamarca, Bogotá, turismo natural y cultural, crecimiento económico.*



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Abstract

The current document raises and establishes the business plan of a Tour operator in Bogota and (6) surrounding municipalities such as: Zipaquirá, Nemocón, Choachí, Guatavita, Sopó and Briceño; focusing in Natural and Cultural tourism for national and international guests, in order to offer guided tour services developed in Spanish, English, French and German, joined transportation services, and, in certain cases feeding.

The business project has the target of breeding an appealing for tourists, moreover, a positive impact in the economy of the tourism industry in Bogota and Cundinamarca, likewise, offering an increase of consumption in national and international guests, sharing and developing linguistic and cultural skills, furthermore, enhancing the job offer for languages students.

The research methodology focuses on descriptive research, detailing the importance of tourism in all the places where the company works, as well as domestic and foreign customers, and explanatory research, understanding all the natural and cultural alternatives of tourism chosen by customers according to the service portfolio. At the same time, It is qualitative research, because of the majority of data was not quantifiable, based on observation.

According to the law 1014 of 2006, Article 1, annex C, entrepreneurship "is a way of thinking and acting guided towards generate long-term revenue", creating opportunities through a balanced leadership, a calculated risk management, the creation of value which benefits a society, a business and an economy (Congreso de Colombia, 2006).

The same way, this law remarks a business plan as "a written document which clearly determines the aids of a business and describes all the methods to be used for achieving goals"(Congreso de Colombia, 2006).



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

This business project Underlies through of the Article 16 from the law 1014 in chapter 3, Encouragement to Culture and Entrepreneurship (Congreso de Colombia, 2006) raises: "Public and private Universities, technical and technological educational centers officially certified, may establish... the development alternative of business plans... rather than degree projects"

Key Words: *Tour operator, Cundinamarca, Bogotá, natural and cultural tourism, economic growth.*



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Introducción

El presente documento tiene como objetivo presentar el desarrollo de un plan de negocio como operador turístico en la ciudad de Bogotá y 6 municipios en la región de Cundinamarca, en donde se busca promover un incremento económico del sector turístico, gracias a los atractivos étnicos, culturales, históricos y gastronómicos de la región. Dicho lo anterior se pretende, incorporar en el mercado una propuesta de ocio y entretenimiento creativa, personalizable, segura y de calidad, que despierte el interés en residentes nacionales y extranjeros, de este modo, por medio de experiencias memorables para los clientes, se busca explorar varias áreas de entretenimiento, generando una conciencia ecológica y social en los usuarios, enriqueciendo el patrimonio cultural de la región y el sector económico de la misma.

Acorde al modelo de plan de negocio que se maneja en el documento. En el primer capítulo, se encuentra la descripción del problema, donde se analiza el crecimiento del sector turístico en el país y la región, la percepción del turismo local para extranjeros, la importancia de conocer y preservar los lugares ofertados por la empresa, además de la pregunta de investigación, los objetivos generales y específicos que se buscan alcanzar. El segundo capítulo abarca el marco referencial, donde se analizan los antecedentes de Bogotá y los departamentos de Cundinamarca como destino, la importancia de la modalidad de turismo natural y cultural en Colombia y Latinoamérica, al igual que los factores y causas de la investigación.

El tercer capítulo desarrolla la metodología de la investigación, así como el enfoque, el método y la tipología, empleados para la producción de resultados y por último la descripción de los instrumentos de recolección de datos. El cuarto capítulo comprende los parámetros necesarios para poner en marcha el proyecto de negocio, tales como: objetivo general, estructura



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

organizacional, idea de negocio, marco legal, normatividad y el análisis de todos los factores imprescindibles en una empresa.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

1. Capítulo I. Planteamiento del Problema

1.1 Descripción del problema.

Pese a que la demanda turística en el país ha incrementado en los últimos 3 años según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el país presenta falencias en la formación y capacitación de intérpretes, las personas encargadas de establecer el diálogo con los turistas creando las primeras pautas de comunicación y afinidad cultural con el extranjero. Según el artículo 1 del decreto 2257 de 1951, el Ministerio de Relaciones Exteriores (MRE), “La persona que se proponga desempeñar el cargo de intérprete oficial solicitará del Ministerio de Educación Nacional se le practique un examen en el idioma o idiomas en que desee actuar como tal y se le expida la certificación correspondiente”

De igual manera en el artículo 2 del mismo decreto se establece: “Una vez obtenido el certificado de que trata el artículo anterior, el interesado solicitará del Ministerio de Justicia la expedición de la licencia respectiva, para lo cual presentará con sus solicitudes los siguientes documentos: a) El certificado de idoneidad a que se refiere el artículo 1o.; b) La partida de nacimiento o de bautismo u otra prueba supletoria con al cual se acredite la mayor edad el peticionario, y c) El certificado de policía y tres declaraciones de testigos, recibidas con audiencia del Personero Municipal del domicilio del solicitante, sobre su conducta y antecedentes.”

Actualmente, según el (Ministerio de relaciones Exteriores (MRE)), Colombia cuenta con más de 600 traductores oficiales, 128 en inglés, y 22 en francés en Bogotá, y 16 traductores en inglés y 2 en francés, en Medellín, donde Bogotá tiene la mayor demanda de esta profesión, debido a las actividades financieras, políticas y administrativas que desarrolla, así como su contacto



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

directo con el extranjero, lo anterior para el desarrollo de negocios de inversión o estrategias de crecimiento del sector turístico. Por otro lado, ciudades como Bogotá, Medellín, Cali y Cartagena, cuentan con un sin número de traductores no certificados que prestan sus servicios de interpretación, sobre todo en el sector turístico.

La falta de intérpretes en francés o alemán en Colombia, se ha visto evidenciado en el sector turístico, debido a que la mayoría de servicios se prestan en inglés, dejando atrás el ese nicho de mercado que en su mayoría opta por evitar actividades como caminatas guiadas y actividades culturales y naturales en donde se expone la riqueza del territorio, por no tener una afinidad cultural, o por problemas de comunicación, esto debido a que en muchos casos el inglés no es su lengua materna. En el 2012, debido a la problemática de certificación de traductores, a través de la Ley 962 de 2005, se le permitió varias instituciones públicas otorgar certificados en Colombia, lo anterior, siguiendo el artículo 33 de dicha ley que declara: “ Toda persona que aspire a desempeñar el oficio de Traductor e Intérprete Oficial deberá aprobar los exámenes que sobre la materia dispongan las universidades públicas y privadas que cuenten con facultad de idiomas debidamente acreditadas y reconocida por el ICFES o la entidad que tenga a cargo tal reconocimiento.”

Por otro lado, durante el 2018, el país recibió cerca de 4.388.815 de turistas extranjeros, denotando un incremento del 10.4% en comparación de años anteriores (Organización Mundial de Turismo (OMT)). Según (Noguera A, 2019) en un artículo para el Tiempo, Suramérica es la región con la mayor demanda de visitantes extranjeros, presentando un 42%, donde los gastos presentados por dichos visitantes eran cercanos a los 3.955 millones de dólares, equivalente al crecimiento del 14.1% según el (Banco de la Republica). The New York Times, Forbes, The



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Fkight Network, son algunas entidades que afirman que Colombia hoy en día hace parte de la lista de los viajeros en el mundo, lo anterior por su flora, fauna y playas del caribe, además de la gastronomía y riqueza cultural del país.

En muchas ocasiones el atractivo cultural de Colombia de la mano a sus impactantes encantos geográficos hace que los visitantes quieran indagar más sobre sus costumbres y vivencias, aprender más de sus regiones y su gente, en muchas ocasiones, el emprender esta aventura, se ve delimitada por tiempo y factores económicos, además de la empatía cultural de aspectos lingüísticos que permitan una comunicación fluida entre las dos partes. Como solución a este inconveniente, es oportuno emprender una idea de negocio orientada a satisfacer viajeros nacionales o extranjeros que busquen ideas de esparcimiento innovadoras y responsables, en donde más que buscar una actividad recreativa, se pretenda establecer un vínculo cultural entre ambas partes, para así compartir todos aquellos factores históricos, sociales, naturales y culturales de Colombia, por medio de la empatía, la convivencia y la diversión, generando de la misma manera crecimiento en el sector Turístico y empleo en el país.

1.2 Pregunta de Investigación

¿Cómo optimizar la experiencia turística en Bogotá, Zipaquirá, Nemocón, Choachí, Guatavita, Sopó y Briceño teniendo un énfasis en la interpretación de los idiomas: español, inglés, francés y alemán?



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

1.3 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios de un Operador Turístico que genere Tours y actividades de ocio, basados en experiencias personalizadas, desarrolladas en áreas rurales y urbanas de Bogotá y el departamento de Cundinamarca, específicamente en (6) municipios; Zipaquirá, Nemocón, Choachí, Guatavita, Sopó y Briceño, buscando informar y entretener a clientes francófonos, germano-parlantes y angloparlantes, acerca del patrimonio cultural, histórico y natural de Colombia.

1.4 Objetivos Específicos

- Definir los elementos y componentes culturales y naturales en Bogotá y los siete municipios de Cundinamarca, con el fin de maximizar la experiencia y la economía del consumidor.
- Diseñar la creación de nuevas actividades acorde a los gustos del cliente en cuanto a gastronomía, música, cultura, historia y biodiversidad, ofreciendo una empatía cultural con el idioma requerido.
- Elaborar un plan de negocio para posicionar un operador turístico que responda a las experiencias del cliente por medio de una encuesta para conocer su percepción sobre los Tours, con el fin de promover espacios de crecimiento e innovación.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

1.5 Justificación

New Adventure Concept® nace como una idea de emprendimiento de un grupo de estudiantes de la Universidad ECCI de la facultad de Lenguas Modernas, con el fin de compartir y desarrollar las habilidades lingüísticas y culturales adquiridas durante el desarrollo de la carrera profesional, se pretende a través de la idea de negocio, generar un atractivo por medio de las actividades propuestas para satisfacer las necesidades y gustos de los clientes; en aspectos sociales, culturales e históricos, brindando espacios de aprendizaje y de entretenimiento creativos, abarcando temáticas y espacios particulares que generen experiencias inolvidables; además de contribuir con el crecimiento del país.

Gracias al crecimiento del sector en el país, en los últimos años han surgido un sinnúmero de beneficios en aspectos económicos, sociales, culturales y políticos, que han generado varios proyectos de emprendimiento, implementación de leyes que cuidan el patrimonio histórico, cultural y ambiental del país, empleos, apertura de establecimientos y entidades asociadas al turismo y estrategias de crecimiento que buscan posicionar a Colombia como un destino internacional. De igual manera, son muchas las entidades que buscan promover los estándares de calidad del sector, aportando cada vez más beneficios, para quienes se ven involucrados como usuarios y funcionarios, algunos de los indicadores que ejemplifican el desarrollo del turismo en la ciudad de Bogotá y la región de Cundinamarca son:

Tabla 1

Indicadores Turísticos en Colombia

Entidad / Delegado	Indicador
Ministerio de Comercio	“El turismo receptivo en el país, viene creciendo en tasas cercanas al 15%, obteniendo un promedio de 4,3 millones de visitantes extranjeros, además de los estudios de sostenibilidad y los diversos destinos propuestos para nacionales y extranjeros”
Alfredo García (Gerente De Certification Quality Resources (CQR))	“Colombia es un destino con fuerte énfasis en criterios de sostenibilidad que se está convirtiendo en un generador de valor”
Instituto Distrital de Turismo (IDT)	En el 2018 cerca del 54% de turistas extranjeros visitan Bogotá para desarrollar actividades de turismo de vacaciones, ocio y recreación, consolidándose como uno de los principales destinos turísticos del país, día tras día el turismo cobra más importancia en la ciudad, transformando la industria en bases de desarrollo de actividades económicas
Revista Semana	El incremento de visitas a la capital tuvo un el 2018 un crecimiento del 27% generando un aumento en la tasa de empleo del 1,9% y un 58% en el ámbito hotelero, este dinamismo es el resultado de la amplia oferta cultural, gastronómica, nocturna, de naturaleza y de esparcimiento ofrecida en la ciudad y gestionada por la Alcaldía Mayor de Bogotá.
Secretaria de Movilidad de Bogotá	La ciudad cuenta con la red de ciclo rutas más extensa de América Latina con alrededor de 490 Kilómetros, haciendo que se generen propuestas de desarrollo, inversión y mejoramiento de la infraestructura para que Bogotá sea en un futuro la capital mundial de la bicicleta. De la misma manera, Bogotá es la quinta ciudad en el mundo y la segunda en América Latina con el mayor número de establecimientos nocturnos, también cuenta con escenarios verdes propicios para el desarrollo de actividades deportivas, recreativas y caminatas, y cuenta con una variedad de 500 restaurantes ejerciendo experiencias gastronómicas inolvidables ubicados en sectores de esparcimiento, con el registro nacional de turismo (RNT) vigente, lo que los hace establecimientos sinónimos de calidad, excelencia y buen servicio
ProColombia	Aunque muchas de las razones del crecimiento del sector turístico en Cundinamarca, se deben a la cercanía de la capital, se evidencian iniciativas encaminadas a la naturaleza, la cultura y el deporte. Estrategias como el glamping, la cual es tendencia a nivel mundial para mejorar la experiencia de los turistas que temen acampar, los parques naturales, que de la mano del ecoturismo presentan al viajero un abundante repertorio de fauna y flora, el cual se puede apreciar a

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

	través del senderismo, o hasta el turismo ecuestre (uso de caballos) son unos de los ejemplos que caracterizan el atractivo de la región.
Centro de Información Turística de Colombia (Citur)	El 98% de los turistas que visitan Bogotá, optan por visitar los municipios de Cundinamarca, generando en 2017 un crecimiento cercano al 26% en actividades del sector, dejarse deleitar por actividades como, los postres y la industria lechera del Sopó, la visita a la Catedral de Sal en Zipaquirá, y el ciclo montañismo. De igual manera, la acogida del ecoturismo, muestra un atractivo en los viajeros evidenciando 29.083 visitantes a los parques naturales nacional ubicados en los alrededores de Bogotá.
Revista Semana	En la actualidad, la disponibilidad de servicios diseñados para el viajero moderno, hace que Cundinamarca sea un lugar de visita para bogotanos y extranjeros, esto gracias a la combinación de ecosistemas en un solo entorno, que permite la creación de planes y estrategias que van en contra de la monotonía, además, la región cuenta con más de 1.700 especies de plantas, 1.300 aves, más de 1.000 categorías de peces, 250 de mamíferos y 119 de reptiles, además de su de los pisos térmicos que maneja su clima tropical
El Tiempo	Cundinamarca recibió alrededor de 10.434 visitas extranjeras siendo vacaciones, ocio y recreo la actividad principal

Fuente: Los autores con información tomada de Revista Portafolio (2016 - 2019)

De lo anterior se puede evidenciar el aporte del sector turístico hacia el desarrollo del país, así como los estudios y estrategias de progreso generados por las entidades que buscan suscitar procesos de capacitación, mejoras de la infraestructura y fortalecimiento de los productos turísticos de la ciudad de Bogotá y la región de Cundinamarca, así como sus atractivos turísticos a nivel cultural y natural. Acorde a las cifras evidenciadas por las entidades expuestas anteriormente, el turismo en Bogotá y Cundinamarca proyecta un crecimiento significativo en materias de desarrollo y economía para el país, esto debido a que en los últimos años son más los turistas que apuestan por conocer las maravillas históricas, sociales, culturales y naturales que ofrece el turismo colombiano.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

La empresa se respalda por la Ley Naranja cuyo objetivo es “*desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas, entendidas como aquellas que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual*”. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2017, junio); además que ayudan a fortalecer el sector turístico por su gran influencia en el futuro de Colombia, el Gobierno Nacional toma las medidas necesarias para que las industrias creativas nacionales sean exaltadas, promocionadas, incentivadas, protegidas y reconocidas, (Ley 1834 del 23 de mayo, 2017).

En un estudio realizado en el 2012, el sector turístico generó un cambio constante acorde a los comportamientos y preferencias de los viajeros, actualmente se encuentran más informados de los destinos y sus dinámicas, esto debido a que las fronteras se están traspasando sin límites con el uso del Internet. Así mismo, gracias a los tratados de libre comercio que actualmente maneja Colombia con diferentes países, la implementación de páginas web en el mercado, permite en tiempo real realizar negocios y generar propuestas de valor para los turistas. (Revista Portafolio, 2019). Con el crecimiento tecnológico en la actualidad, *New Adventure Concept*®, intentará llegar a todos los rincones de Colombia y del mundo, con una página web interactiva e innovadora, el uso de las redes sociales, Permitiendo el posicionamiento y reconocimiento que se desea.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

2. Capítulo II. Marco Referencial

2.1 Antecedentes Históricos

2.1.1 Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que hace que las personas puedan ir a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios (Organización mundial del turismo (OMT)). El turismo nace en el siglo XIX debido a La Revolución Industrial, que provocó un crecimiento en los viajes y los desplazamientos entre territorios, estos viajes tenían objetivos diferentes como las guerras, el ocio, el comercio, la conquista, entre otros.

En la Grecia clásica también se desarrolló el turismo, en la ciudad de Olimpia se celebraban los juegos olímpicos, en donde llegaba muchos ciudadanos de distintas partes del Grecia.

En la Edad Media el turismo se extendió debido a la religión, el continuo desplazamiento a Tierra Santa, ocasionó que el turismo tuviese un auge en esta época; además de la peregrinación de los islámicos a La Meca, constituyeron rutas turísticas que hicieron que creciera el transporte y el traslado de personas.

En la Edad Moderna aparecieron las posadas y los hoteles lo que permitió a los excursionistas poder descansar en lugares distintos a su lugar de origen; en esta época el turismo tiene un gran crecimiento sobre todo en el turismo de ocio (diversión, descanso y recreación). Es en este punto en donde los británicos impulsan la tendencia del “Grand Tour”. Una ruta que realizaban los jóvenes aristócratas británicos por Europa, con el fin de culturizarse en materias como el arte, las lenguas y el comercio.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

En la Edad Contemporánea el turismo tiene una gran expansión debido a los avances tecnológicos e industriales que hizo que el turismo fuera uno de los principales sectores de la economía mundial. Debido a la consolidación de los territorios coloniales ocasionaron la migración de muchas personas a los Estados Unidos, porque lo consideraban “la tierra de oportunidades”, de hecho, por esta razón tuvieron que implantar cartillas para controlar los flujos migratorios, esto y el desarrollo de los transportes, provocó un fuerte incremento en los flujos turísticos.

Cuando James Watt desarrolla la máquina de vapor hace que la industria del ferrocarril se extienda por todos los países, industrializados y no industrializados, lo que generó el diseño de infraestructuras para esta implementación. Esto fue un gran impulso para el turismo y ayudó al crecimiento económico debido a que comenzaron a extenderse las agencias de viajes. Posterior a esto, aparecen otras herramientas como el automóvil, el avión y los grandes barcos de transporte, esto hizo que el sector turístico tuviese un gran posicionamiento como uno de los mayores sectores de nuestra economía. De hecho, en el siglo XXI, se convirtió con un peso en el producto interior bruto (PIB) mundial superior al 10%, en el segundo mayor sector de la economía global por detrás de la industria.

“Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo”. (OMT, 2011).



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

2.1.2 Turismo Natural y Cultural

Durante décadas el turismo ha venido evolucionando de manera constante, convirtiéndose en uno de los sectores económicos que más crecimiento ha tenido en el mundo, generando ingresos significativos para varios países en desarrollo que le apuestan a sus atractivos naturales, sociales, culturales e históricos que van de la mano con la diversificación, el comercio internacional y la competencia entre los destinos (Organización Mundial del Turismo (OMT))

Conforme al crecimiento de la demanda turística en varios de los países a nivel mundial, el turista optaba por conocer cada destino conforme a su cultura y riqueza natural, razón por la cual la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 1972, establece la necesidad de cuidar y proteger los bienes culturales y naturales que poseen un valor universal excepcional para la humanidad buscando la preservación y su legado, así como las manifestaciones culturales de carácter inmaterial. (MINCIT,2014)

La (Secretaría de Turismo Mexicana, 2015) define el turismo cultural como “aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”. Así mismo afirma que el concepto hoy en día abarca tanto elementos materiales como inmateriales, como, por ejemplo, artesanías, gastronomía, técnicas textiles o agrícolas o hasta danzas tradicionales. En este sentido los turistas se muestran interesados en visitar lugares como museos, iglesias, galerías de arte, yacimientos arqueológicos o centros históricos catalogados como patrimonio de la humanidad, en donde se gestiona la oportunidad de aprovechar el patrimonio cultural generando recursos para su cuidado, conservación y desarrollo.

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo) se han registrado alrededor de 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales durante los últimos años, suponiendo un crecimiento del 6% en el sector, donde la mayoría de viajeros optan por el turismo natural y cultural.

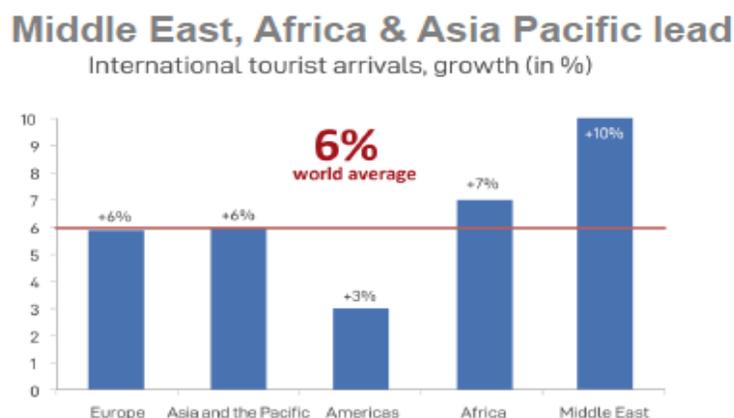


Figura 1. Llegadas Internacionales de Turistas 2018

Fuente. (Organización Mundial de Turismo (OMT))

Igualmente ratifican que el turismo cultural representa cerca del 37% del total del sector turístico y el turismo de naturaleza el cual proyecta un rápido crecimiento con tasas de 25 y 30% anuales los favoritos para turistas y viajeros. El turismo Natural es definido por la (Organización Mundial del Turismo, 2002) como “todo tipo de turismo basado en la naturaleza en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza y las culturas tradicionales” y que a su vez sugiere 3 clasificaciones:

Tabla 2

Clasificación del Turismo Natural según la OMT

Nombre	Descripción
Turismo sobre la naturaleza	Aquel que tiene como objetivo principal realizar actividades deportivas de diferente intensidad física usando expresamente recursos naturales sin degradarlos. Ejemplo: Turismo activo deportivo y de aventura
Turismo por la naturaleza	Aquel que tiene como finalidad principal la contemplación, disfrute y conocimiento del medio natural en diferentes grados de profundidad, realizando actividades físicas de baja intensidad sin degradar los recursos naturales. Ejemplo: Ecoturismo
Turismo en la Naturaleza	Aquel que tiene como propósito principal realizar actividades recreativas y de esparcimiento sin degradarla. Ejemplo: Turismo rural y vacacional

Fuente. Creación Propia

Tendencias que en la actualidad para Colombia siguen generando ingresos significativos, donde el mercado da paso a nuevas tendencias que explorar, nuevas oportunidades de trabajo y de proyectos de emprendimiento, como es el caso de New Adventure Concept®, una empresa que busca consolidarse como exponente de calidad, servicio, integridad, seguridad, creatividad y diversión en el mercado en el país para el mundo.

2.1.3 Ocio y Tiempo Libre

El concepto de tiempo libre y ocio ha sido estudiado a lo largo de la historia, no obstante, es en la antigua Grecia donde muchos filósofos y pensadores expresaban sus reflexiones frente al tema, concluyendo:



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Cerca el año 1200 A.C los griegos denominaron el ocio como “Skholé” denotando que es el tiempo vacío que dejaban las obligaciones y el cual se disfrutaba de manera agradable y honesta, teniendo como finalidad el filosofar y crear conocimiento, donde los ciudadanos, los cuales eran los únicos que tenían el derecho de practicarlo, a diferencia de los esclavos, quienes se encargaban de las labores más tortuosas para que se diera dicho espacio, distribuían su derecho al Skholé, practicando el arte, los juegos, la danza y la adoración de dioses. Fue entonces donde en el año 776 A.C se realizaron los primeros juegos olímpicos, ceremonia que se sigue practicando en la actualidad (Bourdieu,1998). Según Aristóteles el “Skholé es un ideal de vida, como felicidad intrínseca”

Así mismo, cerca al año 753 A.C los romanos denominaron el ocio como “Otium”, donde además de ser el espacio de relajación y actividades desempeñadas fuera del tiempo de trabajo, tenía connotaciones en contextos económicos, populares, y políticos, siendo desempeñado de manera distinta debido a las clases sociales, y usado a su vez como instrumento de dominación para las elites (Munné, 1980). Para cicerón, el Otium “es el tiempo de descanso del cuerpo y relajación del espíritu, necesario para volver a dedicarse al trabajo o servir al público”

En un contexto más actual, para (Chevalier, 2015) el ocio es “un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse de manera completamente voluntaria tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares, y sociales, para descansar, para divertirse, y sentirse relajado para desarrollar su información o su formación desinteresada, o para participar voluntariamente en la vida social de su comunidad”

Para (Cuenca, 2000), en la actualidad el hombre posee más horas libres de las que es consciente, donde obtiene un 29,5% de las mismas para poder disfrutar en función de la cantidad



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

de horas trabajadas anualmente, así mismo indica que “el ocio surge cuando se realizan las actividades satisfactorias y gratificantes que posibilitan el tiempo libre, de forma autónoma, decididas por cada persona y gestionadas automáticamente.

El tiempo libre y el ocio son fundamentales para promover el equilibrio emocional en una persona, así como el despertar su interés en actividades de diferentes campos y temáticas que estimulan felicidad, gozo y satisfacción, las cuales en complemento de un descanso a las actividades laborales que se realizan periódicamente, dan paso a espacios de descubrimiento creatividad y aventura. Gracias a los periodos vacacionales de las empresas, muchas personas optan el viaje como opción de esparcimiento para desempeñar en su tiempo libre. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), en el 2018 más de 1.400 millones de turistas internacionales se movilizaron en busca de nuevos lugares, nuevos sabores o nuevas experiencias, contribuyendo al crecimiento económico de varios países, dando paso a varias categorías de viajeros.

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

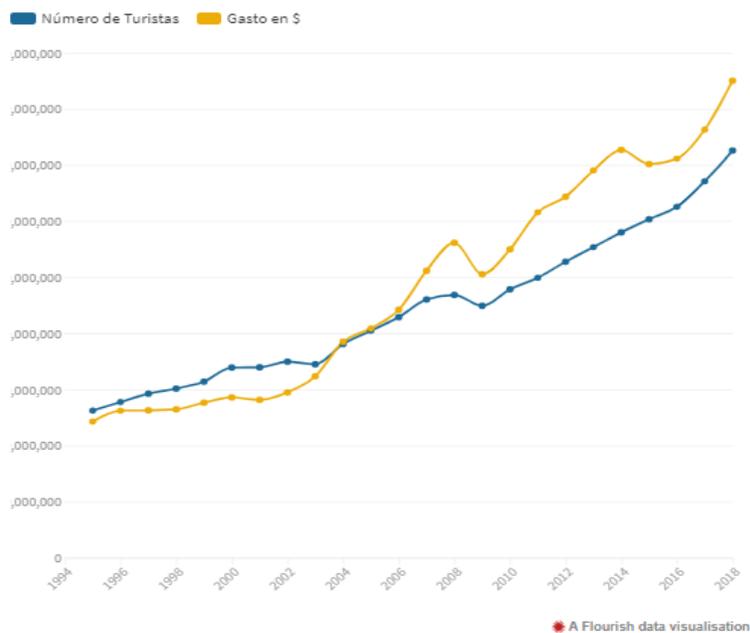


Figura 2. Aumento de la demanda turística a través de los años

Fuente. National Geographic España

Según ProColombia las razones de viaje de las personas o bien puede ser de reuniones empresariales o de ocio, donde el 55% de las personas, lo hacen porque desean explorar nuevos destinos, un 22% viajan por los atractivos naturales y geográficos de cada país, el 10% viajan porque desean conocer comunidades autóctonas y explorar su cultura para así vivir diversas experiencias, el 10% tienen como propósito la realización de actos benéficos frente a la conservación de espacios naturales o comunidades, y el 3% viajan con el interés de conocer lugares afectados por el conflicto armado.

2.1.4 Operador Turístico

La Organización Mundial de Turismo (OMT, 1998) define al operador turístico como “aquellos que participan en la actividad turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico) aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurantes, hoteles, etc.)”

En Colombia, según el artículo 61 de la ley 300 de 1996, establece que el Ministerio de Comercio, Desarrollo y Turismo debe llevar un Registro Nacional de Turismo (RNT) al cual todos los operadores de servicios turísticos del país deben inscribirse, esto con el fin de ofrecer políticas de seguridad y transparencia a los consumidores, y que a su vez es un mecanismo de control, regulación e identificación de los prestadores del servicio turístico, siendo a su vez un sistema de información para el sector, que permite la elaboración de estudios e indicadores a nivel nacional e internacional con el fin de definir políticas, planes y programas., generando el buen desempeño de actividades y el desarrollo del sector. (MinCIT, 2012)

Conforme a (Redacción el Tiempo, 2017) la acreditación en las normas técnicas tiene el objetivo de garantizar el desarrollo sostenible de la actividad turística, así como el cuidado del medio ambiente y la integridad del consumidor. Todo operador turístico debe estar certificado en las Normas Técnicas Sectoriales (NTS) y el Registro Nacional de Turismo (RNT), exigidas por el gobierno independiente de la actividad turística que se desempeñe. Actualmente, en el país hay 720 prestadores, de los cuales 430 son agencias de viajes, de las cuales 294 cuentan con título de calidad, 136 con certificación en turismo sostenible. 216 hoteles, 20 empresas de transporte terrestre y 15 restaurantes también cumplen las NTS.

2.1.5 Turismo en Latinoamérica

Latinoamérica es una región con muchos destinos, los cuales brindan al turista una extraordinaria oferta de recursos culturales, históricos, patrimoniales, naturales y paisajísticos. La industria de los viajes y el turismo desempeña un papel relevante en las economías de América Latina. No se trata solo de la contribución al PBI (Producto bruto interno) de la economía, sino también a su capacidad de generar divisas dentro del sector exportador, de integrar cadenas productivas y de fortalecer la pequeña y mediana empresa. (CEUPE, 2016).

Según el Foro Económico Mundial el índice de competitividad de viajes y turismo que se realiza cada dos años, en la edición del 2019 compara los viajes y la economía de 140 países en donde mide los factores que permiten un sector de viajes y turismo sostenible.

Estos son los 10 destinos turísticos más competitivos en América Latina.

Puesto	País	Puesto	País
19	México	50	Argentina
32	Brasil	52	Chile
41	Costa Rica	55	Colombia
47	Panamá	70	Ecuador
49	Perú	73	Rep. Dominicana

Figura 3. Países más visitados en Latinoamérica

Fuente: Foro Económico Mundial.

Las Américas tiene gran diversidad en recursos naturales y culturales, pero tiene áreas de oportunidad en la protección y seguridad del turista; aun así, esta región es la tercera en la

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

industria en los viajes y el turismo en términos de PBI y cantidad de turistas internacionales que se reciben.

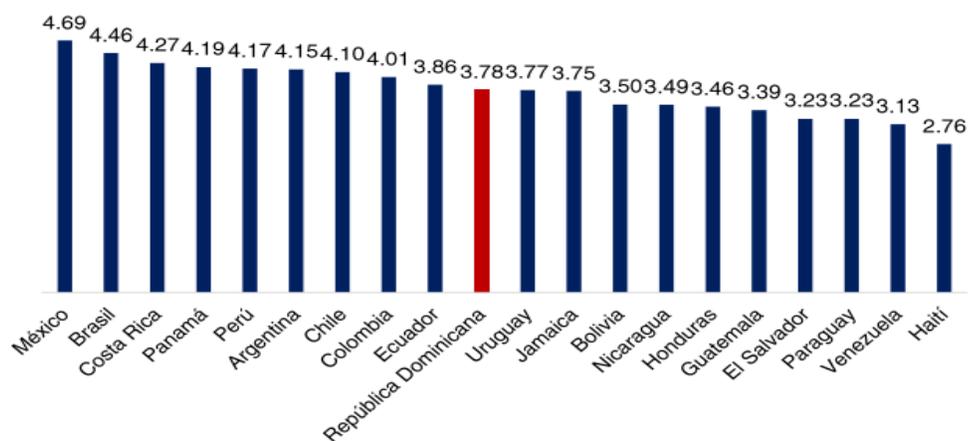


Figura 4. Índice de competitividad en viajes y turismo: Latinoamérica y el Caribe

Fuente: Foro Económico Mundial (2019)

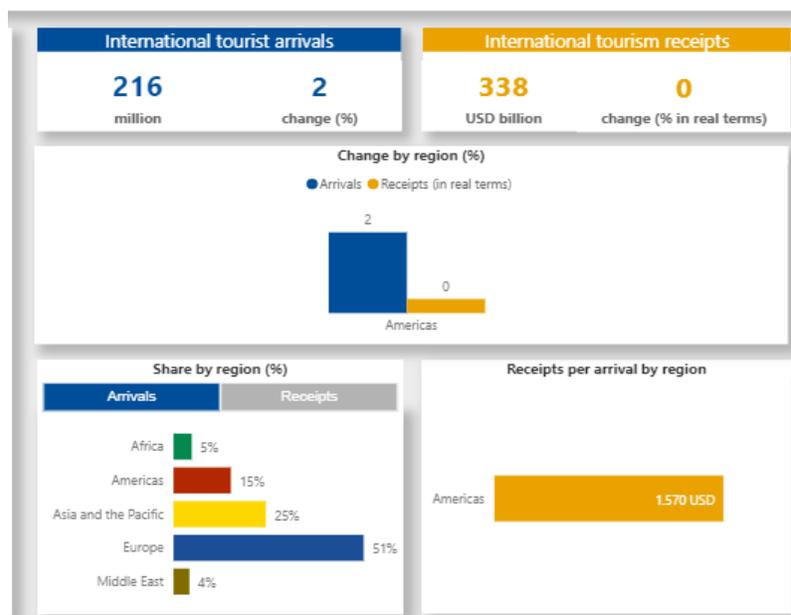


Figura 5. Rendimiento Turístico Global y Regional año 2018

Fuente: OMT Organización Mundial de Turismo

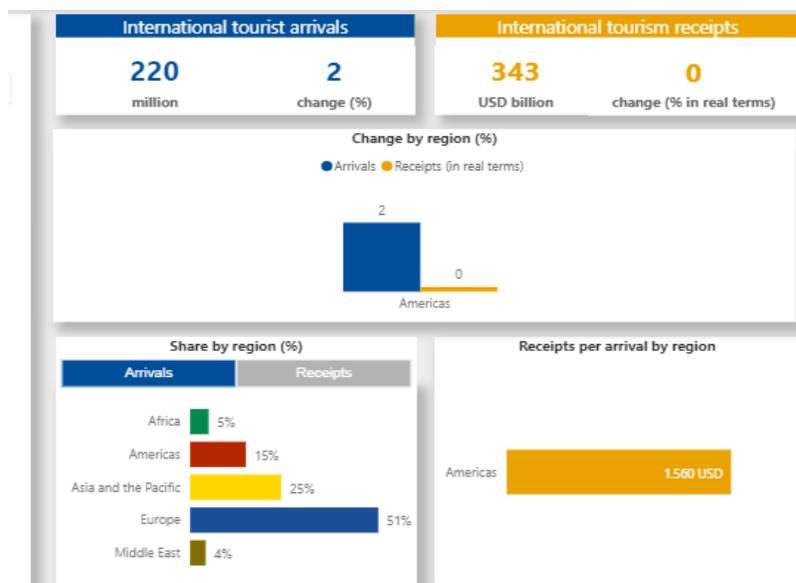


Figura 6. Rendimiento Turístico Global y Regional año 2019

Fuente: OMT Organización Mundial de Turismo

En ambas tablas podemos identificar como las llegadas de turistas internacionales ha aumentado de un año para el otro.

2.1.5.1 Colombia como Destino Turístico

Según cifras obtenidas por Migración Colombia y Sociedades Portuarias 4.5 millones de visitantes no residentes llegaron a Colombia, de ese número 3,2 millones correspondió a extranjeros no residentes desde enero hasta diciembre del 2019.

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

	2018	2019	Var (%)
 Extranjeros no residentes ¹	3.107.630	3.213.837	3,4%
Extranjeros sin venezolanos	2.709.043	2.814.025	3,9%
Estimación de venezolanos	398.587	399.812	0,3%
 Colombianos residentes exterior ²	911.877	940.564	3,1%
 Cruceros internacionales	378.081	361.531	-4,4%
Total	4.397.588	4.515.932	2,7%

Figura 7. Cálculos OEE - MinCIT

Fuente: Migración Colombia y Sociedades Portuarias

Podemos observar que los visitantes no residentes crecieron un 2.7% con respecto al año anterior, lo que nos dice que Colombia se ha vuelto un país que se frecuenta por diversas áreas ya sea por negocios o por turismo. En la vigésima sexta edición de los World Travel Awards (WTA) "Oscar del turismo", Colombia fue elegida como el destino líder de Suramérica, superó a los otros nominados que eran Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú y Uruguay.

Además de esto, Cali ganó como la ciudad líder en cultura de la región, Bogotá fue escogida como el destino ideal para encuentros y conferencias y Cartagena como la ciudad ideal para las lunas de miel. Por otro lado, el periódico estadounidense The New York Times calificó a Colombia en el 2018 como el segundo destino turístico más atractivo para visitar en el mundo en su listado de los 52 lugares para visitar en el mundo por detrás de Nueva Orleans. El periódico neoyorquino calificó a Bogotá como una "vibrante capital" en donde hay una gastronomía envidiable y que cuenta con muchos hoteles increíbles.

Anualmente, y desde hace 13 años, el diario neoyorquino selecciona 52 destinos para pertenecer a la lista, según explicó The New York Times, los lugares deben superar un estricto



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

filtro elegido por los periodistas de la redacción. Los viajeros están interesados en Colombia por las experiencias culturales (música, gastronomía, eventos culturales, ciudades capitales) y naturaleza (observación de aves, aventura, ciclismo, náutica, bienestar, buceo).

A continuación, mencionamos algunos de los lugares turísticos más llamativos de Colombia:

El Desierto de La Tatacoa, ubicado en el Huila, Las Islas de san bernardo, las cuales pertenecen al Parque Nacional Natural, Islas Corales del Rosario y San Bernardo, Monguí En Boyacá, Caño Cristales, la Bahía Sonora o Sound Bay ubicada al este de San Andrés, La Ciudad Perdida. Oculta en las montañas de la Sierra Nevada de Santa Marta, Punta Gallinas, entre otros muchos más lugares hermosos.

2.1.6 Bogotá y Cundinamarca como Destino Turístico

Fundada por Gonzalo Jiménez de Quesada y bautizada como Bacatá, Bogotá fue denominada por Alexander Von Humboldt como “la Atenas de América”, esto debido al gran nivel cultural de los ciudadanos. La ciudad fue epicentro de movimientos científicos, culturales y políticos donde por ejemplo gracias a la “Expedición Botánica” se construyó el primer observatorio Astronómico de las Américas. En 2007 la ciudad fue designada como la Capital Iberoamericana de la Cultura por la UCCI (Unión de ciudades capitales Iberoamericanas). Estos y muchos más movimientos culturales, han hecho que la capital sea una ciudad multicultural donde se mezclan anónimamente toda clase de creencias y prácticas culturales (Instituto Distrital de Turismo).

Dentro de las fortalezas de la ciudad se destaca la estructura ecológica, presentando una variedad de atractivos de naturaleza conservados de una manera apropiada, además de las comunidades locales, actividades de desarrollo física y recreativas que aportan un valor



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

innovador al turismo natural, así mismo la ciudad ha aportado los espacios y herramientas propicias para generar espacios de emprendimiento y formación, mostrando al residente y extranjero el valor del territorio para el aprovechamiento natural, cultural y ambiental. (Instituto Distrital de Turismo).

En el 2018 Bogotá contó con la visita total de 12.923.975 turistas extranjeros, generando un aumento del 28.4% en comparación del 2017, así mismo, una visita de cerca de 11.045.438 turistas nacionales, lo que generó un incremento del 58,5% de turistas en el 2018 y un incremento del 6% en el sector de turismo. Según señaló (Calderón,2018), la ciudad ha generado diversos proyectos de innovación tecnológica y bici travesías en recorridos urbanos y rurales, haciendo mención al reconocimiento que se le da a la ciudad como “la capital mundial de la bicicleta”, así mismo, se han puesto en marcha varios proyectos de desarrollo que buscan una creciente exposición internacional en el turismo de cultura con sus segmentos de gastronomía, artesanías, y bici travesías, así como, rutas urbanas, turismo de naturaleza y el aviturismo (avistamiento de aves) (Revista Semana, 2018).

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Ciudad	2011	2012	2013
Bogotá	861.722	903.657	968.996
Cartagena	177.858	206.066	229.728
Medellín	151.470	166.391	194.991
Cali	109.491	112.278	124.360
B/quilla	53.694	51.917	54.275
San Andrés	46.277	51.590	53.188
B/manga	22.997	21.496	20.070
Santa Marta	20.437	22.429	22.145
Pereira	15.692	18.080	18.579
Cúcuta	20.209	26.981	31.200
Ipiales	6.320	7.002	6.741
Armenia	7.571	7.378	8.198
Manizales	6.234	6.152	6.348
Valledupar	4.293	4.551	4.443
Resto	77.855	86.854	88.807
Total	1.582.120	1.692.822	1.832.069

Figura 8. Visita de Turistas en Bogotá

Fuente. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2013)

En el 2018 la organización Best Cities ubico a Bogotá entre las mejores 12 ciudades de del mundo para realizar negocios, razón por la cual el Instituto Distrital de Turismo (IDT) ha generado varios planes de inversión para potenciar el turismo, tales como: talleres de



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

capacitaciones para actores del sector, fortalecimiento de productos turísticos en la ciudad y mejoramiento de la estructura. Para (Rocha, 2018) la industria ha transformado bases de desarrollo en actividades económicas, haciendo que la ciudad genere varios programas de inversión, donde se busca generar una cadena de valor de liderazgo de proyectos turísticos, cultura turística y responsabilidad social, así como la interpretación de los cerros orientales, y la expansión de la gastronomía, ecoturismo, simbología de musical, diseño de productos turísticos y bilingüismo (Revista Semana, 2018).

Como afirma (Rocha, 2018) la inversión en la infraestructura turística es fundamental para la demanda del sector en la ciudad, por ello se invirtieron cerca de 3.000 millones de pesos para el mejoramiento de los atractivos turísticos y señalización, así mismo, Bogotá avanza y se consolida como un destino imperdible para los colombianos y extranjeros generando entre el 2015 y 2017 58% de incremento en la tasa de ocupación hotelera, abriendo cerca de 108 nuevos establecimientos hoteleros, un aumento del 1,9 en la oferta de empleo, y cerca de 500 restaurantes con registro nacional de turismo vigente desempeñándose en áreas técnicas y concurridas de la capital. (Revista Semana, 2018)

Cundinamarca ha presentado cerca de 4.126.000 visitas en 2017 según el Centro de Información Turística de Colombia (Citur) y un crecimiento del 69% del sector, donde el 98% de las mismas se ven vinculadas a visitas de turistas que provienen de Bogotá, además, se ha evidenciado un incremento del 26% de turistas que visitan la región buscando actividades religiosas o culturales, como por ejemplo la Catedral de Sal de Zipaquirá, gastronómicas, por ejemplo la industria lechera en Sopó o el restaurante Andrés Carne de Res en Chía, el atractivo natural en donde se destaca el ecoturismo y sus parques naturales, o el sin número de rutas



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

rurales y urbanas que presenta la zona. Gracias al crecimiento tecnológico, Cundinamarca actualmente cuenta con más de 948 establecimientos de alojamiento y hospedaje con una tasa de ocupación del 32%, donde se presentan ideas creativas e innovadoras como el glamping (Semana, 2018).

Ciudadanos de las localidades aledañas a Bogotá, han adecuado los recursos del día a día, para generar oportunidades de emprendimiento en el sector turístico, adecuando fincas para ofrecer servicios agroturísticos, nuevas rutas de senderismo y complementar de manera novedosa los parques ecológicos. Gracias a las iniciativas de muchos privados, el sector cuenta con 65 fincas agroturísticas enfocadas en la producción lechera, cafetera y panelera, que prestan recorridos guiados, planes de senderismo y, actividades de aventura. Según el director del Instituto Departamental de Cultura y Turismo (Forero, 2013), la región tiene un turismo inexplorado el cual busca emprender campañas de crecimiento e inversión que posicionan y difundan los atractivos de Cundinamarca. (El Tiempo, 2013)



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

3. Capítulo III. Metodología

En este capítulo se desarrollará todo lo referente al diseño metodológico empleado para la realización del presente proyecto empresarial, se hablará sobre el enfoque y método de investigación, los instrumentos empleados, tipología de investigación, y finalmente las herramientas de recolección de datos.

3.1 Paradigma de Investigación

El diseño metodológico de New Adventure Concept® inicia con el paradigma de investigación, definido por (Kuhn, 1968) como:

“Las realizaciones científicas universalmente reconocidas que, durante cierto tiempo, proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica” asimismo, lo define como, un marco o perspectiva con el cual se analizan, dirigen y coordinan la resolución de problemas y su planteamiento, para tratar de darles una solución.

Para (Damiani, 1997) "Un paradigma constituye un sistema de ideas que orientan y organizan la investigación científica de una disciplina, haciéndola comunicable y modificable al interior de una comunidad científica que utiliza el mismo lenguaje" (p. 56). lo anterior, haciendo referencia al objetivo principal de New Adventure Concept® que desenvolviéndose como un operador turístico que ofrece sus servicios en 4 idiomas (español, inglés, alemán y francés) en espacios rurales y urbanos de Bogotá y 6 municipios de Cundinamarca (Sopo, Zipaquirá, Guatavita, Nemocón, Briceño y Choachí), de una manera segura, profesional y empática.

Durante el desarrollo de una investigación es importante comprobar la viabilidad de la hipótesis, para lo que es necesario un método, una técnica y un instrumento que permita medir,



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

comprobar y calcular la viabilidad de un proyecto, idea de negocio o actividad de emprendimiento.

Teniendo en cuenta lo anterior, (Sampieri, 1998) sugiere “que en primer lugar, es necesario establecer qué pretende la investigación, es decir cuáles son sus objetivos” los cuales se llevan a cabo por medio de un método, que según (Ander-Egg, 199:41) es “el camino a seguir mediante una serie operaciones, reglas y procedimientos fijados de manera voluntaria y reflexiva, para alcanzar un determinado fin que pueda ser material o conceptual” una técnica, definida por (Ander-Egg, 199:42) como “los procedimientos y medios que hacen operativos los métodos” y un instrumento, que según (Arias, 1999) son “los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información”

Con el fin de obtener datos veraces, que puedan usarse a futuro por entidades gubernamentales o instituciones autorizadas por el estado mediante la observación directa, se hará la obtención de datos de forma mixta, realizando un análisis directo y cercano con el público objetivo y los espacios rurales y urbanos de Bogotá y Cundinamarca en donde se desarrollen los tours, así mismo.

3.2 Enfoque de Investigación

Debido a que en lo largo de la investigación se emplean herramientas basadas en datos institucionales y teóricos, recolectados de fuentes primarias y secundarias, el enfoque de la investigación es de forma cualitativa, dicho lo anterior, se pretende conocer las preferencias, solicitudes y requerimientos de los turistas al momento de viajar, así como las actividades que emplean dentro de su tiempo libre y espacio de ocio. Con los datos recolectados, se busca



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

plantear un portafolio de servicios enfocado a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente objetivo, por medio de actividades de turismo cultural y natural desarrollado en áreas urbanas y rurales en Bogotá y Cundinamarca que evidencien lo anteriormente dicho.

El enfoque cualitativo además de permitir el acceso de la información mediante fuentes prácticas y tecnológicas, permite definir de una manera más precisa el segmento de la investigación, ya que posibilita establecer variables constituidas desde el inicio y durante el desarrollo de la misma, además de la obtención de datos generada con ayuda de los tipos de fuentes (ya sean primarias o secundarias) que ayudan a analizar e interpretar la viabilidad de la investigación.

3.3 Método de Investigación

New Adventure Concept® emplea un enfoque metodológico de investigación cualitativo, razón por la cual se decidió emplear como método de investigación la entrevista semiestructurada, esta herramienta además de ser práctico, flexible y analítico, concede describir y observar la conducta de los participantes, de igual manera, permite que el entrevistador durante su interacción con el entrevistado encuentre una relación con el tema de investigación, así como las percepciones, opiniones y experiencias de los participantes frente al tema.

3.4 Tipo de Investigación

La investigación es de tipo descriptiva y exploratoria, ya que el conjunto de ambas permite dar claridad a la misma, así como posibilitar una recolección de los datos relevantes y un



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

acercamiento al problema más conciso. Se elige un enfoque descriptivo porque se pretende detallar la importancia del turismo en las zonas a trabajar para clientes locales y extranjeros (europeos), manejando los requisitos, estándares y solicitudes que se deban implementar como empresa para cumplir con las expectativas y exigencias de los clientes objetivos.

Un enfoque descriptivo permite detallar, conocer y delinear las características de los lugares a trabajar en Bogotá y Cundinamarca, los grupos de personas (sean extranjeros o nacionales) comunidades, procedimientos, etc. De igual manera, este enfoque permite el acercamiento del investigador a las comunidades con las que se trabaja, para que se conozcan costumbres, percepciones y actitudes logrando familiarizarse con las mismas y así conseguir desarrollar análisis más complejos.

Se emplea también un enfoque explicativo para entender las alternativas del turismo natural y cultural elegidas por los clientes objetivos, teniendo en cuenta que el tipo de turismo en el cual se desarrollan las actividades de New Adventure Concept® son uno de los más atractivos y rentables en Latinoamérica específicamente en Colombia, esto gracias a los aspectos sociales e históricos de su cultura, además de los fascinantes ecosistemas, la flora, la fauna, y los prodigiosos y auténticos escenarios geográficos propios del país.

Los datos, percepciones y cualidades encontrados en el estudio investigativo de la idea de negocio son fundamentales para la elaboración del portafolio de negocio de la empresa, lo anterior porque además de entender las preferencias del cliente, permite formar profesionales enfocados en un servicio al cliente profesional y excepcional, permitiendo que la empresa crezca gradualmente, posicionándose en los mercados locales generando una fidelización de consumo basado en sus valores, sus servicios y su creatividad e innovación.



3.5 Instrumento de Recolección de Datos

Para la recolección de datos New Adventure Concept® empleo una entrevista desarrollada en la modalidad de grupo focal (Focus Group), la cual consta de 10 preguntas dirigidas a 2 clientes potenciales, viajeros extranjeros (grupo europeo) y residentes nacionales (grupo colombiano) en donde se pretende saber, entender y conocer las opiniones sobre el portafolio de servicios de la empresa.

Esta entrevista se desarrolló con dos grupos diferentes, para así conocer las opiniones, percepciones y preferencias de los dos tipos de viajero, con el fin de entender cada aspecto cultural y percibir sus necesidades, aplicándolas en los estándares de la empresa, buscando el consentimiento del cliente.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

4. Capítulo IV. Marco Teórico

4.1 Idea de Negocio

La creación de una empresa que funciona como operador turístico, enfocado en el turismo natural y cultural, con servicios de guianza en español, francés, alemán e inglés, en la ciudad de Bogotá y los municipios de Zipaquirá, Nemocón, Sopó, Guatavita, Choachí y Briceño en Cundinamarca, para clientes nacionales y extranjeros, donde cada tour se puede personalizar, acorde a los gustos y preferencias del consumidor, desarrollado en un ambiente seguro, creativo y profesional.

4.2 Razón Social

New Adventure Concept® S.A.S.

4.3 Objeto Económico

New Adventure Concept® es un operador turístico que ofrece servicios de guianza y excursiones locales en espacios urbanos y rurales desarrollados en la ciudad de Bogotá y municipios de Cundinamarca. La empresa cuenta con la opción de personalizar el plan que se desee adquirir, complementando así cada experiencia con transporte y/o alimentación si se desea.

4.4 Constitución Jurídica

New Adventure Concept® es una empresa privada que ofrece servicios de guianza en cuatro idiomas (inglés, español, francés, alemán), además de transporte y alimentación en algunos casos; en la cual están integrados varios medios productivos.

Acorde al decreto 957 de 2019 la empresa se ubica dentro del sector PYMES (pequeñas, y medianas empresas) como una empresa pequeña, teniendo como referente la siguiente tabla que recapitula el decreto número 957 del 5 de junio de 2019 establecido por el Ministerio de Industria y Turismo (MinCIT). Teniendo en cuenta lo expuesto en el decreto la empresa debe devengar una cantidad igual o menor a 32.988 unidades de valor tributario (UVT), la cual, según la revista dinero, 2019, es de 35.607 pesos colombianos.

Tamaño	Manufactura	Servicios	Comercio
Micro	hasta 811	hasta 1.131	hasta 1.535
Pequeña	desde 811 hasta 7.027	desde 1.131 hasta 4.523	desde 1.535 hasta 14.781
Mediana	desde 7.027 hasta 59.527	desde 4.523 hasta 16.558	desde 14.781 hasta 74.066

Figura 9. Clasificación de las empresas en Colombia según tamaño, 2019

Fuente (MinCTI, 2019)

New Adventure Concept® se crea bajo el modelo jurídico de sociedad de acciones simplificadas (SAS) acorde a lo establecido en la ley 1258 de 2008, donde además se no requiere



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

establecer una duración determinada, establece en el artículo 1 se decreta "La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes... los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad" (Secretaría del Senado, 2008). S.A.S. son un modelo legal para la constitución de personas jurídicas, que tuvo su origen en la Ley 1258 del 05 de diciembre de 2008, esta Ley trabaja de forma independiente, lo anteriormente dicho se debe autenticar por medio de un documento privado ante la Cámara de Comercio

4.5 Misión

New Adventure Concept® es una empresa enfocada en diseñar las mejores experiencias turísticas, con estándares de calidad, seguridad y servicio personalizado, a través de la interacción cultural y los idiomas (español, inglés, francés y alemán) por medio de tours y actividades de ocio innovadoras desarrolladas en espacios rurales y urbanos en Bogotá y (6) municipios de Cundinamarca, promoviendo el desarrollo socio-económico y cultural de Colombia; rescatando el valor del patrimonio natural e histórico y buscando crear experiencias inolvidables en los clientes.

4.6 Visión

Para el 2025, New Adventure Concept®, será reconocida como una empresa de turismo innovadora, caracterizándose por sus estándares de calidad, integridad, responsabilidad y servicio personalizado; brindando a sus clientes experiencias culturales y naturales inolvidables,



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

exponiendo una perspectiva enfocada a los encantos socioculturales y paradisíacos de Colombia, cambiando la percepción del país para angloparlantes, francófonos y germanoparlantes extranjeros.

4.7 Objetivo General

Diseñar un plan de negocios de un Operador Turístico que genere Tours y actividades de ocio, basados en experiencias personalizadas, desarrolladas en áreas rurales y urbanas de Bogotá y el departamento de Cundinamarca, específicamente en (6) municipios; Zipaquirá, Nemocón, Choachí, Guatavita, Sopó y Briceño, buscando informar y entretener a clientes francófonos, germano-parlantes y angloparlantes, acerca del patrimonio cultural, histórico y natural de Colombia.

4.8 Objetivos Específicos

- Definir los elementos y componentes culturales y naturales en Bogotá y los siete municipios de Cundinamarca, con el fin de maximizar el deleite y la economía del consumidor.
- Diseñar la creación de nuevas actividades acorde a los gustos del cliente en cuanto a gastronomía, música, cultura, historia y biodiversidad, ofreciendo una empatía cultural con el idioma requerido.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

- Elaborar un plan de negocio para posicionar un operador turístico que responda a las experiencias del cliente por medio de una encuesta para conocer su percepción sobre los Tours, con el fin de promover espacios de crecimiento e innovación.

4.9 Objetivo económico

New Adventure Concept®, es una empresa de turismo enfocada a satisfacer a cada usuario, mediante actividades o planes personalizados con el fin de generar una experiencia inolvidable. Por medio de Tours en espacios rurales y urbanos desarrollados en Bogotá y (6) municipios de Cundinamarca, se da a conocer a los clientes el atractivo histórico, natural, cultural y social colombiano generando conciencia, interés y simpatía en personas nacionales.

Las actividades y planes de New Adventure Concept®, van desde experiencias culinarias, admirando y degustando lo más puro de la gastronomía, visitas a espacios naturales que generan momentos de tranquilidad y armonía, la interacción de costumbres, etnias y culturas en los lugares a visitar, el disfrutar y sentir la diversidad musical recorriendo aquellos sitios históricos propios de la identidad y cultura colombiana; New Adventure Concept®, pretende marcar la diferencia, enseñando, entreteniéndolo, y mostrando a los turistas hispanos, angloparlantes, francófonos o germanoparlantes los atractivos de Bogotá y Cundinamarca.

La empresa brinda a sus clientes la oportunidad de aprender mientras se divierten, personalizando las actividades, haciendo que ellos sean líderes en sus propias experiencias, llevándolos a los rincones más remotos de los lugares a visitar con el profesionalismo, amabilidad y responsabilidad social y ambiental que caracteriza la empresa.

4.10 Impacto social y económico

Una de las finalidades de New Adventure Concept® es promover el crecimiento económico en la ciudad de Bogotá y Cundinamarca, por ello siguiendo lo legislado en la ley 1780 de 2006, en el artículo 1, donde se pretende "impulsar la generación de empleo para los jóvenes entre 18 y 28 años de edad, sentando las bases institucionales para el diseño y ejecución de políticas de empleo" (Ministerio del Trabajo, 2006), se pretende suscitar el empleo en estudiantes de idiomas de universidades públicas y privadas, debido a que estas personas aportan el nivel lingüístico propicio para el buen desarrollo de los tours. Dicho lo anterior se pretende contribuir al crecimiento económico de las familias colombianas, brindando salarios íntegros con todas las prestaciones de ley establecidas por el Gobierno Colombiano, al igual que salud y pensión.

New Adventure Concept® busca rescatar el valor histórico y cultural de las regiones de Cundinamarca, apoyando el sector gastronómico, ecológico y artesanal.

4.11 Impacto Ambiental

Uno de los atractivos turísticos que mayor despierta interés a nivel mundial en Colombia es el ecoturismo. Según la organización mundial de turismo (OMT) Colombia ha tenido un crecimiento cercano al 65% en la industria y será el destino con mayor potencial para los próximos años. Esto debido a su diversidad en flora y fauna, su clima tropical y sus ecosistemas (OMT, 2017).

New Adventure Concept® tiene el propósito de mitigar cualquier impacto negativo que el desarrollo de los planes turísticos pueda afectar al medio ambiente, implementando conductas



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

responsables con el mismo para clientes y colaboradores, donde se genere conciencia ecológica y un impacto positivo en los ecosistemas visitados

De igual manera, se hará un informe constante acorde al numeral 4 del artículo 77 de la ley 300 de 1996 donde se declara el cumplimiento de las normas del Registro Nacional de Turismo (RTN) la información de los impactos ecológicos socioculturales y económicos que los tours generen en los municipios de la región de Cundinamarca, lo anterior correspondiendo al plan sectorial de turismo 2018-2022.

4.12 Estudio Técnico

4.12.1 Capacidad Real

La empresa planea realizar los tours durante todos los meses del año, debido a la opción de personalizar los mismos, la flexibilidad variedad del portafolio, sin embargo, se espera tener un incremento de los servicios durante la temporada alta (junio, julio, diciembre, enero y septiembre para europeos), abarcando clientes nacionales e internacionales.

La empresa desarrollará capacitaciones mensuales de máximo 3 sesiones, donde se busca preparar a los nuevos integrantes de la empresa, y fortalecer el conocimiento de los empleados antiguos, esto buscando mejorar y reforzar los recorridos y servicios que ofrece la empresa a los clientes.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

4.12.2 Posibilidades de Expansión

Con el objetivo de atraer una mayor cantidad de público al mercado, se planea después del segundo año, generar nuevos servicios (alojamiento), incorporar nuevas actividades al portafolio, al igual que integrar nuevos destinos, y desarrollar los tours en otros idiomas.

4.13 Localización

Debido al crecimiento y desarrollo tecnológico que evidencia el día a día, New Adventure Concept® funcionará directamente a través de una página web, la cual pretende ser de fácil acceso para clientes nacionales, y asimismo pueda llegar a cualquier usuario extranjero que desee buscar información sobre nuestros servicios, no obstante, se dispondrá de una empresa física para el manejo de nuestra página web, así se podrá llevar el registro de la misma.

❖ Página Web: <https://vanegasbryanc.wixsite.com/newadvconcept>

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT



Figura 10. Página Web New Adventure Concept®

Fuente. Creación Propia

En vista a la oferta y la demanda de los servicios en la industria hotelera a nivel mundial, se eligió que el servicio de información de la empresa se haga con una página web, esto complementándose con las redes sociales (YouTube, Instagram, Facebook) que brindan un espacio fotográfico, experiencias de los clientes y toda la información sobre los servicios ofertados, para que los clientes puedan instruirse del portafolio de servicios, y puedan elegir y organizar su itinerario de una forma rápida y eficaz desde la comodidad de sus hogares.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

4.13.1 Descripción Geográfica

La oficina estará situada en el barrio Ciudad Montes, que hace parte de la localidad de Puente Aranda en Bogotá. Este espacio consta de 20m², donde se ubicarán los computadores que se encargan del marketing, servicio al cliente y monitoreo de la página web y redes sociales vinculadas a la empresa.

Este punto servirá de recepción para citar al personal que será enviado a cualquiera de los tours que ofrecemos como operador turístico.

4.13.2 Disponibilidad de mano de obra

La contratación del personal será del mercado local con el fin de generar ofertas laborales para estudiantes de idiomas, lo anterior debido a la actual cantidad de personas que buscan carreras profesionales afines, así se busca incorporarlos en áreas como: servicio al cliente y guianza turística.

4.13.3 Mercado de Consumo

Gracias al constante crecimiento del sector turístico en el país según la OMT (organización mundial de turismo) Colombia es uno de los países con mayor demanda turística, donde la mayoría de los servicios turísticos se desarrollan en inglés y español. Según manifiesta Anato, en el 2019 las naciones que más visitaron el país son "Perú con 19 %; Canadá con 18 %; y los países europeos con un 15 %"

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

New Adventure Concept® pretende ofrecer una variedad lingüística en su portafolio de servicio, brindando un intercambio cultural asertivo e innovador en la comunicación con los clientes, por esta razón se pretende ofrecer los servicios para personas que deseen disfrutar la experiencia en francés y alemán, además del inglés y español.

4.14 Flujo de Procesos.

4.14.1 Diagrama de Procesos

Cada uno de los procesos planteados en el diagrama ayuda a desarrollar de manera eficaz, precisa, y detallada todos los tours expuestos por New Adventure Concept®, en él, además de evidenciar el paso a paso de un servicio, se presentan aspectos de salud, seguridad y compromiso con el cliente, con las cuales se pretenden ofrecer un servicio de calidad.

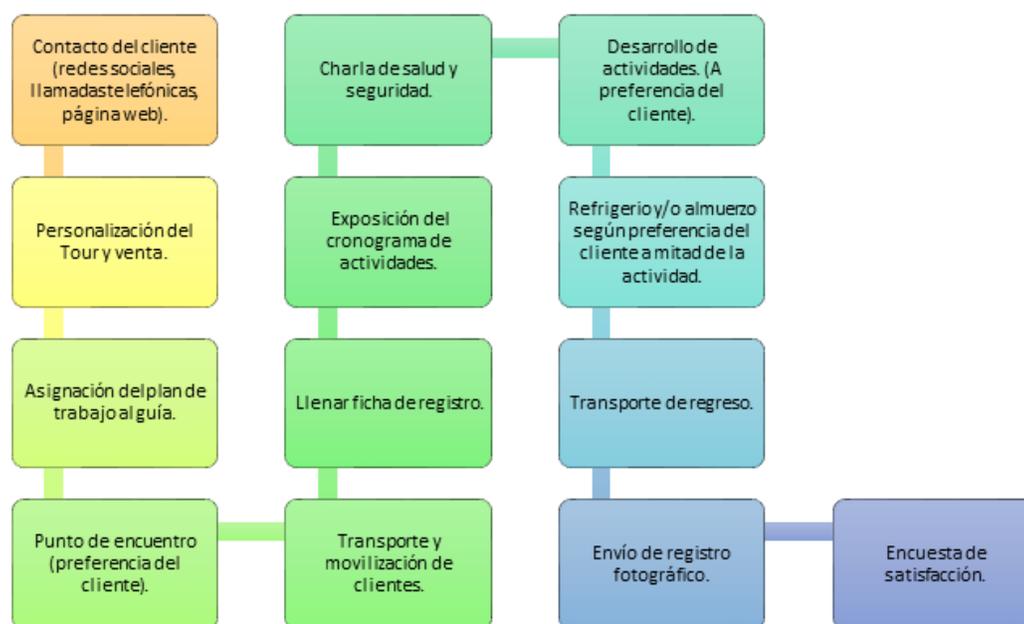


Figura 11. Diagrama de Procesos

Fuente. Creación Propia

4.14.2 Funciones del diagrama de Procesos

Tabla 3

Funciones del Diagrama de Procesos

Sujeto	Descripción
Cliente	Es la base fundamental de nuestra empresa, gracias a él, es posible el continuo crecimiento, la mejora de nuestros servicios y el posicionamiento de la compañía. En primera estancia el cliente, conoce de nuestra empresa, sus políticas de calidad, seguridad y servicio por medio de nuestra página web y redes sociales, luego se pone en contacto con New Adventure Concept®, para que conozca nuestro portafolio de servicio, seleccione el tour y adquiere el servicio
New Adventure Concept®	Se encarga de reunir toda la documentación necesaria para hacer efectivo el tour, así como de coordinar los servicios de transporte, o alimentación de ser requeridos. Mantiene constante comunicación con el cliente antes, durante y al finalizar el tour, se responsabiliza por la seguridad y satisfacción del huésped, para que toda la experiencia sea exitosa.

Fuente Creación Propia

4.15 Estructura Organizacional

La estructura organizacional es la división y agrupación de todas las actividades desarrolladas por la empresa, en donde se busca poder cumplir los objetivos de la empresa de una forma más fácil y dinámica. Esta estructura es también según “El conjunto de todas las formas de trabajo en diferentes tareas, y cómo se lleva a cabo la coordinación de estas” (Mintzberg 1979)

Sin embargo, como manifiesta Gómez Osorio, 2017 no hay una fórmula que permita establecer una estructura organizacional ideal para cada empresa, esta debe formarse acorde a los objetivos, así mismo como a los servicios ofrecidos y su tamaño. La compañía pretende adoptar el modelo de estructura organizacional funcional debido al tamaño y el diagrama de procesos que

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

adopta, de esta manera por medio de un modelo jerárquico se pretende asignar y distribuir funciones a los subordinados para que estos comuniquen los resultados y planes de mejora por medio de un proceso ágil, claro y conciso.

4.15.1 Organigrama New Adventure Concept®



Figura 12. Organigrama New Adventure Concept®

Fuente. Creación Propia

4.15.2 Funciones de New Adventure Concept®

Para conocer la estructura de nuestro operador turístico, se evidencia cada una de las áreas de trabajo dentro de la empresa con sus respectivas funciones, esto con el fin de monitorear el cumplimiento de objetivos de una manera organizada y concisa.

Tabla 4

Funciones en la empresa

Departamento	Descripción
Junta General de Accionistas	Tiene como función principal la inversión de tiempo, dinero e ideas de crecimiento para que New Adventure Concept® genere la expansión y

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

	<p>las ganancias planteadas a futuro, para que del mismo modo logre el posicionamiento, reconocimiento y los objetivos establecidos en primera instancia.</p>
Director General	<p>Es el encargado de delegar funciones internas, coordinar estrategias de crecimiento, y guiar la empresa de la mano del personal y equipo de trabajo al cumplimiento de metas y objetivos, lo anterior ejerciéndolo con liderazgo y la buena toma de decisiones.</p>
Publicidad y Marketing	<p>Es el área encargada de generar los convenios corporativos, de diseñar estrategias creativas para llegar a cada cliente en cualquier parte del mundo por medio de los canales publicitarios de internet, compartir contenido, promover la empresa para generar ventas y posicionamiento en el mercado.</p>
Ventas y Reservas	<p>El equipo de reservas está encargado de agendar los tours de los clientes, coordinando todos los servicios solicitados, así mismo debe proveer el servicio al cliente necesario para resolver dudas, ofrecer recomendaciones, atender quejas y personalizar la experiencia del huésped en el tour, lo anterior vía telefónica, o con los servicios de comunicación proveídos por nuestros canales de publicidad.</p> <p>El equipo de ventas, está encargado de concretar los convenios empresariales, promover el crecimiento de los ingresos y monitorear atentamente la fluctuación de los precios frente a la competencia, la demanda de clientela y la situación del turismo en el país.</p>
Contabilidad y Finanzas	<p>Es el encargado de inspeccionar la normatividad y los procesos contables empleados en la empresa reflejando la situación financiera de la misma, supervisando presupuestos, planes de inversión, y generación de precios para venta, buscando el equilibrio y beneficio del convenio entre empresa y cliente. De igual manera se encarga de la mano del gerente a organizar el pago de nómina, pago de proveedores y afiliaciones</p>
Recursos Humanos	<p>Es el área encargada del recurso más importante de la empresa, el personal, su equipo lo componen trabajadores que se desenvuelven en los idiomas con los cuales trabaja la empresa, es el equipo operacional encargado de interactuar directamente con los clientes, por ende, se caracterizan por ser empáticos, creativos y tener un buen servicio al cliente.</p>

Fuente. Creación Propia.

4.16 Imagen corporativa



Figura 13. Imagen Corporativa New Adventure Concept®

Fuente. Creación Propia

La imagen corporativa traduce a un isologo generado entre la interacción del dibujo y el texto los cuales despiertan la curiosidad del cliente al denotar elementos naturales que aportan vitalidad y energía, esto de la mano de los colores cálidos, llamativos y vigorosos empleados que según la psicología del color generan un estímulo de emociones e interés en el cliente, de la misma manera se optó por el uso de figuras simples y colores planos para el fácil entendimiento de la actividad principal de la empresa, y un estilo gráfico que representa la creatividad con la cual se desarrollaran los tours para jóvenes y adultos.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

4.16.1 Marca

Según lo estipulado por la superintendencia de industria y comercio, (SIC) una marca es un signo distintivo que identifica los servicios y los productos de la empresa.

La marca de New Adventure Concept® pretende transmitir la autenticidad y creatividad con la que se desarrollan las actividades turísticas, demostrando la importancia de valores como respeto, integridad, responsabilidad y diversión buscando la calidad y satisfacción del cliente. “El diseño es el embajador silencioso de tu marca” (Glaser).

4.16.2 Logotipo

Según la American Marketing Association (AMA) un logotipo es “un diseño gráfico que es utilizado como una continuación del símbolo por una compañía, organización o marca, y es a menudo, la forma de una adaptación del nombre de la compañía o de la marca, o es utilizado conjuntamente con el nombre”

New Adventure Concept® pretende proporcionar un nuevo concepto de turismo, donde la persona desarrolle y explore los tours de una forma auténtica e innovadora, generando un ambiente de fidelización siendo un sinónimo de excelencia.

4.16.3 Eslogan.

(Isaza, 2015) define eslogan como:

“El slogan es una sentencia cuyo propósito es explicar de forma sencilla la propuesta de valor de la marca o aquello que constituye su principal argumento de cara al mercado. Es una frase



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

breve que sirve para reforzar y concretar aún más el mensaje que se quiere transmitir, conjuntamente con el logo, de modo que la marca sea percibida de la forma esperada”

El eslogan empleado por New Adventure Concept® intenta transmitir el beneficio de innovación y aventura que tendrá el cliente a la hora de tomar los servicios, por medio de la frase “Tasting The Experience” se pretende evocar en el cliente una sensación de expectativa y sorpresa, donde cada experiencia cuenta.

“Degusta la experiencia” por su traducción en español, hace referencia a la emoción que se puede sentir al percibir algo por primera vez o de manera distinta, haciendo auténticas las interacciones con la empresa explicando detalladamente cada interacción, dejando una huella en nuestros clientes capaz de ser sinónimo de percepción por medio de los sentidos.

4.17 Marco Legal

A continuación, se relacionan las entidades, decretos y leyes que permiten el funcionamiento y realización de la empresa. Siendo guías fundamentales para el desarrollo de procesos, la implementación de protocolos y la transparencia frente al Gobierno Colombiano.

Tabla 5

Leyes y Decretos del Turismo en Colombia

Leyes y Decretos	Artículo	Descripción
------------------	----------	-------------

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Ley 1834 (Ley Naranja) 2017	Artículo 1°	“La presente ley tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual.”
	Artículo 3°	“El Gobierno nacional tomará las medidas necesarias para que las industrias creativas nacionales sean exaltadas, promocionadas, incentivadas, protegidas y reconocidas ...”
	Artículo 5°	<p>“1. Información. Se promoverá un adecuado levantamiento de información constante, confiable y comparable sobre los sectores de la economía creativa.</p> <p>2. Instituciones. Se coordinará la gestión administrativa que permita involucrar al sector público, privado, mixto y no gubernamental, que permita articular de forma adecuada los postulados de la Economía Creativa. La articulación de las instituciones u organizaciones públicas y privadas a nivel regional, también es necesaria para crear un terreno fértil para la industria cultural y creativa, sobre todo en los departamentos, ciudades, distritos y municipios.</p> <p>3. Industria. Se fortalecerá el papel de las industrias creativas, así como su formalización y adecuación, con la finalidad de que se proteja y apoye su contribución en el producto interno bruto.</p> <p>4. Infraestructura. Se desarrollará la infraestructura necesaria para que, en el marco de las competencias del Gobierno nacional y los Gobiernos locales, se privilegie la inversión en infraestructura física e infraestructura virtual, así como a su acceso inclusivo.</p> <p>5. Integración. Se promoverán 105 instrumentos internacionales necesarios para que las industrias de la economía creativa obtengan acceso adecuado a mercados fortaleciendo así su exportación, sin perjuicio de aquellos tratados y obligaciones internacionales suscritas y ratificadas por Colombia.</p> <p>6. Inclusión. Se promoverá el desarrollo de las industrias creativas, con miras a que estas se conviertan en vehículos de integración y resocialización como generadoras de oportunidades laborales y económicas. En este sentido, se fortalecerán espacios de circulación independientes de todas las artes en general mediante el reconocimiento de los mismos espacios y equipamientos culturales. A través de la difusión de contenidos locales independientes, se impulsarán vías de circulación tales como radio pública y comunitaria, tv pública, salas de cine, librerías, espacios de circulación de música en vivo y artes escénicas habituales y no habituales y otros mecanismos de circulación de bienes y servicios culturales que beneficien principalmente la comercialización y consumo de contenidos locales y nacionales.</p> <p>7. Inspiración. Se promoverá la participación en escenarios locales, virtuales, nacionales e internacionales que permitan mostrar el talento nacional, conocer el talento internacional, e inspirar la cultura participativa desarrollando la Economía Creativa en todas sus</p>

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

		expresiones.”
	Artículo 8°	“El Gobierno nacional identificará acciones e incentivos para el desarrollo y crecimiento de las industrias creativas y culturales, incluyendo facilitación de procesos de importación y exportación de bienes y servicios vinculados a actividades creativas y culturales ... Las entidades territoriales velarán para que los permisos, autorizaciones y demás requerimientos necesarios a nivel local para el desarrollo de actividades creativas y culturales sean fácilmente previsibles, transparentes y expeditos.”
	Artículo 11°	“El Gobierno nacional promoverá la adecuada financiación que permita desarrollar la Economía Creativa. Para esto, el Banco de Desarrollo Empresarial y Comercio Exterior (Bancóldex) estará encargado de crear mecanismos de financiación para emprendimientos creativos, a través de los instrumentos y vehículos que dicha entidad determine según su objeto y competencia”
	Artículo 14°	“El Consejo Nacional de Economía Naranja y la Comisión Intersectorial de Propiedad Intelectual (CIPI) estarán a cargo, de manera conjunta, de coordinar la promoción del sello "Creado en Colombia". cuyo fin será la divulgación de los bienes y servicios creativos originados en el país”
Ley 590 de 2000	Artículo 1°	<p>“La presente Ley tiene como objeto:</p> <p>a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos;</p> <p>c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas;</p> <p>d) Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales;</p> <p>f) Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas;</p> <p>j) Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.”</p>

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Ley 1558 de 2012	Artículo 1°	<p>“La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.”</p>
	Artículo 3°	<p>“Son principios rectores de la actividad turística los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Concertación. En virtud del cual las decisiones y actividades del sector se socializarán en acuerdos para asumir responsabilidades, esfuerzos y recursos entre los diferentes agentes comprometidos, tanto del sector estatal como del sector privado nacional e internacional para el logro de los objetivos comunes que beneficien el turismo. <p style="margin-left: 40px;">Las comunidades se constituyen en parte y sujeto de consulta en procesos de toma de decisiones en circunstancias que así lo ameriten, para ello se acudirá al consentimiento previo libre e informado como instrumento jurídico ajustado al marco internacional de Naciones Unidas.</p> 2. Coordinación. En virtud del cual las entidades públicas que integran el sector turismo actuarán en forma coordinada en el ejercicio de sus funciones. 3. Descentralización. En virtud del cual la actividad turística es responsabilidad de los diferentes niveles del Estado en sus áreas de competencia. 4. Planeación. En virtud del cual las actividades turísticas serán desarrolladas de acuerdo con el plan sectorial de turismo, el cual formará parte del plan nacional de desarrollo. 5. Libertad de empresa. En virtud del cual, y de conformidad con lo establecido en el artículo 333 de la Constitución Política, el turismo es una industria de servicios de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, sujeta a los requisitos establecidos en la ley y en sus normas reglamentarias. Las autoridades de turismo en los niveles nacional y territorial preservarán el mercado libre, la competencia abierta y leal, así como la libertad de empresa dentro de un marco normativo de idoneidad, responsabilidad y relación equilibrada con los usuarios. 6. Fomento. En virtud del cual el Estado protegerá y otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades turísticas, recreacionales y en general, todo lo relacionado con esta actividad en todo el territorio nacional. 7. Facilitación. En virtud del cual los distintos organismos relacionados directa o indirectamente con la actividad turística, simplificarán y allanará los trámites y procesos que el consejo superior de turismo

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

		<p>identifique como obstáculos para el desarrollo del turismo.</p> <p>8. Desarrollo social, económico y cultural. El turismo conforme al artículo 52 de la Constitución Política, es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades.</p> <p>9. Desarrollo sostenible. El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.”</p>
Decreto 1074 De 2015. Decreto Único Reglamentación Del Sector Comercio, Industria y Turismo.	Artículo 1°.1.1.1	<p>“El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tiene como objetivo primordial dentro del marco de su competencia: formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior.”</p>
	Artículo 3° (modificación Artículo 2.2.4.1.2.1.)	<p>“Inscripción al Registro Nacional de Turismo:</p> <p>1. Presentación del formulario, Los prestadores de servicios turísticos deberán presentar ante el Registrador formulario diseñado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, diligenciado en su totalidad.</p> <p>2. Prueba de la existencia y representación legal. Cuando se trate de personas jurídicas, la acreditación se hará mediante la presentación del certificado existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio o autoridad competente del lugar del domicilio del prestador. se tratare de una persona natural, ésta acompañará el correspondiente certificado de inscripción en el registro mercantil. En cualquiera de los dos eventos, así como en el señalado en inciso 3 del presente numeral, deberá adjuntar el certificado de matrícula mercantil del establecimiento o establecimientos de comercio. Los documentos que trata numeral deberán estar vigentes al momento de su presentación”</p>

Fuente. Creación Propia

Tabla 6

Entidades Involucradas en el Turismo de Colombia

Entidad	Descripción
---------	-------------

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Superintendencia de Industria y Comercio	Es un organismo técnico de carácter administrativo asignado al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, cuya función es fortalecer los procesos de desarrollo empresarial y los niveles de satisfacción del consumo en Colombia. De la misma manera, protege los derechos del consumidor, la libre competencia, vigilar el cumplimiento de las normas relacionadas con la administración de datos personales reglamentos técnicos y legales, y ejercer como Autoridad Nacional de Propiedad Industrial. (Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia)
Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (DIAN)	La Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) tiene como objetivo ayudar a garantizar la seguridad fiscal del estado colombiano y la protección del orden público económico nacional, administrando y controlando las obligaciones tributarias cambiarias, aduaneras, derechos de explotación, gastos de administración sobre los juegos de suerte y azar, y el favorecimiento de operaciones de comercio exterior en condiciones de legalidad, transparencia y equidad. Sus funciones y competencias, se ven identificadas, y expresadas en el Decreto 4048 de 2008: Artículo 3 y el Decreto 1292 de 2015. Artículo 1 (DIAN)
Cámara de Comercio de Bogotá	Es una institución que fomenta la creación de empresas, defendiendo los intereses de los empresarios y emprendedores, siendo un organismo asesor y consultor del Gobierno. Así mismo, trabaja continuamente en la expansión de los negocios, el crecimiento de la ciudad y la expansión de mercados, focalizándose en el incremento de la demanda de servicios. (Cámara de Comercio de Bogotá).

Fuente. Creación Propia

4.17.1 Normas de Registro y Entidades de Vigilancia y Control

A continuación, se exponen los organismos de control, que permiten el desarrollo, funcionamiento y crecimiento de las empresas, según la (Constitución Política de Colombia, 1991), así como las normas y registros de control:

Tabla 7

Normas de Registro y Control

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Entidad / Ley / Decreto	Artículo	Descripción
Constitución Política de Colombia 1991	Artículo 333°	<p>La Constitución Política de Colombia establece los derechos, deberes y responsabilidades del ciudadano para que el mismo goce de un ambiente sano y se pueda garantizar su participación en todas las decisiones que lo afecten.</p> <p>El Artículo 333, establece que: “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones... La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación”.</p>
	Artículo 334°	<p>El Artículo 334 dispone: “La dirección general de la economía estará a cargo del Estado. Este intervendrá por mandato de la ley en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados”</p>
Ley 1014 de 2006	Artículo 2°	<p>“La presente ley tiene como objeto:</p> <p>a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;</p> <p>b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;</p> <p>c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;</p> <p>d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo;</p> <p>e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;”</p>
	Artículo 4°	<p>“Las obligaciones del Estado para garantizar la eficacia de la Ley son:</p> <p>1. Promover en todas las entidades educativas formales y no formales,</p>

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

		<p>el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación.</p> <p>2. Buscar la asignación de recursos públicos para e apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo</p> <p>3. Buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de créditos”</p>
Ley 300 de 1996	Artículo 1° (Modificado por Art 2°, Ley 1558 de 2012)	“El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social.”
	Artículo 6°	“La dirección de estrategia turística tendrá a su cargo la realización de investigaciones técnicas en materia de promoción, mercados y desarrollo de productos, que sirvan de soporte a los contratos que el Ministerio de Desarrollo Económico y la Corporación Nacional de Turismo celebren con el administrador del fondo de promoción turística en esta materia. Igualmente, tendrá a su cargo la elaboración del proyecto del plan sectorial de turismo, la asistencia técnica a las entidades territoriales en materia de planificación turística el apoyo a la creación de infraestructura básica que impulse el desarrollo turístico, las investigaciones especiales que apoyen la competitividad del sector y las relaciones internacionales.”
Decreto 504 de 1997	Artículo 1°	<p>“Objeto del registro. El registro Nacional de Turismo de que trata el artículo 61 de la Ley 300 de 1996, tiene por objeto:</p> <p>1. Establecer mecanismos de identificación y regulación de los prestadores de servicios turísticos</p> <p>2. Llevar la inscripción de los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia</p> <p>3. Establecer un sistema de información sobre el sector turístico”</p>
Resolución 118 de 2005 Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Artículo 1°	<p>“Para que la prestación de servicios turísticos pueda ser considerada dentro del concepto de servicios de ecoturismo y acceder así a los beneficios tributarios a que se refiere el artículo 207-2 del Estatuto Tributario, deberá cumplir el lleno de los siguientes requisitos:</p> <p>1. Se deberá desarrollar en un área con un atractivo natural especial.</p> <p>De conformidad con el decreto 2755 de 2003, son áreas de atractivo natural especial todas aquellas áreas que conserven una muestra de un ecosistema natural, entendiendo como la unidad funcional compuesta de elementos bióticos y abióticos que ha evolucionado naturalmente y mantiene la estructura, composición dinámica y funciones ecológicas características del mismo y cuyas condiciones constituyen un atractivo especial</p>

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

	<p>Dentro de este concepto se entenderán comprendidas las áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales, las pertenecientes a las reservas naturales de la sociedad civil debidamente registradas y cualquier otra área en que el interesado justifique ante la autoridad ambiental el cumplimiento de las condiciones a que se refiere el inciso anterior.</p> <p>2. Deberá producir un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respetar el patrimonio cultural, educar y sensibilizar a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza, de acuerdo con lo dispuesto en la presente resolución.</p> <p>En concordancia con lo anterior, los servicios de ecoturismo estarán restringidos a la búsqueda de la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos.</p> <p>3. Deberá corresponder a alguna de las actividades a que se refiere el artículo 11 del Decreto 2755 de 2003, con el debido cumplimiento de las condiciones que el mismo artículo establece para cada una de estas actividades.</p> <p>4. Deberá sujetarse a los demás requisitos y criterios que se establecen en la presente resolución.”</p>
<p>Decreto 1075 de 1997 Artículo 1°</p>	<p>“El Ministerio de Desarrollo Económico impondrá sanciones, de oficio o a petición de parte, a los prestadores de servicios turísticos, cuando incurran en cualquiera de las siguientes conductas:</p> <p>a) Presentar documentación falsa o adulterada al Ministerio de Desarrollo Económico o a las entidades oficiales que lo soliciten</p> <p>b) Utilizar publicidad engañosa o que induzca a error público sobre precios, calidad o cobertura del servicio turístico ofrecido</p> <p>c) Ofrecer información engañosa o dar lugar a error en el público respecto a la modalidad del contrato, la naturaleza jurídica de los derechos surgidos del mismo y sus condiciones o sobre las características de los servicios turísticos ofrecidos y los derechos y obligaciones del turista</p> <p>d) Incumplir los servicios ofrecidos a los turistas</p> <p>e) Incumplir las obligaciones frente a las autoridades de turismo</p> <p>f) Infringir las normas que regulan la actividad turística</p> <p>g) Operar sin el previo registro de que trata el artículo 61 de la Ley 300 de 1996</p>
<p>Resolución 460 de 2010 Ministerio de Comercio, Industria y Turismo</p> <p>Artículo 1</p>	<p>“Los requisitos generales establecidos en el Decreto 504 de 1997, en concordancia con el Decreto 2074 de 2003 o aquellos que lo modifiquen o sustituyan, deberán acreditar los siguientes requisitos para su inscripción en el Registro Nacional de Turismo:</p>

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

		<p>a) Acreditar la existencia de un local abierto al público.</p> <p>b) Demostrar la propiedad de todos los equipos con los que prestará el servicio de arrendamiento de vehículos, para lo cual deberá adjuntar la fotocopia de la Licencia de Tránsito de cada uno de ellos a nombre del prestador de servicios turísticos. También podrá demostrar que los vehículos se encuentran bajo la figura de arrendamiento financiero o leasing a su nombre. El número de vehículos con los que se prestará el servicio no podrá ser inferior a cinco (5).</p> <p>c) Acreditar su capacidad financiera con un capital mínimo equivalente a quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes, mediante certificado de existencia y representación legal, si se tratare de personas jurídicas o mediante balance certificado por contador público con tarjeta profesional, si se tratare de una persona natural.</p> <p>d) Suministrar las tarifas de alquiler de vehículos y servicios accesorios, para certificar la fecha de su vigencia, suscritos por contador público con tarjeta profesional. Las tarifas deberán ser actualizadas cada vez que el prestador de servicios turísticos las modifique.</p> <p>El Registrador Nacional de Turismo expedirá, junto con el certificado de inscripción y de actualización, una relación de los vehículos con los que la empresa prestará el servicio.”</p>
Decreto 2183 de 2013	Artículo 1°	“Las estadísticas del sector turístico que genere el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), garantizarán la comparabilidad internacional y para el efecto, adoptarán las mejores prácticas, lineamientos técnicos, conceptuales y metodológicos presentados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), particularmente la Organización Mundial del Turismo (OMT); la Comunidad Andina (CAN), entre otros organismos o acuerdos multilaterales”
	Artículo 2°	“El plan estadístico sectorial acordado entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el DANE, mediante el cual se identifica la información estadística y sus requerimientos para facilitar el seguimiento y la evaluación de las políticas, planes y programas de gobierno en materia de turismo, priorizará los distintos tipos de operaciones estadísticas: Censos, muestras y registros administrativos requeridos para el cumplimiento de lo establecido en la Ley 300 de 1996 - Ley general de turismo, la Ley 1101 de 2006 y la Ley 1558 de 2012 y demás normas que reglamenten el tema.”
Resolución 3860 De 2015 NTS	Artículo 1°	<p>“Los prestadores de servicios turísticos que realicen las actividades relacionadas con el Turismo de Aventura deberán cumplir, según la actividad que corresponda con las siguientes Normas Técnicas Sectoriales y posteriores que se lleguen a expedir:</p> <p>2) Normas Técnicas Sectoriales- de Guías de Turismo NTS GT-005 “Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos ecoturísticos”</p>



Fuente. Creación Propia

4.17.2 Normatividad de Funcionamiento

Los operadores turísticos desempeñan sus labores por medio de la vigilancia y el cumplimiento de la Ley 1558 de 2012 (modifica la Ley 300 de 1996) en donde se fomenta el desarrollo, la promoción, la competitividad, y la regulación del sector turístico de Colombia, por medio de los mecanismos o entidades que permitan la protección, creación conservación y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos.

Todos los prestadores que ejerzan operaciones turísticas en Colombia, deben inscribirse al Registro Nacional de Turismo (RNT), el cual debe actualizarse anualmente, y es obligatorio para el funcionamiento de los servicios a desarrollar, para que así se reciban los beneficios del Decreto 2063 de 21018, expedido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Dentro de los requisitos generales para llevar a cabo la inscripción, se encuentran (Cámara de Comercio de Cali, 2016):

- ❖ Inscribirse previamente al Registro Mercantil, el cual debe denotar la actividad comercial o el objeto social que se desempeñe, de igual manera, a persona debe estar inscrito a los demás registros exigidos por la ley.
- ❖ Se debe diligenciar toda la información solicitada a través de un formulario electrónico de inscripción y actualización del RTN, el cual se encuentra en las páginas de las cámaras



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

de comercio. De la misma forma, el propietario del establecimiento, se debe matricular en la Cámara de Comercio según lo estipulado en el Código de Comercio.

- ❖ Diligenciar en el formulario la capacidad técnica, relacionando elementos magnéticos, electrónicos y mecánicos usados por la empresa que desarrollara los servicios de turismo.
- ❖ En el formulario electrónico diligenciar el patrimonio neto según la categoría del prestador, y constatar que se presentó ante autoridad competente los Estados Financieros conforme al marco normativo contable
- ❖ Diligenciar la capacidad operativa, describiendo la estructura orgánica y número de empleados que prestan servicios en la compañía, así como el nivel de formación de cada uno
- ❖ Adherirse al código de conducta acuerdo a lo estipulado en la Ley 1336 de 2009 y 679 de 2001 en donde se promueven las políticas que prevean la explotación sexual comercial de niños o adolescentes en la actividad turística.
- ❖ Informar que el cumplimiento de la certificación de las Normas Técnicas Sectoriales de Turismo de Aventura, por medio del número de acreditación o la implementación de las Normas Técnicas Sectoriales de Sostenibilidad Turística.

4.18 Responsabilidad Fiscal

Según la Contraloría General de la República declarando bajo el artículo 1° de la Ley 610 de 2000, la Responsabilidad Fiscal es: “El proceso de responsabilidad fiscal es el conjunto de actuaciones administrativas adelantadas por las Contralorías con el fin de determinar y establecer la responsabilidad de los servidores públicos y de los particulares, cuando en el ejercicio de la

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

gestión fiscal o con ocasión de ésta, causen por acción u omisión y en forma dolosa o culposa un daño al patrimonio del Estado.” (Congreso de Colombia, 2000).

Tabla 8

Responsabilidad Fiscal

Ley / Decreto	Artículo	Descripción
Ley 610 de 2000	Artículo 3°	“Gestión fiscal. Para los efectos de la presente ley, se entiende por gestión fiscal el conjunto de actividades económicas, jurídicas y tecnológicas, que realizan los servidores públicos y las personas de derecho privado que manejen o administren recursos o fondos públicos, tendientes a la adecuada y correcta adquisición, planeación, conservación, administración, custodia, explotación, enajenación, consumo, adjudicación, gasto, inversión y disposición de los bienes públicos, así como a la recaudación, manejo e inversión de sus rentas en orden a cumplir los fines esenciales del Estado, con sujeción a los principios de legalidad, eficiencia, economía, eficacia, equidad, imparcialidad, moralidad, transparencia, publicidad y valoración de los costos ambientales.”
	Artículo 4°	“La responsabilidad fiscal tiene por objeto el resarcimiento de los daños ocasionados al patrimonio público como consecuencia de la conducta dolosa o culposa de quienes realizan gestión fiscal mediante el pago de una indemnización pecuniaria que compense el perjuicio sufrido por la respectiva entidad estatal. Para el establecimiento de responsabilidad fiscal en cada caso, se tendrá en cuenta el cumplimiento de los principios rectores de la función administrativa y de la gestión fiscal.”
	Artículo 8°	“El proceso de responsabilidad fiscal podrá iniciarse de oficio, como consecuencia del ejercicio de los sistemas de control fiscal por parte de las propias contralorías, de la solicitud que en tal sentido formulen las entidades vigiladas o de las denuncias o quejas presentadas por cualquier persona u organización ciudadana, en especial por las veedurías ciudadanas de que trata la Ley 563 de 2000.”
Ley 1474 de 2011	Artículo 1°	“Las personas naturales que hayan sido declaradas responsables judicialmente por la comisión de delitos contra la Administración Pública cuya pena sea privativa de la libertad o soborno transnacional, con excepción de delitos culposos. Esta inhabilidad se extenderá a las sociedades en las que sean socias tales personas, a sus matrices y a sus subordinadas, con excepción de las sociedades anónimas abiertas. La inhabilidad prevista en este literal se extenderá por un término de veinte (20) años”
Ley 1101 de 2006	Artículo 2°	“El artículo 41 de la ley 300 de 1996, quedará así: Base de la liquidación de la contribución. La contribución parafiscal se liquidará trimestralmente por un

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

	<p>valor correspondiente al 2.5por mil de los ingresos operacionales, vinculados a la actividad sometida al gravamen, de los aportantes señalados en el artículo 3° de esta Ley.</p> <p>La entidad recaudadora podrá obtener el pago de la contribución mediante cobro coactivo cuando fuere necesario. Para tal efecto, tendrá facultad la jurisdicción coactiva.”</p>
Artículo 3°	<p>“Aportantes a la contribución parafiscal para la promoción del turismo. Para los fines señalados en el artículo 1°de la presente ley, se consideran aportantes los siguientes:</p> <p>3. Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras</p> <p>4. Las oficinas de representación turística</p> <p>5. Las empresas dedicadas a la operación de actividades tales como canotaje, balsaje, espeleología, escalada, parapente, canotaje, buceo, deportes náuticos en general</p> <p>6. Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones”</p>
Artículo 4°	<p>“Créase el impuesto nacional con destino al turismo como inversión social mediante la promoción y el fortalecimiento de la competitividad que comprende la capacitación y la calidad turísticas.</p> <p>El sujeto activo del impuesto con destino al turismo será la Nación – Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Son sujetos pasivos del impuesto con destino al turismo, todos los pasajeros cuyo tiquete de viaje incluya a Colombia, en medios de transporte aéreo de tráfico internacional. No serán sujetos pasivos del impuesto los pasajeros que vengan al territorio colombiano en tránsito o en conexión internacional.”</p>

Fuente. Creación Propia

4.19 Estudio de Mercado

4.19.1 Características del Sector Económico

New Adventure Concept® es una empresa del tercer sector de la economía, que ejerce sus labores como operador turístico, brindando servicios de guianza enfocadas en el turismo natural y cultural en espacios urbanos y rurales, que tiene como objetivo generar experiencias



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

inolvidables e innovadoras para clientes nacionales y extranjeros, donde busca principalmente que Bogotá y los (6) municipios de Cundinamarca en donde presta sus servicios, sean destinos más atractivos por los turistas para así contribuir al crecimiento del sector y la economía del país.

En el 2017 Colombia aprueba la Ley Naranja (o Ley 1834) buscando incentivar, proteger y fomentar las industrias creativas en el país, generando un valor en sus bienes y servicios fundamentados en la propiedad intelectual. Esta herramienta de desarrollo social, cultural y económico, representa cerca del 3.3% del producto interno bruto (PIB) en el país y genera más de 1 millón de empleos, según estadísticas de la Cámara de Comercio de Bogotá.

En el artículo 9 de la ley 1834 de 2017, el Gobierno Nacional a través de la Financiera de Desarrollo Territorial (Findeter), creará líneas de crédito y cooperación técnica para fomentar e impulsar la infraestructura creativa y cultural del país, de igual manera, acorde al artículo 11 de esta ley, por medio del Banco de Desarrollo Empresarial (Bancóldex) se buscará promover la financiación que permita desarrollar la economía creativa, lo anterior, por medio de mecanismos de préstamo para emprendimientos creativos (Senado de la República de Colombia, 2017).

Luego de la firma del tratado de paz entre el ex presidente Juan Manuel Santos y Rodrigo Londoño “Timochenko” máximo jefe de las FARC en 2016, Colombia ha logrado posicionarse como destino turístico de primer nivel, evidenciando un incremento exponencial de visitantes extranjeros, que generalmente proceden de Sudamérica, Estados Unidos y Europa. Según (ProColombia, 2017) “la paz se ha convertido en un impulso muy fuerte para las exportaciones y el turismo. La visión entorno a Colombia es muy positiva”. Por otro lado, Colombia cuenta con una infinidad de paisajes donde abundan ecosistemas ricos en fauna y flora, lo anterior sumado a



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

su gente y su clima tropical, lo hacen un destino cada vez más apetecido por los viajeros extranjeros.

En la actualidad, los turistas prefieren organizar su itinerario antes del viaje, buscando conocer los atractivos del sitio a visitar, los requisitos legales, las divisas, costos en la conversión de moneda y los consejos o recomendaciones que hagan su viaje más cómodo y placentero, razón por la cual, el internet en conjunto a las redes sociales ha sido su mejor aliado, es por ello que New Adventure Concept®, ofrece su portafolio de servicio y al igual que el soporte técnico y acompañamiento necesario para ser ese mediador entre los clientes por medio de una página web y redes sociales,. En la actualidad, personas de entre los 18 a 70 años usan el internet con frecuencia como herramienta de viajes para la compra de tiquetes, reservas en hoteles e información turística.

Al visitar Colombia se deben tener en cuenta una serie de normas y requisitos, las permiten el ingreso y tránsito en el país sin ningún inconveniente, algunos de estos requisitos son:

- ❖ Documento de identificación: para países pertenecientes al MERCOSUR, aquí solo se requiere DNI o pasaporte vigente en buen estado
- ❖ Pasaporte vigente y visa de turismo si es requerida según el país de procedencia.
- ❖ Como turista puede permanecer en el país por 90 días
- ❖ Si se ingresa al país con dinero superior a los 10.000 USD, o su equivalente en otras monedas, se debe declarar dicho monto en el formulario de declaración de equipaje y dinero.

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

- ❖ Vacuna de la fiebre amarilla tomada por lo menos 10 días antes del viaje para viajar a ciertas regiones del país. Las ciudades que no requieren esta vacuna son: Bogotá Cartagena Medellín Cali Barranquilla y San Andrés.

Según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MinCIT), en el 2019 cerca de 4.515.932 visitantes arribaron a Colombia en busca de negocios y experiencias naturales o culturales, esto debido a la recepción que tuvo el país a causa del tratado de paz firmado en 2016. Para (Guerrero, 2020), “Colombia está de moda y nuestro incremento en el turismo receptivo va en una tendencia positiva en contraste con Suramérica, creciendo seis puntos porcentuales por encima de la región”. Entre los mercados que más emiten viajeros se destaca a Estados Unidos (22%), Perú (19%) y Francia (12%), países que destacan a Colombia como destino turístico de talla internacional, con criterios de calidad y sostenibilidad, además se incorporaron 17 nuevas rutas aéreas con conexión a varios países buscando crecimiento, programas de inversión promoción y capacitación con mercados extranjeros, los cuales pretenden fortalecer la prestación de servicios turísticos de manera responsable, sostenible y de calidad en el país.

	2017	2018	2019
ANTIOQUIA	333.640	379.163	438.530
ATLÁNTICO	53.710	70.949	62.185
BOGOTÁ, D. C.	1.165.977	1.254.656	1.259.414
BOLÍVAR	420.543	511.903	530.177
CUNDINAMARCA	12.658	14.818	16.212
LA GUAJIRA	2473	2248	3015
ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA	114.472	104.483	98.603
AMAZONAS	6409	5962	6950
TOTAL GENERAL	2.109.882	2.344.182	2.415.086

Figura 14. Visitantes Extranjeros

Fuente. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

(Portafolio,2019) destaca a Bogotá como uno de los destinos más frecuentados por los viajeros, consolidando a la capital colombiana como la cuarta ciudad más visitada en Latinoamérica, presentando un incremento del 9,3% entre 2009 y 2018. (Calderón, 2018) señala que los proyectos en los cuales el instituto distrital de turismo de Bogotá (IDT) está invirtiendo son: "la Ruta Leyenda de El Dorado, el TransMiCable, las rutas urbanas, el turismo cultural con sus segmentos de la gastronomía, las artesanías, las bici travesías, el turismo de naturaleza y el aviturismo" buscando un crecimiento y exposición en el ámbito internacional

Adicionalmente, Colombia cuenta con varios destinos naturales y culturales, que son desconocidos por los turistas extranjeros, New Adventure Concept® pretende expandir la cantidad de oferta del turismo cultural y natural en otras zonas de Colombia, como lo es Bogotá y Cundinamarca, esto, gracias a la cantidad de actividades a desarrollar, gastronomía y parques naturales que allí se encuentran, los cuales cuentan con una amplia riqueza natural, social, cultural e histórica.

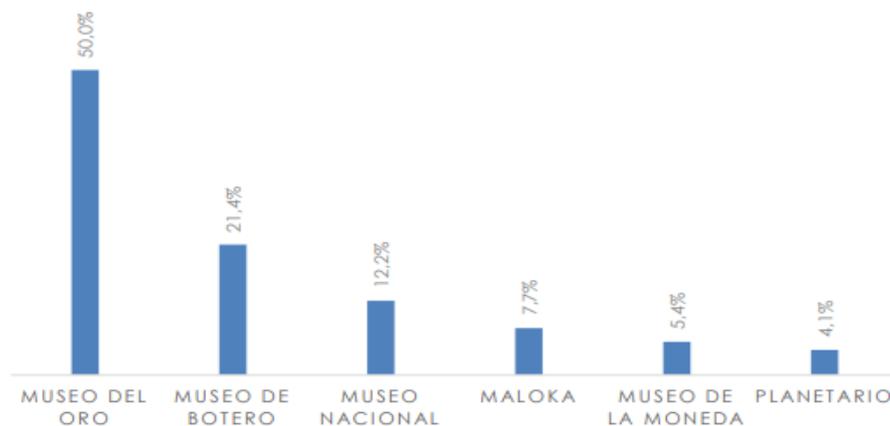


Figura 15. Visita a museos en Bogotá

Fuente. Instituto Distrital de Turismo de Bogotá, 2019

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Tipología	Internacionales	Nacionales	Turistas
Museos	67,5%	36,4%	50,9%
Parques Naturales	21,6%	30,8%	26,5%
Parques de Atracciones	10,9%	32,8%	22,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 16. Sitios visitados en Bogotá por Turistas

Fuente. Instituto Distrital de Turismo en Bogotá, 2019

Total de visitantes a parques naturales

Mensual	Visitantes	2017	2018	%Var 18/17
	Mayo		82.388	129.079
Junio		123.214	135.833	10,2%
% Var Mensual		49,6%	5,2%	

Año Corrido		2017	2018	%Var 18/17
	Ene-May		685.106	804.317
Ene-Jun		808.320	940.150	16,3%

Figura 17. Visitas a Parque Naturales

Fuente. (MinCIT, 2017)

Acorde a las ilustraciones anteriormente expuestas, se espera un crecimiento en el sector, al igual que un incremento de visitas por parte de personas, hispano hablantes, anglo-parlantes, francófonos y germano-parlantes. Lo anterior, debido a los proyectos de inversión, innovación y crecimiento desarrollados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el 2018, que



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

buscan cambiar la percepción y posicionamiento de Colombia como un lugar atractivo debido a su flora, fauna y riqueza cultural, dicho lo anterior, New Adventure Concept® proyecta también sus metas y su servicio en contraste a la cantidad de visitantes europeos, latinoamericanos y americanos que se espera para los años venideros.

4.19.2 Perfil del Cliente

El cliente potencial se encuentra entre los 20 y los 70 años con porcentajes iguales para hombres y mujeres (sin exclusión de género), preferiblemente hispanos, angloparlantes, francófonos y germanos parlantes. Los tours y actividades se ofrecen para personas de estrato medio alto, o aquellas que dispongan de los recursos necesarios para adquirir los mismos, estas personas a su vez deben tener familiaridad con la tecnología. No es necesario que los clientes cuenten con un estado físico óptimo, debido a que ellos personalizan los tours a su gusto, además, las actividades estarán divididas en tres grupos; Exigencia Baja, Exigencia Media, Exigencia Alta, por lo que los consumidores sólo deben contar con un estado de salud óptimo, actitud de aprender y divertirse.

4.19.3 Competencia

New Adventure Concept® es una empresa que ofrece servicios de guianza en espacios rurales y urbanos en Bogotá y algunos municipios de Cundinamarca, aunque en Bogotá se pueden encontrar varios operadores turísticos que ofrecen servicios similares, estos ofrecen un portafolio rígido e inflexible, lo anterior, hace que nuestra empresa se destaque en innovación permitiendo personalizar los servicios que el cliente escoja.

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

En cuanto a Cundinamarca, son muy pocas las empresas que ofrecen sus servicios en el idioma francés alemán, por lo que la empresa no tendría una competencia directa para estos idiomas, si bien algunas agencias cubren la demanda lingüística en Bogotá, estos no hacen cobertura en las áreas trabajadas en Cundinamarca.

4.19.3.1 Alianzas

Durante el proceso de análisis e investigación de la competencia, nos dimos cuenta que hay muchas entidades que se encargan de promover, promocionar y apoyar las actividades turísticas en distintas zonas del país, dicho lo anterior, se espera generar convenios corporativos con dichas entidades para promover el crecimiento, la sostenibilidad y la promoción de la empresa en el mercado.

Tabla 9

Alianzas de New Adventure Concept®

Entidad	Descripción
ANATO	<p>La asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo es una entidad sin ánimo de lucro que se encarga de promocionar y defender los intereses de las agencias turísticas del país. Algunos de los beneficios de un asociado de ANATO serían:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Acceso a la página web “todoslosdestinos.com”, donde la empresa puede difundir y promocionar servicios turísticos receptivos y emisivos. b. Recibir notificaciones en tiempo real sobre leyes, decretos, políticas, emitidas por entidades importantes del sector, también se proporcionan capacitaciones sobre temas importantes del sector. c. Promoción y participación de la empresa en ruedas de negocios de Agencias, ferias nacionales e internacionales y misiones comerciales.
ProColombia	<p>Esta es la entidad encargada de ofrecer apoyo y asesoría integral promoviendo el turismo, la inversión extranjera y la imagen de país. Busca generar desarrollo, cierre y ejecución de oportunidades internacionales. Algunas de las funciones de PROCOLOMBIA son:</p>

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

	<p>a. Internacionalización de empresas y diseño de estrategias de penetración de mercados</p> <p>b. Asesoría para extranjeros que pretendan utilizar e invertir en negocios o en el mercado colombiano</p> <p>c. Alianzas con entidades nacionales e internacionales públicas y privadas que promuevan el crecimiento y desarrollo del portafolio de servicios</p>
Ministerio de Industria Comercio y Turismo	El ministerio de comercio, industria y turismo es la entidad encargada de promover y gestionar el turismo en las diferentes regiones de Colombia, al igual que gestionar y coordinar todas las actividades afines a convenios empresariales.

Fuente. Creación Propia

4.19.3.2 Competencia Indirecta

❖ Aventure Colombia

Esta empresa es una agencia de viajes con sede en Bogotá y Cartagena, que se encarga de generar paquetes turísticos en las principales ciudades de Colombia, una empresa que cuenta con distintas alianzas como ANATO, la Cámara de Comercio de Bogotá, ProColombia, y entre otras.

A Pesar de tener un amplio portafolio de servicios, se interpreta que esta empresa no es una competencia directa debido a que no ofrece sus servicios en los idiomas con los que la empresa trabaja, y solo visita los lugares más concurridos de Bogotá y sus alrededores, como por ejemplo Monserrate y Zipaquirá, dejando atrás varios de los destinos en los que New Adventure Concept® desarrolla sus tours. Además, se centra en ofrecer planes de turismo en conjunto con hospedaje, siendo un poco inflexible con algunos de sus servicios.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

❖ Colombia en Tour

Esta empresa es un operador turístico que se encarga de ofrecer tours en diferentes partes de Colombia, encaminando sus actividades a los tours privados y personalizados. Los servicios que esta compañía ofrece en Bogotá los desarrollan en inglés y en francés, sin embargo, no ofrecen sus servicios en el idioma alemán, y el portafolio de destinos en la región de Cundinamarca es muy limitado, se reduce a dos de los 6 municipios que ofrece New Adventure Concept®.

Se considera que esta empresa es una competencia indirecta debido a que ofrece sus servicios solo en los lugares más icónicos de la ciudad de Bogotá y el departamento de Cundinamarca (Zipaquirá y Guatavita), dejando atrás la atención al detalle de los municipios empleados por New Adventure Concept® y las posibles actividades a desarrollar en la capital de Colombia.

4.19.3.3 Ventaja Competitiva

New Adventure Concept® se desenvuelve en un mercado donde su mayor fortaleza es la innovación, la flexibilidad de sus servicios, y el recurso lingüístico en el cual se desarrollan los mismos, ninguna de las empresas ofrece un servicio igual o similar, por lo que la autenticidad en el turismo cultural y natural es el mejor aliado.

Asimismo, la región de Cundinamarca en donde la empresa realiza varias tours, ha sufrido un crecimiento constante en el sector durante los últimos años, generando atractivos como el Ecoturismo y la Gastronomía, temáticas icónicas en Colombia que generan una fascinación en el turista Europeo, Americano y Latino creando una conexión inmediata con las maravillas de la naturaleza, el cuidado y protección de Ecosistemas, temática que ha sido de gran relevancia en la actualidad, y las rarezas exquisitas de la culinaria.

4.19.3.4 D.O.F.A

La matriz DOFA es una herramienta de identificación y análisis de factores internos y externos de una empresa, que permite entender de una mejor manera las exigencias del mercado en el entorno económico, para así poder tomar las decisiones apropiadas y ayudar con el crecimiento y desarrollo de la empresa. Este análisis busca potencializar las áreas de mayor producción en la empresa, así como minimizar los impactos negativos (Sánchez, 2016)

Con este análisis se pretenden identificar las diferentes estrategias que la empresa debe implementar según la fluctuación del mercado, factores de amenaza o de crecimiento, para que se cumplan los objetivos propuestos a futuro. De igual manera se sitúa la empresa en un contexto nacional estudiando la posición de la misma en el mercado acorde a la competencia

Tabla 10

Análisis D.O.F.A

Fortalezas	Debilidades
<p>La opción de personalizar cada actividad acorde al gusto de los clientes recibiendo un asesoramiento competente e inmediato en el proceso.</p> <p>Amplia oferta lingüística de 4 idiomas, dentro de los cuales el francés y alemán son poco frecuentes en operadores turísticos.</p>	<p>Existen muchas empresas que realizan tours en francés e inglés, además de diferentes entidades locales que se encargan de gestionar el turismo en los municipios.</p> <p>La empresa es reciente en el mercado</p> <p>El servicio de transporte no está vinculado al 100% con la empresa</p>

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Alianzas comerciales con entidades que permiten el posicionamiento de la empresa y a su vez una ventaja en satisfacción y precio	
Oportunidades	Amenazas
<p>Cubrir otras regiones de Colombia y expandir el portafolio de servicios</p> <p>Incluir nuevas actividades como, por ejemplo, deportes extremos, agricultura, etc., para atraer otro tipo de mercado</p> <p>Incremento de la demanda gracias a los canales publicitarios de internet</p>	<p>En Colombia hay muchas empresas enfocadas en el turismo cultural y Natural</p> <p>El apoyo de entidades gubernamentales y nacionales a otras empresas que brinden servicios similares a los nuestros</p> <p>El incremento de la inseguridad en el país y el conflicto armado, generando un impacto negativo del país al exterior, así como el cambio de administración nacional, que invierta menos en el sector turístico</p>

Fuente. Creación Propia

4.19.4 Modelo CANVAS

CANVAS es un modelo que se dio a conocer por medio del libro «Business Model Generation» (Osterwalder. A., Pigneur. Y., 2010), un modelo de análisis empresarial simple, práctico y aplicable, muy enfocado al emprendimiento e innovación. Para New Adventure Concept® es un modelo favorable, ya que como manifiesta (Cabiedes, 2014) “A medida que recibes el feedback del usuario, vas modificando el lienzo. Es como un boceto que está en continua transformación hasta que llega la versión definitiva”

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Como sugiere (Facchin, 2018), CANVAS permite visualizar en un sólo documento la idea y la visión global de un modelo de negocio según 9 campos preestablecidos, donde se puede identificar y establecer el vínculo entre los elementos que intervienen para el campo a trabajar.

Tabla 11

Modelo CANVAS

Aliados Claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmento de Clientes
*Restaurantes *Hoteles y Hostales *Sitios Turísticos	*Senderismo *Ecoturismo *Turismo Cultural *Turismo Gastronómico		*Guianza turística en 4 idiomas (español, inglés, francés y alemán) *Actividades de turismo urbanas y rurales *Seguridad, calidad, respeto e integridad en el servicio	*Servicios Personalizados *Atención mediante página web y aplicaciones
Estructura de Costos Costos Fijos: *Nómina del Personal *Servicio de Internet *Arriendo de Oficina *Servicio de Luz *Pólizas de Seguro *Mantenimiento Costos Variables: *Pagos de servicios a terceros *Impuestos *Gastos Financieros *Comisiones por ventas			Canales *Página Web *Redes Sociales *Correo Electrónico	Flujo de Ingresos *Pago de servicios -Pago por Tarjetas de Crédito / Débito -Transferencias Bancarias -Pagos por PSE

Fuente. Creación Propia



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

4.19.5 Segmentación del Mercado

Para New Adventure Concept® es muy importante conocer a los clientes potenciales que pueden contribuir en el crecimiento de la empresa, y ayudarla a cumplir los objetivos propuestos. Se destacan siete factores significativos para New Adventure Concept®, los cuales ayudan a facilitar la segmentación de mercado:

4.19.5.1 Producto

Se ofrece un servicio de turismo Cultural y Natural con asistencia de guianza en cuatro idiomas (español, inglés, francés y alemán), desarrollado en espacios rurales y urbanos en Bogotá y (6) municipios de Cundinamarca. Los planes incluyen transporte y alimentación y tienen como objetivo satisfacer a clientes extranjeros (principalmente europeos) sobre la riqueza cultural, histórica, natural y gastronómica dentro de su visita en el país.

4.19.5.2 Plaza

El servicio se ofrece por medio de una página web y las redes sociales asociadas a la empresa (Instagram, Facebook, YouTube) por medio de las cuales se proporcionará toda la información referente a la compañía, contando con un personal capacitado.

4.19.5.3 Precio

Se estima un promedio de 216.000COP (56 USD / 52 EURO) hasta 540.000 COP (142 USD / 132 EURO) dependiendo el plan y el destino que se elija, New Adventure Concept® cuenta con 4 tipos de planes:

Tabla 12

Tours de New Adventure Concept®

Planes	Número de Tours	Transporte	Duración	Alimentación
<i>Tour Histórico</i>	12	Todos los destinos	De 3 a 8 horas	Opcional / Incluido
<i>Tour Natural</i>	5	Todos los destinos	De 3 a 8 horas	Opcional / Incluido
<i>Tour Gastronómico</i>	5	Todos los destinos	De 3 a 8 horas	Incluido

Fuente. Creación Propia.

4.19.5.4 Promoción

Por temporadas se pretende generar ofertas para que los clientes puedan acceder a nuestros servicios sin restricciones de fechas, destinos y cantidad de personas. Adicionalmente, New Adventure Concept® S.A.S cuenta con un programa de fidelización llamado Grab and Go, el cual consiste en acumular visitas de acuerdo al portfolio de actividades de la empresa, con el fin de recibir promociones a futuro, adquirir algunos premios, recibir descuentos, esto se obtiene, de acuerdo a la cantidad de servicios que el cliente tome con nosotros.

4.19.5.5 Posicionamiento

Se busca obtener un reconocimiento a nivel mundial por medio del marketing y la publicidad gestionada en la página web y redes sociales, de igual manera, aprovechando las alianzas nacionales e internacionales se pretende llegar a los clientes por medio de ferias, conferencias y reuniones empresariales turísticas, asimismo, se busca que las experiencias de servicio de nuestros clientes sean sinónimo de constancia, calidad, seguridad y profesionalismo, para así dar a conocer los atributos turísticos de nuestro país al exterior, y lograr el posicionamiento y cumplimiento de objetivos de la empresa.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

4.19.5.6 Personas

Para New Adventure Concept® el reconocimiento y desarrollo de actividades por medio de estándares de calidad, seguridad, creatividad y diversión son muy importantes, razón por la cual nuestros clientes deben estar entre los 18 y los 70 años sin discriminación de género. Un servicio dirigido a estratos medios y altos, o a personas que tengan los recursos para adquirir el servicio, el cual se desarrollara para hablantes de español, inglés francés y alemán, estas personas, no deben contar con una condición física óptima, debido a que nuestros servicios tienen 3 niveles de exigencia (baja, media y alta), pero sí deben contar con un buen estado de salud.

4.19.5.7 Procesos

Para New Adventure Concept® el proceso de comunicación e interacción con nuestros clientes es lo más importante, razón por la cual se brinda un servicio al cliente profesional, donde se asesora, se despejan inquietudes, se organicen las solicitudes y se concreta un servicio eficaz y responsable en los tours que solicitan los huéspedes, en segunda instancia se procede a gestionar los convenios, los permisos y la información necesaria para el desarrollo de la actividad y por último, luego de la experiencia del consumidor con la empresa, se procede a evaluar las opiniones y retroalimentaciones para la implementación de procesos de mejora o creatividad.

La innovación tecnológica es un aliado directo hacia los procesos de crecimiento, competitividad y marketing que New Adventure Concept® S.A.S pretende incorporar. Gracias al amplio proceso de investigación hacia la competencia y las tendencias de mercado, es valioso resaltar la interacción con los clientes frente a las dudas de los servicios, de esta manera se



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

genera una comunicación más directa y profesional con los clientes, haciendo que la distancia no sea un límite, ahorrando tiempo frente a respuestas, reservas y descripción de procesos.

4.20. Análisis Financiero

Es el estudio que se encarga de analizar e interpretar la información contable, los procesos de producción y operación de una empresa para generar un diagnóstico de la situación actual y los posibles escenarios a corto, mediano y largo plazo. Según (la Bolsa Mexicana de Valores, 2018) "El análisis financiero es un proceso de selección, relación y evaluación de los estados financieros de una empresa y para realizarlo hay que seleccionar toda la información relevante, trascendente y que esté disponible, para posteriormente relacionarla de manera significativa, e interpretar los resultados".

Para (Bolaños, 2018) "El análisis financiero sirve para evaluar la situación presente de una compañía para poder realizar un pronóstico del futuro de sus resultados. Es una herramienta útil para poder calcular el posible rendimiento de una inversión, comprender el riesgo y tener certeza de la viabilidad del negocio"

4.20.1 Plan de Inversiones

4.20.1.1 Inversión Inicial

Inversión Inicial			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
2	Escritorio L Extensible caramelo Maderkit	343,920.00	687,840.00
1	Computador Hp All in One AMD A6 - 7310 21.5 Pulgadas 4GB 1TB 22 - B201	1,415,900.00	1,415,900.00
1	Portatil ACER - A5157DX - Intel Core i5 - 15.6" Pulgadas - Disco Duro 17b	1,449,000.00	1,449,000.00
2	Silla Ecocuero	99,990.00	199,980.00
1	Impresora Multifuncion EPSON Wifi Xp241 Sistema Adaptado	299,900.00	299,900.00
2	Camara CANON T6 Kit 18 - 55 mm + 32GB	1,279,900.00	2,559,800.00
1	Camioneta Hyundai Starex H1 MT 2400CC 12PS AA	34,000,000.00	34,000,000.00
1	Celular Xiaomi Redmi Note 8 PRO 128GB	783,000.00	783,000.00
			41,395,420.00

Figura 18. Inversión Inicial

Fuente. Creación Propia

La tabla de inversión inicial se puede expresar en dos partes, donde la primera nos indica la descripción detallada de los recursos a emplear (computadores, cámaras, escritorios, camioneta/van, sillas, impresora y celular corporativo) así como las cantidades que se requieren de cada uno. En la segunda parte podemos observar el valor unitario de los artículos y la suma de los mismos denominada como valor total, valores que, al sumarlos, expresan el valor total de los recursos necesarios para comenzar a operar la empresa.

4.20.1.2 Depreciación

Depreciación		
Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
10%	68,784.00	5,732.00
20%	283,180.00	23,598.33
20%	289,800.00	24,150.00
10%	19,998.00	1,666.50
20%	59,980.00	4,998.33
20%	511,960.00	42,663.33
15%	5,100,000.00	425,000.00
20%	156,600.00	13,050.00
	6,490,302.00	540,858.50

Figura 19. Depreciación

Fuente. Creación Propia

La interpretación de esta tabla corresponde a la vida útil de cada uno de los productos relacionados en la inversión inicial, donde cada artículo tiene su porcentaje correspondiente de depreciación, la cual corresponde a la pérdida de valor por el uso a través de los años, como por ejemplos los computadores a los cuales se les asignó un 20% de depreciación debido a que tienen 5 años de vida útil.

4.20.2 Amortización Financiera

Sistema de Amortización Cuota Fija						
Datos de entrada						
Capital	41,395,420					
Tasa anual	15%					
Periodos	5 Años					
Tasa periodica	1.25%					
Cuota a pagar	8,592,121					
Periodo	Saldo inicial	Intereses	Abono a capital	Cuota a pagar	Saldo final	Cuota Mensual
1	41,395,420	517,443	8,074,678	8,592,121	33,320,742	716,010.05
2	33,320,742	416,509	8,175,611	8,592,121	25,145,131	716,010.05
3	25,145,131	314,314	8,277,807	8,592,121	16,867,324	716,010.05
4	16,867,324	210,842	8,381,279	8,592,121	8,486,045	716,010.05
5	8,486,045	106,076	8,486,045	8,592,121	-	

Figura 20. Amortización Financiera

Fuente. Creación Propia

En esta tabla se encuentra el capital que necesita New Adventure Concept® para el desarrollo de la idea de negocio, al igual que las tasas de interés, las cuotas, la proyección de pago y el detalle de este proceso.

New Adventure Concept cuenta con un capital de 41.395.420 COP con tasas anuales del 15% en una proyección de 5 años. La tasa periódica maneja un interés de 1,25% mensual, con una cuota fija de 8.592.121 COP dividido en cinco periodos, esto se proyecta en cada columna expresando el saldo inicial que se irá descontando mes a mes con los intereses correspondientes. Finalmente se proyecta tener una cuota mensual de ahorro de 716.010 COP por 12 meses para que se complete la cuota anual.

4.20.3 Análisis de Costos

4.20.3.1 Materia Prima Directa

Insumos			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Cartucho Recargable Tinta Xp241 Chip Virtual	123,000.00	123,000.00
50	Lapicero Esfero Etiqueta plata para Personalizar	850.00	42,500.00
2	Paquete de Resaltadores Pelican x10	13,000.00	26,000.00
4	Legajador AZ Fabrifold	5,600.00	22,400.00
1	Sobre de Manila Tamaño Carta X100 ecológico	11,300.00	11,300.00
1	Paquete Office Professional Plus licencia Digital	16,000.00	16,000.00
4	Tacos de Colores para escritorio	2,500.00	10,000.00
10	Resma de Papel Ecologico CartoPrint	7,400.00	74,000.00
			325,200.00

Figura 21. Materia Prima Directa

Fuente. Creación Propia

Esta tabla presenta los valores unitarios y totales anuales que se devengan en la compañía con respecto a la materia prima directa, todo el material incluido es necesario para el correcto funcionamiento de la empresa, para que se tenga una base de datos actualizada, organizada y disponible a todo momento, así como las facturas o documentos oficiales que desee el cliente.

4.20.3.2 Mano de Obra directa

Mano de Obra Directa				
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Carga prestacional	Valor Total
1	Administrador	3,200,000.00	4,864,000.00	4,864,000.00
1	Guia Técnico Profesional	2,000,000.00	3,040,000.00	3,040,000.00
1	Asesor Comercial Bilingue	2,000,000.00	3,040,000.00	3,040,000.00
1	Conductor	1,100,000.00	1,672,000.00	1,672,000.00
				12,616,000.00

Figura 22. Mano de Obra Directa

Fuente. Creación Propia

En esta tabla se encuentra el valor que debe devengar New Adventure Concept® en el plan mensual de empleados de la empresa, aquí se encuentra la cantidad de empleados, descripción del cargo con el respectivo salario pagado por New Adventure Concept®, de igual manera en los valores expuestos se encuentra factores como el servicio de salud (EPS) y pensión. Del cual respectivamente el empleador, en este caso New Adventure Concept®, deberá pagar el 8.5% de una totalidad de 12% en salud y una suma de 12% de un total de 16% en pensiones. (Universidad EAFIT).

4.20.3.3 Costos Indirectos de Fabricación

Costos Indirectos de Fabricación			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Depreciación	540,858.50	540,858.50
1	Arrendamiento	1,200,000.00	1,200,000.00
1	Servicio de Luz	100,000.00	100,000.00
1	Internet 100MB	128,900.00	128,900.00
1	Plan de Servicios Post Pago Tigo	120,000.00	120,000.00
1	Polizas de Seguro	1,500,000.00	1,500,000.00
1	Mantenimiento	100,000.00	100,000.00
15	Gasolina (Galones)	8,150.00	122,250.00
1	Impuesto al Turismo (RNT)	192,000.00	192,000.00
1	Cámara de Comercio	52,000.00	52,000.00
			4,056,008.50

Figura 23. Costos Indirectos de Fabricación

Fuente. Creación Propia

La tabla hace referencia a los servicios y materia prima que la empresa no contrata directamente, pero de una u otra manera se encuentran relacionados con la realización, producción y prestación de servicios

4.20.3.4 Costo Total Mensual

Costos Total Mensual			
Cantidad	Elementos de Costo	Valor Unitario	Valor Total
62	MPD	5,245.16	325,200.00
62	MOD	203,483.87	12,616,000.00
62	CIF	65,419.49	4,056,008.50
		274,148.52	16,997,208.50

Figura 24. Costo Total Mensual



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Fuente. Creación Propia

Para determinar el costo total mensual, se debe realizar la suma de la Materia Prima Directa (MPD), la Mano de Obra Directa (MOD) y los Costos Directos de Fabricación. La suma del total del valor unitario de los costos mensuales es de 274.148,52 COP, para un total mensual de 16.997.208,50 COP.

4.20.3.5 Proyección de Ventas.

New Adventure Concept® planea realizar ventas mensuales dividiendo las mismas en las temáticas que maneja cada tour (Historia, Naturaleza, Gastronomía), realizando un promedio entre las actividades de cada temática respetando las especificaciones del cliente (Moneda expresada en Dólar, Peso Colombiano y Euro).

Se pretende vender un total de 36 tours históricos, 15 tours naturales y 4 tours gastronómicos mensuales, para así llegar a la cifra de 22.287.924 COP, cifra que supera los costos totales mensuales de la empresa y permite el crecimiento de la misma, al igual que sus empleados, accionistas, colaboradores, clientes y todos aquellos que permiten el desarrollo de New Adventure Concept®.

El valor de cada tour histórico oscila entre los 216.000 COP (60 USD / 53 EURO) y los 648.000COP (180 / 158 EURO USD), los precios de los tours naturales varían entre 324.000 COP (90 USD / 79 EURO) y 540.000COP (150 USD / 132 EURO), y los tours gastronómicos manejan precios entre los 216.000COP (60 USD / 53 EURO) hasta los 576.000 COP (160 USD 140 EURO), los valores anteriormente expresados son para 1 persona. Se debe tener en cuenta que los precios se presentarán al público en Dólares y Euros para una fácil interpretación de los



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Para la columna cinco el valor unitario, se tomó el promedio de la cantidad de tours ofrecidos en cada categoría; en el grupo de historia, se dividieron los valores por persona de los 12 tours y se obtuvo el valor promedio, 382.909 COP (106 USD / 93 EURO), para la categoría de naturaleza, se dividieron los valores de los 5 tours y se obtuvo un total de 453.600 COP (126 USD / 110 EURO), en el grupo de gastronomía, se dividió el valor total de los 5 tours, obteniendo un valor de 424.800 COP (118 USD / 104 EURO). La columna seis indica el total de las ventas de cada categoría de tour las cuales, sumadas, indican el total de ventas mensuales de la empresa. Es importante mencionar que la empresa debe vender un total de 55 tours al mes, distribuidos entre las categorías ofrecidas, y que el precio de venta unitario es de 405.234 COP (112 USD / 98 EUROS).

4.20.3.6 Costo del Viaje Individual.

A continuación se encontrará la tabla correspondiente a los valores establecidos de cada una de las partes que integran cada tour, así mismo aparece el total del costo de cada tour expresado en dólares (USD), reflejado en una TRM de 3.600 COP, y el total del mismo en pesos colombianos (COP), lo anterior se elabora ya que el portafolio de servicio de New Adventure Concept® se dará a conocer al público en dólares (para una fácil interpretación del cliente objetivo extranjero), estos valores equivalen únicamente a los costos de prestación de servicio.

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Costo de Viaje Individual						
Servicio	Lugar	Transporte	Guianza	Alimentación	Total en USD	Total en COP
City Tour	Bogotá - Candelaria	120,000.00	150,000.00		90	324,000.00
Graffiti Tour	Bogotá - Candelaria	50,000.00	150,000.00		80	288,000.00
Tour Parque Jaime Dúque	Bricéño - Cundinamarca	150,000.00	150,000.00	100,000.00	150	540,000.00
Tour Catedral de Sal	Zipacquirá - Cundinamarca	120,000.00	150,000.00	100,000.00	100	360,000.00
Tour Mina de Sal	Nemocón - Cundinamarca	100,000.00	150,000.00	100,000.00	100	360,000.00
Bike Tour	Bogotá	100,000.00	150,000.00	100,000.00	90	324,000.00
Tour Historia y Arquitectura	Bogotá	50,000.00	150,000.00		90	324,000.00
Tour Religioso	Bogotá	50,000.00	150,000.00		80	288,000.00
Halloween Tour	Bogotá	100,000.00	150,000.00	100,000.00	120	432,000.00
Adventure Tour	Bogotá	20,000.00	150,000.00		60	216,000.00
Tour Vida Nocturna	Bogotá	180,000.00	150,000.00	200,000.00	150	540,000.00
Tour Rítmico	Bogotá	180,000.00	150,000.00	100,000.00	180	648,000.00
Laguna de Guatavita	Guatavita	150,000.00	150,000.00	100,000.00	120	432,000.00
Tour Aventura La Chorrera	Choachi	160,000.00	150,000.00	100,000.00	150	540,000.00
Parque Natural Pionono	Sopó	100,000.00	150,000.00	100,000.00	90	324,000.00
Parque Natural Chicaque	Bogotá - Cundinamarca	160,000.00	150,000.00	100,000.00	150	540,000.00
Páramo el Vejón	Bogotá - Cundinamarca	120,000.00	150,000.00	100,000.00	120	432,000.00
Tour del Café de Lujo	Bricéño	160,000.00	150,000.00		150	540,000.00
Central Cervecera	Bricéño	160,000.00	150,000.00		100	360,000.00
Tour Chocolate	Bogotá - Cundinamarca	100,000.00	150,000.00		60	216,000.00
Tour Culinario Urbano	Bogotá	160,000.00	150,000.00	100,000.00	120	432,000.00
Culinaria NAC	Bogotá	70,000.00	150,000.00	200,000.00	160	576,000.00

Figura 26. Costos de las Partes del Plan

Fuente. Creación Propia

En la primera columna se encuentra el nombre del tour a desarrollar, en la siguiente aparece el lugar en donde se desarrollara el tour, la tercera columna denota el costo de transporte correspondiente a la recogida (generalmente en el punto, o hotel del cliente o en la oficina de la empresa) y regreso (generalmente es el mismo punto de partida), desde Bogotá hasta los diferentes municipios de Cundinamarca, en la cuarta columna se encuentra el servicio de guianza, que además de contemplar los gastos del intérprete en el idioma solicitado, considera el costo de entrada a los sitios a visitar (parques, museos, lugares privados, etc.), la quinta columna expresa el costo de alimentación, los tours que ya incluyen dicho valor, traducen a servicios muy largos o completos, en donde se busca la comodidad del cliente al cubrir dicho servicio, los que no tienen ningún valor en la celda, indican que la alimentación no está incluida, que la misma



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

corre por parte del cliente, finalmente se justifican los valores de los anteriores recursos expresándolos en dólares (USD) y pesos colombianos (COP), estos valores corresponden a una persona.

4.20.3.7 Estudio de Mercado.

Para New Adventure Concept®, los clientes son lo más importante en el desarrollo de cada actividad, debido a que pueden personalizar sus experiencias y crear sus propios espacios de esparcimiento, dicho lo anterior y teniendo en cuenta el amplio portafolio de actividades y escenarios que se pueden encontrar en el sector turístico, el perfil del cliente varía constantemente, es por ello que New Adventure Concept®. categoriza a sus clientes con unos rasgos característicos similares. Estas características del perfil del cliente, cambian constantemente, en donde existen infinidad de variables, tales como la edad, país de origen, expectativas, hábitos de consumo, etc.

Para generar un dinamismo y una interacción más cercana y personalizada con los clientes, se plantea una página web y actividad constante en redes sociales como Facebook, YouTube e Instagram, para la ejecución de las actividades propuestas y solicitadas, New Adventure Concept® implementará la asesoría y la información necesaria antes, al momento de realizar un Tour y al finalizar el mismo, así mismo con la ayuda de la página web se podrá brindar un canal de comunicación eficaz con el cliente por medio de herramientas de CRM (Customer Relationship Management).

New Adventure Concept® es una agencia turística la cual promueve y protege los destinos turísticos nacionales, el patrimonio natural y cultural. Las personas interesadas en adquirir los



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

servicios de la empresa, encontrarán varias opciones, además que estos están vinculados a procesos de calidad supervisados por los marcos legales correspondientes.

Cada lugar en Colombia cuenta con varios atractivos, gracias a su historia, su gente, su biodiversidad y su cultura; teniendo en cuenta estos factores, el servicio de Turismo ofrecido por la empresa, hace una segmentación de actividades con el fin de clasificar las temáticas que se puedan encontrar al visitar la ciudad de Bogotá y los (6) departamentos de Cundinamarca en donde se desarrollan dichos servicios, y cumplir con las expectativas y preferencias del cliente, rescatando la importancia de Colombia en el mundo, ofreciendo experiencias inolvidables, basadas en la innovación.

4.20.3.7.1 Tour Histórico.

En esta categoría, se hará una visita a los lugares más antiguos y emblemáticos de Bogotá y algunos municipios de Cundinamarca, donde se encuentran los museos más importantes, los establecimientos gubernamentales más representativos, y aquellos lugares que contrastan la evolución colombiana. Al recorrer cada lugar, un guía explicará los hechos históricos que fueron importantes en el pasado y aquellos aspectos relevantes que hacen de los lugares un espacio icónico.

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Tour Histórico								
Servicio	Lugar	Duración	Total COP (1P)	Total USD (1P)	Total EURO (1P)	Total COP (2P)	Total USD (2P)	Total EURO (2P)
Tour Candelaria	Bogotá - Candelaria	De 3 a 6 Horas	324000	90	79.02439024	468000	130	114.1463415
Graffiti Tour	Bogotá - Candelaria	De 3 a 4 Horas	288000	80	70.24390244	432000	120	105.3658537
Tour Parque Jaime Duque	Bncéño - Cundinamarca	De 3 a 8 Horas	540000	150	131.7073171	720000	200	175.6097561
Tour Catedral de Sal	Zipaquirá - Cundinamarca	De 3 a 6 Horas	360000	100	87.80487805	504000	140	122.9268293
Tour Mina de Sal	Nemocón - Cundinamarca	De 3 a 6 Horas	360000	100	87.80487805	504000	140	122.9268293
Bike Tour	Bogotá	De 3 a 6 Horas	324000	90	79.02439024	468000	130	114.1463415
Tour Historia y Arquitectura	Bogotá	De 3 a 6 Horas	324000	90	79.02439024	468000	130	114.1463415
Tour Religioso	Bogotá	De 3 a 4 Horas	288000	80	70.24390244	432000	120	105.3658537
Halloween Tour	Bogotá	De 3 a 6 Horas	432000	120	105.3658537	576000	160	140.4878049
Adventure Tour	Bogotá	De 3 a 8 Horas	216000	60	52.68292683	360000	100	87.80487805
Tour Vida Nocturna	Bogotá	De 3 a 8 Horas	540000	150	131.7073171	684000	190	166.8292683
Tour Ritmico	Bogotá	De 3 a 8 Horas	648000	180	158.0487805	504000	140	122.9268293

Figura 27. Costos Tour Histórico

Fuente. Creación Propia

La siguiente tabla además de exponer el nombre del servicio y el lugar en donde se desarrollará el mismo, presenta el tiempo estimado a emplear en la actividad, de la misma manera, se encuentra el valor del servicio para 1 y 2 personas en pesos colombianos, dólares y euros, lo anterior, para la fácil interpretación del cliente objetivo, ya sea nacional o extranjero.

El portafolio de servicios del Tour Histórico, hace referencia a todas aquellas actividades que tienen connotaciones, culturales, históricas y sociales, un segmento que cuenta con 12 propuestas de servicio, desarrolladas en Bogotá y algunos municipios de Cundinamarca, diseñadas para hombres y mujeres (sin exclusión de género) que busquen una manera dinámica y creativa de conocer la capital y sus alrededores.

A lo largo del recorrido siempre habrá la presencia de un guía de turismo que acompañará al cliente ofreciéndole un servicio especializado en el idioma que requiera. Los tours que no tienen incluido la alimentación, tienen un snack o kit de hidratación ofrecido por la empresa.

4.20.3.7.1.1 Especificación de los Tours



Tour Candelaria		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Monserrate / Candelaria	Transporte	Transportation
Chorro Quevedo / Callejón Embudo	Entradas	Tickets
Plaza y Parque la Concordia	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Iglesias de la Zona / Churches in the Area	Souvenir	Souvenir
Palacio Presidencial y Plaza Bolívar	Guía Bilingüe	Bilingual guide
Almuerzo (No incluido) / Lunch (Not Included)	Asistencia Médica	Medical Insurance
Museo del Oro / Gold Museum	Impermeable	Hooded Raincoat
Museo Botero / Botero Museum	(Si es necesario)	(If required)
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off		
Información clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua y zapatos cómodos / Bring comfortable shoes, a cap, and some water		
Pueden haber filas en los sitios, se paciente / There could be lines, please be patient		
El clima puede cambiar en el día / The Weather could change during the day		
Disponible con asistencia para persona en condición de discapacidad		
Available with assistance for people with disabilities		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 2		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 2		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
90 USD / 79 EURO 1pax		

Figura 28. Tour Candelaria

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT



Tour Parque Jaime Dúque		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Recorrido por el Parque con Guianza	Transporte	Transportation
Trekking in the park with the guide.	Entradas	Tickets
Almuerzo en el parque	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Lunch in the park	Souvenir	Souvenir
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off	Guia Bilingue	Bilingual guide
	Asistencia Medica	Medical Insurance
	Almuerzo	Lunch
	Impermeable	Hooded Raincoat
	(Si es necesario)	(If required)
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua, zapatos y ropa comoda / Bring comfortable clothes and shoes, a cap, and some water		
Niños con altura menor a 85cm no pagan entrada al parque / Children with height less than 85 cm do not pay entrance to the park		
Pueden haber filas en los sitios, se paciente / There could be lines, please be patient		
Disponible con asistencia para persona en condición de discapacidad		
Available with assistance for people with disabilities		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 1		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 1		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
150 USD / 200 EURO <small>1pax</small>		

Figura 29. Tour Jaime Duque

Fuente. Creación Propia



Graffiti Tour		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Plaza de la Concordia	Transporte	Transportation
Parque de la Concordia	Entradas	Tickets
Callejón del Embudo y Chorro Quevedo	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Carrera 2 hasta Plaza Bolivar	Souvenir	Souvenir
Almuerzo (No incluido) / Lunch (Not Included)	Guia Bilingue	Bilingual guide
Carrera 10: Megamurales / Calle 20 edificio Bacatá	Asistencia Medica	Medical Insurance
Calle 26 en carro	Impermeable	Hooded Raincoat
Distrito Graffiti (Opcional)	(Si es necesario)	(If required)
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off		
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua y zapatos comodoss / Bring comfortable shoes, a cap, and some water		
Sé cuidadoso con tus objetos personales / Be careful with your personal belongings		
El clima puede cambiar en el dia / The Weather could change during the day		
Disponible con asistencia para persona en condición de discapacidad		
Available with assistance for people with disabilities		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 2		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 2		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
80 USD / 70 EURO 1pax		

Figura 30. Graffiti Tour

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT



Tour Catedral de Sal		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Visita a la Catedral / Salt Cathedral	Transporte	Transportation
Visita al pueblo de Zipaquirá / Zipaquirá Town	Entradas	Tickets
Almuerzo / Lunch	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off	Souvenir	Souvenir
	Guia Bilingue	Bilingual guide
	Asistencia Medica	Medical Insurance
	Almuerzo	Lunch
	Impermeable	Hooded Raincoat
	(Si es necesario)	(If required)
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua y zapatos comodos / Bring comfortable shoes, a cap, and some water		
No recomendado para personas Claustrofóbicas / Not recommended for Claustrophobic people		
Sé cuidadoso con tus objetos personales / Be careful with your personal belongings		
Disponible con asistencia para persona en condición de discapacidad Available with assistance for people with disabilities		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 4 Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 4		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán Available languages: Spanish, English, French, German		
100 USD / 88 EURO 1pax		

Figura 31. Tour Catedral de Sal

Fuente. Creación Propia

		
Tour Historia y Arquitectura		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
<i>Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up</i>	The Tour Includes	
Barrio Merced , Teusaquillo y la Soledad	Transporte	Transportation
Almuerzo / Lunch	Entradas	Tickets
Plaza Bolivar, Palacio de Justicia	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Edificio Rogelio Salmona y Usaquén	Souvenir	Souvenir
Regreso al Hotel / <i>Hotel Drop-off</i>	Guia Bilingue	Bilingual guide
	Asistencia Medica	Medical Insurance
	Almuerzo	Lunch
	Impermeable	Hooded Raincoat
	(Si es necesario)	(If required)
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua y zapatos comodoss / Bring comfortable shoes, a cap, and some water		
El clima puede cambiar en el dia / The Weather could change during the day		
Sé cuidadoso con tus objetos personales / Be careful with your personal belongings		
Disponible con asistencia para persona en condición de discapacidad		
Available with assistance for people with disabilities		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 1		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 1		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
90 USD / 79 EURO 1pax		

Figura 32. Tour Historia y Arquitectura

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

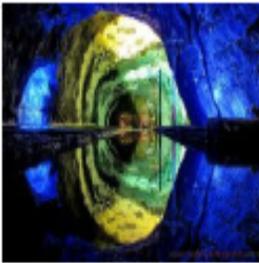
		
Tour Mina de Sal		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
<i>Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up</i>	The Tour Includes	
<i>Visita a la Mina de Sal / Nemocon Salt Mine</i>	Transporte	Transportation
<i>Visita al Pueblo de Nemocon / Nemocon Town</i>	Entradas	Tickets
<i>Almuerzo / Lunch</i>	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
<i>Regreso al Hotel / Hotel Drop-off</i>	Souvenir	Souvenir
	Guia Bilingue	Bilingual guide
	Asistencia Medica	Medical Insurance
	Almuerzo	Lunch
	Impermeable	Hooded Raincoat
	(Si es necesario)	(If required)
Informacion clave / Take Into Account		
<i>Utilizar gorra, agua y zapatos comodos / Bring comfortable shoes, a cap, and some water</i>		
<i>No recomendado para personas Claustrofobicas / Not recommended for Claustrophobic people</i>		
<i>Usa ropa abrigada / Wear warm clothing</i>		
<i>Disponible con asistencia para persona en condición de discapacidad</i>		
<i>Available with assistance for people with disabilities</i>		
<i>Nivel de exigencia fisica: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 3</i>		
<i>Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 3</i>		
<i>Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán</i>		
<i>Available languages: Spanish, English, French, German</i>		
100 USD / 88 EURO <small>1pax</small>		

Figura 33. Tour Mina de Sal

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT



Tour Religioso		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Iglesias de las principales religiones Colombianas	Transporte	Transportation
Churches of the main Colombian Religions	Entradas	Tickets
Catedral Prima, Museo Santa Ana	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Iglesia Candelaria, Iglesia del Carmen	Souvenir	Souvenir
Almuerzo (No incluido) / Lunch (Not Included)	Guia Bilingue	Bilingual guide
Candelaria y sus Iglesias Coloniales	Asistencia Medica	Medical Insurance
Candelaria and Colonial Churches	Impermeable	Hooded Raincoat
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off	(Si es necesario)	(If required)
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua y zapatos comodos / Bring comfortable shoes, a cap, and some water		
El clima puede cambiar en el dia / The Weather could change during the day		
Sé cuidadoso con tus objetos personales / Be careful with your personal belongings		
Disponible con asistencia para persona en condición de discapacidad		
Available with assistance for people with disabilities		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 1		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 1		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
80 USD / 70 EURO 1pax		

Figura 34. Tour Religioso

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT



Bike Tour		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Opción 1 / Option 1	The Tour Includes	
Recogida en el Hotel / <i>Hotel Pick Up</i>	Transporte	Transportation
Zona Rosa, parque 93, calle 85	Entradas	Tickets
El Virrey, Usaquén, Cra 7ma	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Regreso al Hotel / <i>Hotel Drop-off</i>	Souvenir	Souvenir
Opción 2 / Option 2	Guia Bilingue	Bilingual guide
Recogida en el Hotel / <i>Hotel Pick Up</i>	Asistencia Medica	Medical Insurance
Candelaria, Teusaquillo, Park Way, U. Nacional	Impermeable	Hooded Raincoat
Parque Simón Bolívar, Biblioteca Virgilio	(Si es necesario)	(If required)
Regreso al Hotel / <i>Hotel Drop-off</i>		
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua y zapatos comodos / <i>Bring comfortable shoes, a cap, and some water</i>		
El clima puede cambiar en el dia. Usa bloqueador solar / <i>The Weather could change during the day. Use sunblock</i>		
Se prudente y respeta las señales de tránsito / <i>Be cautious and respect traffic signs</i>		
No disponible asistencia para persona en condición de discapacidad		
<i>Assistance for people with disabilities Not Available</i>		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 5		
<i>Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 5</i>		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
<i>Available languages: Spanish, English, French, German</i>		
90 USD / 79 EURO <small>1pax</small>		

Figura 35. Bike Tour

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

		
Halloween Tour		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
<i>Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up</i>	The Tour Includes	
<i>Recorrido del Más allá / "Beyond" Walking</i>	Transporte	Transportation
<i>Sustos y relatos en vivo / Scares and live Stories</i>	Entradas	Tickets
<i>Visita a casas abandonadas / Abandoned Houses</i>	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
<i>Cena restaurante la bruja / Dinner La Bruja Restaurant</i>	Souvenir	Souvenir
<i>Regreso al Hotel / Hotel Drop-off</i>	Guia Bilingue	Bilingual guide
	Asistencia Medica	Medical Insurance
	Canelazo	Typical Drink
	Cena	Dinner
Informacion clave / Take Into Account		
<i>Utilizar zapatos y ropa comodo y agua / Bring comfortable shoes and clothes, and some water</i>		
<i>Usa ropa abrigada / Wear warm clothing</i>		
<i>No recomendada para gente nerviosa / Not recommended for anxious people</i>		
<i>No disponible asistencia para persona en condición de discapacidad</i>		
<i>Assistance for people with disabilities Not Available</i>		
<i>Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 3</i>		
<i>Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 3</i>		
<i>Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán</i>		
<i>Available languages: Spanish, English, French, German</i>		
120 USD / 105 EURO <small>1pax</small>		

Figura 36. Halloween Tour

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT



Adventure Tour		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Estacion de Transmilenio Cercana	Transporte	Transportation
Estación las Aguas parque periodistas	Entradas	Tickets
El Chorro y parque Concordia	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Palacio Presidencial y Centro Cultural GGM	Souvenir	Souvenir
Iglesia Señora del Carmen	Guia Bilingue	Bilingual guide
Museos botero y Oro / Gold and Botero Museums	Asistencia Medica	Medical Insurance
Carrera 7ma + Snack	Impermeable	Hooded Raincoat
Estacion de Transmilenio Cercana	(Si es necesario)	(If required)
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off	Téjo (Opcional)	Téjo (+10USD)
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua y zapatos comodoss / Bring comfortable shoes, a cap, and some water		
El clima puede cambiar en el dia / The Weather could change during the day		
Sé cuidadoso con tus objetos personales / Be careful with your personal belongings		
Disponible con asistencia para persona en condición de discapacidad		
Available with assistance for people with disabilities		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 2		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 2		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
60 USD / 52 EURO <small>1pax</small>		

Figura 37. Adventure Tour

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

		
Tour Vida Nocturna		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
<i>Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up</i>	The Tour Includes	
Bogota Beer Company	Transporte	Transportation
Mono Bandido	Entradas	Tickets
Pravda	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Cena (No Incluida) / Dinner (Not Included)	Souvenir	Souvenir
<i>Regreso al Hotel / Hotel Drop-off</i>	Guia Bilingue	Bilingual guide
	Asistencia Medica	Medical Insurance
	2 Cockteles	2 Cocktails
Informacion clave / Take Into Account		
<i>Disfrute con responsabilidad / Enjoy responsibly</i>		
<i>Sé cuidadoso con tus objetos personales / Be careful with your personal belongings</i>		
<i>Es posible que interactué con otros / You may interact with others</i>		
<i>Disponible con asistencia para persona en condición de discapacidad</i>		
<i>Available with assistance for people with disabilities</i>		
<i>Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 1</i>		
<i>Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 1</i>		
<i>Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán</i>		
<i>Available languages: Spanish, English, French, German</i>		
150 USD / 132 EURO 1pax		

Figura 38. Tour Vida Nocturna

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT



Tour Rítmico		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Calase de baile ritmos nacionales	Transporte	Transportation
Cena / Dinner	Entradas	Tickets
Bar Salsa Galería Café	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off	Souvenir	Souvenir
	Instructor Bilingue	Bilingual Instructor
	Asistencia Medica	Medical Insurance
Informacion clave / Take Into Account		
Disfrute con responsabilidad / Enjoy responsibly		
Sé cuidadoso con tus objetos personales / Be careful with your personal belongings		
Es posible que interactúe con otros / You may interact with others		
No disponible asistencia para persona en condición de discapacidad		
Assistance for people with disabilities Not Available		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) =5		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 5		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
180 USD / 158 EURO <small>1pax</small>		

Figura 39. Tour Rítmico

Fuente. Creación Propia

4.20.3.7.2 Tour Natural.

Uno de los atractivos turísticos más grandes de la capital y la región de Cundinamarca es su riqueza natural, las fuentes fluviales, la variedad de flora y fauna, los paisajes inolvidables y el clima tropical, son algunas de las características que tiene el Tour Natural. Los visitantes vivirán experiencias inolvidables, encontrarán un espacio de esparcimiento, un aire libre de contaminación, y un concepto de turismo muy innovador y distinto al habitual, éste los desconectará de la rutina y el estrés del día a día, transportándolos a lugares exóticos, llenos de magia y patrimonio natural, rescatando la belleza de Bogotá y los (6) municipio de Cundinamarca, destacando la importancia social, cultural y ambiental de cada rincón.

Tour Natural									
Servicio	Lugar	Duración	Total COP (1P)	Total USD (1P)	Total EURO (1P)	Total COP (2P)	Total USD (2P)	Total EURO (2P)	
Laguna de Guatavita	Guatavita	De 3 a 8 Horas	432000	120	105.3658537	576000	160	140.4878049	
Aventura La Chorrera	Choachi	De 3 a 8 Horas	540000	150	131.7073171	684000	190	166.8292683	
Parque Natural Pionono	Sopó	De 3 a 8 Horas	324000	90	79.02439024	468000	130	114.1463415	
Parque Natural Chicaque	Bogotá - Cundinamarca	De 3 a 8 Horas	540000	150	131.7073171	684000	190	166.8292683	
Páramo el Verjón	Bogotá - Cundinamarca	De 3 a 8 Horas	432000	120	105.3658537	720000	200	175.6097561	

Figura 40. Costos Tour Natural.

Fuente. Creación Propia

Esta tabla presenta el nombre del servicio, el lugar en donde se desarrollará el mismo, el tiempo estimado a emplear en cada actividad, y el valor del servicio para 1 y 2 personas en pesos colombianos (COP), dólares (USD) y euros (EURO), lo anterior, para la fácil interpretación del cliente objetivo, ya sea nacional o extranjero. Cabe aclarar que todos los servicios de esta categoría tienen la alimentación (almuerzo) incluida.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

El portafolio de servicios del Tour Natural, hace referencias a las actividades que tienen como finalidad la apreciación, cuidado y deleite del recurso natural y del medio ambiente, así como su valor histórico y cultural, una categoría que consta de 5 propuestas de servicio, desarrollados en su mayoría en municipios de Cundinamarca y lugares aledaños a Bogotá, diseñados para hombres y mujeres (sin exclusión de género) que busquen conocer la maravilla natural de la zona desarrollando actividades auténticas, creativas, íntegras y responsables.

En esta categoría, se visitarán los parques naturales más importantes en los alrededores de las grandes ciudades, donde el guía, por medio de caminatas ecológicas y en algunos casos cabalgatas o bicicleta (a petición del cliente), explicará la historia del lugar, la biodiversidad que allí se encuentra, las costumbres de la zona, hará énfasis en el cuidado y preservación del medio ambiente, la persona tendrá un contacto directo con la naturaleza, experimenta todas las sensaciones que el contacto con la naturaleza provee. En algunos casos, el Tour será dirigido por un funcionario de la empresa y un nativo de la zona, para que la experiencia sea más gratificante.

Durante el desarrollo del tour siempre habrá un guía acompañando el proceso, el cual estará atento para resolver cualquier duda que surja durante el trayecto en el idioma requerido, el transporte estará disponible para el desplazamiento según itinerario, durante la actividad se proveerá al cliente un snack o un kit de hidratación y la alimentación se hará acorde a la hora estipulada por el cliente.

4.20.3.7.2.1 Especificación de los Tours



Tour Laguna de Guatavita		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Onces Típicas / Bogotá Typical Snack	Transporte	Transportation
Laguna de Guatavita / Guatavita Lagoon	Entradas	Tickets
Recorrido Pueblo Guatavita / Guatavita Town	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Almuerzo Típico / Typical Lunch	Souvenir	Souvenir
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off	Guia Bilingue	Bilingual guide
	Asistencia Medica	Medical Insurance
	Almuerzo	Lunch
	Impermeable	Hooded Raincoat
	(Si es necesario)	(If required)
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua, zapatos y ropa comoda / Bring comfortable clothes and shoes, a cap, and some water		
No recomendado para personas con problemas cardiacos / Not recommended for people with heart problems		
Mantente hidratado / Keep Hydrated		
No disponible asistencia para persona en condición de discapacidad		
Assistance for people with disabilities Not Available		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 5		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 5		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
120 USD / 105 EURO <small>1pax</small>		

Figura 41. Tour Laguna de Guatavita

Fuente. Creación Propia



Tour Aventura La Chorrera		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Visita la Hotel Cascada La Chorrera	Transporte	Transportation
Cascadas El Chiflón / El Chiflón Falls	Entradas	Tickets
Cascada La Chorrera y cueva del Mico	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Caminata Ecológica / Eco-walk	Souvenir	Souvenir
Almuerzo / Lunch	Guia Bilingue	Bilingual guide
Camino Real Choachí / Hiking	Asistencia Medica	Medical Insurance
Productos organicos, visita una finca / Visit a Farm	Almuerzo	Lunch
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off	Impermeable	Hooded Raincoat
	(Si es necesario)	(If required)
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua, zapatos y ropa comoda / Bring comfortable clothes and shoes, a cap, and some water		
No recomendado para personas con problemas cardiacos / Not recommended for people with heart problems		
Mantente hidratado. Usa protector solar / Keep Hydrated. Use Sunblock		
No disponible asistencia para persona en condición de discapacidad		
Assistance for people with disabilities Not Available		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 5		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 5		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
150 USD / 132 EURO <small>1pax</small>		

Figura 42. Tour Aventura La Chorrera

Fuente. Creación Propia

		
Tour Parque Natural Pionono		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Onces Típicas / Bogotá Typical Snack	Transporte	Transportation
Visita al Parque el Pinono	Entradas	Tickets
Visita al pueblo de Sopó / Sopó Town	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Cabaña de Alpina	Souvenir	Souvenir
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off	Guia Bilingue	Bilingual guide
	Asistencia Medica	Medical Insurance
	Almuerzo	Lunch
	Impermeable	Hooded Raincoat
	(Si es necesario)	(If required)
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua, zapatos y ropa comoda / Bring comfortable clothes and shoes, a cap, and some water		
No recomendado para personas con problemas cardiacos / Not recommended for people with heart problems		
Mantente hidratado. Usa protector solar / Keep Hydrated. Use Sunblock		
No disponible asistencia para persona en condición de discapacidad		
Assistance for people with disabilities Not Available		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 4		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 4		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
90 USD / 79 EURO <small>1pax</small>		

Figura 43. Tour Parque el Pionono

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

		
Tour Parque Natural Chicaque		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Recorrido al Parque / Tour in the Natural Park	Transporte	Transportation
Onces Típicas / Bogotá Typical Snack	Entradas	Tickets
Avistamiento de aves / Birding Expedition	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Tirolesa	Souvenir	Souvenir
Bosques de Robles / Robles Forest	Guia Bilingue	Bilingual guide
Almuerzo / Lunch	Asistencia Medica	Medical Insurance
Caminata / Hiking	Almuerzo	Lunch
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off	Impermeable	Hooded Raincoat
	(Si es necesario)	(If required)
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua, zapatos y ropa comoda / Bring comfortable clothes and shoes, a cap, and some water		
No recomendado para personas con problemas cardíacos / Not recommended for people with heart problems		
Mantente hidratado. Usa protector solar / Keep Hydrated. Use Sunblock		
No disponible asistencia para persona en condición de discapacidad		
Assistance for people with disabilities Not Available		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 5		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 5		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
150 USD / 132 EURO _{1pax}		

Figura 44. Tour Parque Natural Chicaque

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

		
Tour Páramo el Verjón		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Cerro Guadalupe / Guadalupe Hill	Transporte	Transportation
Onces Típicas / Bogotá Typical Snack	Entradas	Tickets
Páramo El Verjón / Verjón Moor	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Cascada La Chorrera y cueva del Mico	Souvenir	Souvenir
Parque Matarredonda / Matarredonda Park	Guía Bilingue	Bilingual guide
Almuerzo / Lunch	Asistencia Medica	Medical Insurance
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off	Almuerzo	Lunch
	Impermeable	Hooded Raincoat
	(Si es necesario)	(If required)
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua, zapatos y ropa comoda / Bring comfortable clothes and shoes, a cap, and some water		
No recomendado para personas con problemas cardíacos / Not recommended for people with heart problems		
Mantente hidratado. Usa protector solar / Keep Hydrated. Use Sunblock		
No disponible asistencia para persona en condición de discapacidad		
Assistance for people with disabilities Not Available		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 5		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 5		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
120 USD / 105 EURO <small>1pax</small>		

Figura 45. Tour Páramo Verjón

Fuente. Creación Propia

4.20.3.7.3 Tour Gastronómico

En este Tour se visitan las plazas de mercado principales de cada ciudad, en donde la persona encontrará una enorme variedad de alimentos, frutas y vegetales que tal vez desconocen (en particular extranjeros) y la variedad gastronómica de Colombia, allí ellos degustarán algunas frutas nacionales, bebidas típicos y productos autóctonos de la ciudad y región de Cundinamarca, además de visitar cabañas de producción de café o empresas dedicadas a la elaboración de cerveza.

Tour Gastronomico								
Servicio	Lugar	Duración	Total COP (1P)	Total USD (1P)	Total EURO (1P)	Total COP (2P)	Total USD (2P)	Total EURO (2P)
Tour del Café	Bricéño	De 3 a 8 Horas	540000	150	131.7073171	684000	190	166.8292683
Central Cervecera	Bricéño	De 3 a 8 Horas	360000	100	87.80487805	504000	140	122.9268293
Tour Chocolate	Bogotá	De 3 a 8 Horas	216000	60	52.68292683	360000	100	87.80487805
Tour Culinario Urbano	Bogotá	De 3 a 8 Horas	432000	120	105.3658537	576000	160	140.4878049
Culinaria NAC	Bogotá	De 3 a 8 Horas	576000	160	140.4878049	720000	200	175.6097561

Figura 46. Creación Propia

Fuente. Creación Propia

Esta tabla presenta el nombre del servicio a desarrollar, al igual que el lugar y tiempo estimado de desarrollo de la actividad, igualmente expresa el valor del mismo para 1 y 2 personas en pesos colombianos (COP), dólares (USD) y euros (EURO), esto con el objetivo de facilitar la interpretación del cliente objetivo, ya sea nacional o extranjero. Todos los servicios tienen la alimentación (almuerzo) incluida, esto con el fin de facilitar la experiencia del consumidor.

En esta categoría además de visitar lugares de producción de café y cerveza, se visitarán mercados locales, en donde el cliente tendrá la oportunidad de conocer la riqueza cultural de



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

cada sitio a través de la comida, postres locales, bebidas icónicas, platos nacionales y hasta comida callejera popular son algunos de los platos que ayudarán a que la experiencia sea algo inolvidable. Un guía estará acompañando a los usuarios durante todo el recorrido, explicando cada uno de los platos, contando su historia, importancia y procedencia, además de consejos culinarios e instrucciones sobre la preparación de la culinaria Bogotana, Cundinamarqués o colombiana.

4.20.3.7.3.1 Especificación de los Tours

		
Tour Café de Lujo		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Visita Plantación La Palma & El Tucán / Coffee Plantation	Transporte	Transportation
Almuerzo Gourmet /Gourmet Lunch	Entradas	Tickets
Cata de Café Especial / Coffee Tasting	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off	Souvenir	Souvenir
	Guia Bilingue	Bilingual guide
	Asistencia Medica	Medical Insurance
	Almuerzo	Lunch
	Impermeable	Hooded Raincoat
	(Si es necesario)	(If required)
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua, zapatos y ropa comoda / Bring comfortable clothes and shoes, a cap, and some water		
Preparate para un día de campo / Get ready for a country day		
Usa protector solar / Use Sunblock		
Disponible la asistencia para persona en condición de discapacidad		
Assistance for people with disabilities Available		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 3		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 3		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
150 USD / 132 EURO 1pax		

Figura 47. Tour Café de Lujo

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

		
Tour Central Cervecera		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Visita a la planta cervecera BBC / Brewing Facility	Transporte	Transportation
Cata de cervezas Artesanales / Beer Tasting	Entradas	Tickets
Almuerzo / Lunch	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off	Souvenir	Souvenir
	Guia Bilingue	Bilingual guide
	Asistencia Medica	Medical Insurance
	Almuerzo	Lunch
	Impermeable	Hooded Raincoat
	(Si es necesario)	(If required)
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar zapatos y ropa comoda / Bring comfortable clothes and shoes		
Disfrute con responsabilidad / Enjoy responsibly		
Es posible que interactúe con otros / You may interact with others		
Disponible la asistencia para persona en condición de discapacidad		
Assistance for people with disabilities Available		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 2		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 2		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
100 USD / 88 EURO <small>1pax</small>		

Figura 48. Tour Central Cervecera

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

		
Tour Chocolate		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Visita a la República del Cacao / Cocoa Facility	Transporte	Transportation
Catad de Chocolate / Cocoa - Chocolate Tasting	Entradas	Tickets
Regreso al Hotel / Hotel Drop-off	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
	Souvenir	Souvenir
	Guía Bilingue	Bilingual guide
	Asistencia Medica	Medical Insurance
	Almuerzo	Lunch
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar zapatos y ropa comoda / Bring comfortable clothes and shoes		
Evitar fumar o usar perfume / Avoid smoking or applying perfume		
Usa protector solar / Use Sunblock		
Disponible la asistencia para persona en condición de discapacidad		
Assistance for people with disabilities Available		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 3		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 3		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
60 USD / 53 EURO <small>1pax</small>		

Figura 49. Tour Chocolate

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT



Tour Culinario Urbano		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
<i>Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up</i>	The Tour Includes	
Plaza la Perseverancia / Market place	Transporte	Transportation
Plaza Paloquemao / Market Place	Entradas	Tickets
Cata de Frutas y Jugos / Fruits and Juice Tasting	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Cata de Postres en Candelaria / Desserts Tasting	Souvenir	Souvenir
Almuerzo Bogotano/ Bogotá Lunch	Guía Bilingue	Bilingual guide
Cata pequeña de Café / Small Coffee Tasting	Asistencia Medica	Medical Insurance
Onces Santaferañas	Almuerzo	Lunch
Artesanías locales, Comida Urbana / Local crafts, Urban Food	Impermeable	Hooded Raincoat
<i>Regreso al Hotel / Hotel Drop-off</i>	(Si es necesario)	(If required)
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua, zapatos y ropa comoda / Bring comfortable clothes and shoes, a cap, and some water		
No recomendado para personas alergicas a lactios y gluten / Not recommended for people allergic to Lactose or Gluten		
Este tour no es recomendado para veganos y vegetarianos / Not recommended for vegetarians and vegans		
Disponible la asistencia para persona en condición de discapacidad		
Assistance for people with disabilities Available		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 3		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 3		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
120 USD / 105 EURO <small>1pax</small>		

Figura 50. Tour Culinario Urbano

Fuente. Creación Propia

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT



Tour Culinaria NAC		
Itinerario / Itinerary	El Tour Incluye	
Recogida en el Hotel / Hotel Pick Up	The Tour Includes	
Plaza Paloquemao / Market Place	Transporte	Transportation
Cata de frutas y Jugos / Juice and Fruit Tasting	Entradas	Tickets
Clase de Cocina / Cooking Class	Refrigerio / Agua	Snack / Bottled Water
Almuerzo / Lunch	Souvenir	Souvenir
Clase para hacer Postre / Cooking dessert	Guia Bilingue	Bilingual guide
	Asistencia Medica	Medical Insurance
	Almuerzo	Lunch
	Impermeable (Si es necesario)	Hooded Raincoat (If required)
Informacion clave / Take Into Account		
Utilizar gorra, agua, zapatos y ropa comoda / Bring comfortable clothes and shoes, a cap, and some water		
No recomendado para personas alergicas a lactios y gluten / Not recommended for people allergic to Lactose or Gluten		
Este tour no es recomendado para veganos y vegetarianos / Not recommended for vegetarians and vegans		
Disponible la asistencia para persona en condición de discapacidad		
Assistance for people with disabilities Available		
Nivel de exigencia física: (de 1 muy fácil a 5 muy exigente) = 3		
Level of physical demand: (from 1 very easy to 5 very demanding) = 3		
Idiomas disponibles: Español, Inglés, Francés, Alemán		
Available languages: Spanish, English, French, German		
160 USD / 140 EURO <small>1pax</small>		

Figura 51. Tour Culinaria NAC

Fuente. Creación Propia

4.20.4 Punto de Equilibrio.

Punto de Equilibrio		
	Costo Unitario	Costo Total
COSTOS FIJOS	65,419.49	4,056,008.50
COSTOS VARIABLES	208,729.03	12,941,200.00
PE (q)=	4,056,008.50	20.18
	201,037.48	
PE (\$)=	4,056,008.50	8,267,196.94
	0.49	

Figura 52. Punto de Equilibrio

Fuente. Creación Propia

Esta tabla permite conocer los valores mínimos que se deben tener para cubrir los costos fijos, así como las variables para conocer el valor mínimo que la empresa debe producir para cubrir los costos. Como se muestra en la tabla, los costos variables son el resultado del total de los costos indirectos de fabricación, así mismo, los costos fijos son el resultado de la suma del valor total de la materia prima indirecta y de la mano de obra directa.

4.20.5 Análisis de Resultados.

New Adventure Concept SAS		
Estado de resultados		
Del 1 al 30 de junio de 2020		
Ingresos Operacionales		25,405,524.00
Ventas		
Planes	25,405,524.00	
Costo de ventas		16,997,208.50
MPD	325,200.00	
MOD	12,616,000.00	
CIF	4,056,008.50	
UTILIDAD BRUTA		8,408,315.50
Gastos Operacionales de Administración		0
Arrendamiento	0	
Servicios públicos	0.00	
Mantenimiento	0.00	
Gastos Operacionales de Ventas		0
Arrendamiento	0	
Servicios públicos	0.00	
Mantenimiento	0.00	
UTILIDAD OPERACIONAL		8,408,315.50
Gastos no operacionales		716,010.05
Financieros		
Cuota del prestamo	716,010.05	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		7,692,305.45
Impuesto de renta		2,538,460.80
	33%	2,538,460.80
UTILIDAD NETA		5,153,844.65

Figura 53. Análisis de Resultados



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Fuente. Creación Propia

Esta tabla es el resultado del análisis realizado en las tablas expuestas anteriormente, la tabla tiene en cuenta: los costos menos los ingresos para la obtención de la utilidad, luego los gastos, que es el dinero destinado al funcionamiento de la empresa, para calcular la utilidad operacional, se restó la utilidad bruta, los gastos administrativos y de ventas, y para la utilidad antes de los impuestos, se restó la utilidad operacional con los gastos no operacionales, es decir la cuota mensual (amortización); restando este valor y multiplicando por 33% se obtiene la utilidad neta de las ganancias de la empresa.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

5. Capítulo V. Análisis de Datos y Resultados

5.1 Tabulación de Datos

5.1.1 Grupo Nacionales

Las preguntas de introducción y focalización empleadas en la entrevista, fueron realizadas a un grupo de 20 docentes del programa de Lenguas Modernas de la Universidad ECCI de Bogotá, distribuidos en 4 grupos de 5 personas. Según los resultados obtenidos por este grupo, New Adventure Concept® es una empresa que ofrece un portafolio de servicios innovador y atractivo para clientes locales y extranjeros por diferentes factores.

La mayoría de los entrevistados conocen algunos de los sitios más icónicos de la ciudad de Bogotá y los (6) municipios de Cundinamarca en donde trabaja la empresa, pero muy pocos los visitan, en promedio visitan esos sitios de 2 a 10 veces al año, junto a esta respuesta se llegó a la conclusión que la mayoría de viajeros bogotanos, visitan los municipios de Cundinamarca para disfrutar de sus paisajes naturales, su cultura y su gastronomía, estos viajes normalmente se hacen en pareja, grupo de amigos o en familia. Por el otro lado, los sitios de entretenimiento en Bogotá son poco frecuentados, estos se visitan cuando hay un evento en común o una salida con propósito académico.

Es importante resaltar que la mayoría de los entrevistados estarían interesados en adquirir un tour con New Adventure Concept®, lo anterior, porque encuentran en ellos seguridad, respeto por sus clientes y los sitios a visitar, lugares interesantes a conocer, espacios de esparcimiento espiritual, tranquilidad y relajación, cultura y confort, atención al detalle y empatía en el servicio, en los tours, encuentran cubiertas las necesidades básicas, como lo son: transporte, alimentación,



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

guianza y asesoría en el viaje, además, resaltan, que las temáticas empleadas en los tours son adecuadas para los clientes objetivos (Nacionales y Extranjeros).

Al grupo, le llamó la atención el registro fotográfico que brinda la empresa durante el recorrido de cada tour, el cual es entregado al finalizar el mismo a los clientes de manera gratuita, ellos expresaron que es un "plus" ofrecer este servicio, porque ayuda a la integración del grupo, deja evidencia de lo entretenido que es el servicio y atrae más personas. Para cada uno es importante que además de tener una página web y generar espacios publicitarios y compartir contenido a través de las redes sociales, se tenga una oficina, esto para dar la información necesaria y transmitir seguridad ante el servicio a los clientes potenciales.

Para finalizar, se dio a conocer un precio estimado de cada categoría de tour (histórico, natural, gastronómico) que se ofrece, según los resultados, consideran que es un precio justo y factible para los clientes extranjeros y nacionales teniendo en cuenta el perfil del cliente. De igual manera consideran importante mantener al cliente informado sobre los planes y servicios a través de la página web y las redes sociales, así se podrán enterar de nuevos servicios, podrán compartir las experiencias y realizar procedimientos de retroalimentación.

5.1.2 Grupo Extranjeros

Este grupo estaba conformado por dos grupos, 1 de 4 personas provenientes de México y 1 de 3 personas provenientes de Francia y Países Bajos, para un total de 7 personas, y se les aplicaron únicamente las preguntas focalizadas para acortar el tiempo del Focus Group, lo anterior debido a itinerarios y disponibilidad de cada grupo.

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Realizando las preguntas encontramos, que cada grupo considera que actualmente Colombia es un destino atractivo para el turista en donde se podrían desarrollar servicios turísticos como los que desarrolla la empresa, esto en su mayoría debido al tratado de paz firmado, porque se sienten más seguros, al atractivo de sus espacios geográficos, y a la empatía y servicio de su gente.

¿Considera que Colombia es un destino para los extranjeros?

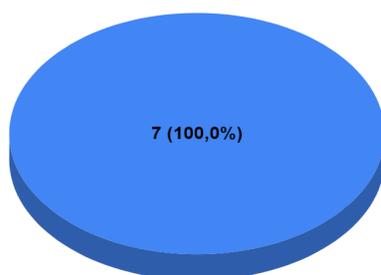


Figura 54. Interés por Visitar a Colombia

Fuente Creación Propia

Por otra parte, mostraron interés frente a las temáticas desarrolladas en los tours, argumentando que son los temas que el turista busca como entretenimiento en un país nuevo. Para la pregunta de ¿cómo les gusta viajar normalmente?, el resultado estuvo igual para las opciones de familia y amigos, el viaje en solitario se descartó, debido a que los entrevistados indicaron que al momento de tomar un tour, buscan unirse a un grupo o interactuar con varias personas para entablar conversaciones e interactuar, así que el viaje en pareja mostró ser la opción más preferida por los viajeros, indicando que cuando se hacen grupos de viaje

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

normalmente está compuesto por parejas o matrimonios, esto indica que al momento de elegir un tour es probable que lo soliciten para 2 o más personas.

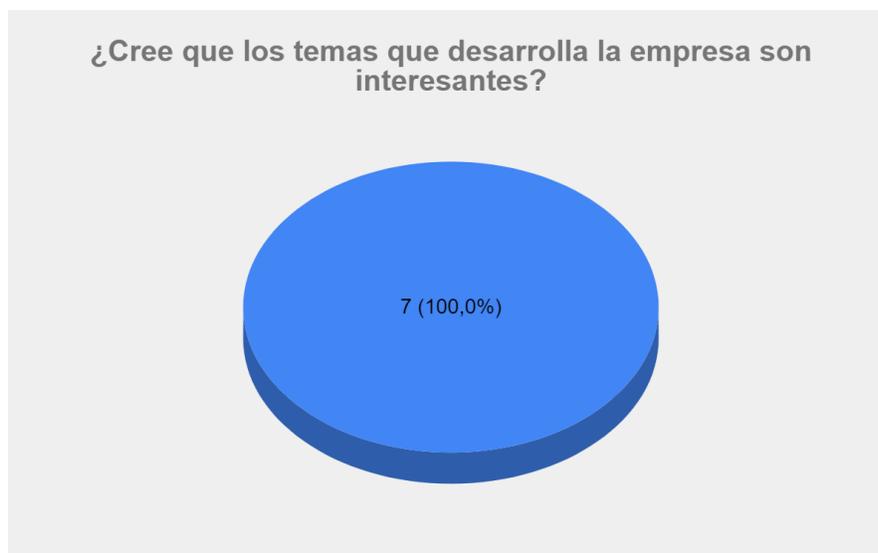


Figura 55. Opinión sobre las Temáticas a Desarrollar

Fuente. Creación Propia



Figura 56. Preferencias de viaje

Fuente. Creación Propia

La mayoría de los participantes afirmaron que el registro fotográfico realizado por la empresa durante el desarrollo de actividades, el cual es entregado de manera gratuita al final del viaje, es un buen detalle por parte de la empresa, argumentando que cuando se viaja se busca retratar las experiencias en los lugares visitados por medio de la fotografía



Figura 57. Registro Fotográfico

Fuente. Creación Propia

De igual manera, estuvieron de acuerdo al manejar una página web y las redes sociales para dar a conocer los servicios, por la facilidad que brinda la tecnología en la actualidad y las facilidades de llegar a cualquier parte del mundo, pero consideran importante que dentro de la página web y las redes sociales se proporcione información de una oficina física donde se atienda al público, al igual que un número de teléfono por medio del cual se pueda dar soporte técnico y se ayude a resolver todas las dudas que surjan antes, durante y al final del servicio. Finalmente manifestaron que el precio establecido para los tours era cómodo y justo para los beneficios incluidos

¿Es útil ofrecer el portafolio de servicios en una página web?

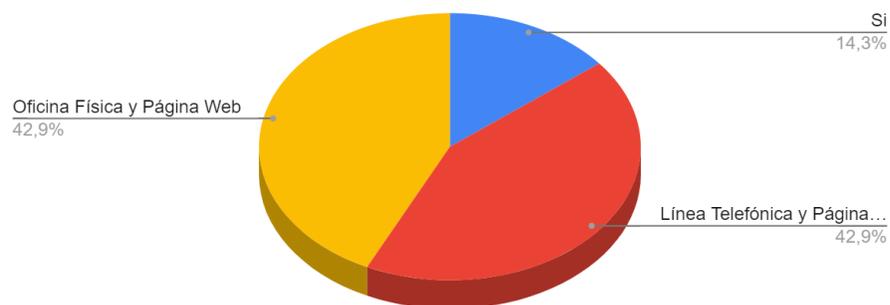


Figura 58. Empresa Virtual

Fuente. Creación Propia

¿Considera adecuado el precio de los servicios?

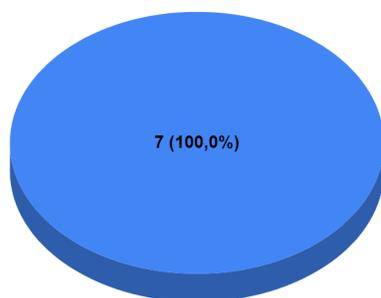


Figura 59. Calidad / Precio

Fuente. Creación Propia



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

6. Capítulo VI. Limitaciones y Conclusiones

6.1 Limitaciones

El desarrollo de la investigación se vio limitada debido a aspectos como dinero, tiempo y viajeros, el primer factor se presentó ya que el costo de traslado a cada uno de los 6 municipios, sumado a la alimentación, y peajes o parqueaderos, es elevado por esta razón, la visita se realizó a 3 de los 6 municipios que hacen parte de la investigación, para Bogotá fue un poco más fácil, sin embargo la entrada a museos, sitios de interés como por ejemplo Monserrate y el desplazamiento (transporte) entre localidades limitaron un poco el proyecto; el segundo factor, se presentó debido a la elaboración de salidas de campo cerca a la fecha de entrega del proyecto, a causa de esto, no se pudieron visitar los municipios restantes, teniendo en cuenta que la exploración de cada uno de los sitios, el cotizar precios de alimentación, delimitar rutas de senderismo toman tiempo, para Bogotá, algunos museos se encontraban cerrados, o no era posible contactar los restaurantes por restricción de horarios; el tercer factor fue uno de los más importantes, para la recolección de datos, la creación de propuestas, la acomodación de precios y críticas constructivas, esto porque los turistas no autorizaba el acercamiento debido a falta de interés frente al proyecto, miedo al entablar conversaciones con desconocidos, o disponibilidad de tiempo.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

6.2 Conclusiones

Desarrollar una idea de negocio como Operador Turístico en Colombia es viable debido a las facilidades ofrecidas por el Gobierno Nacional, las oportunidades que tiene el sector en el país y el compromiso de las entidades gubernamentales en convertir el turismo en una actividad rentable para el país; por otro lado, Colombia cuenta con unos paisajes naturales asombrosos, con una variedad de ecosistemas, así como una biodiversidad en su flora y fauna, que permiten realizar actividades de senderismo, fotografía, avistamiento de aves, ciclismo y camping, los cuales se pueden desarrollar de manera tranquila, cómoda y segura, además, los climas que se pueden encontrar en la región de Cundinamarca (templado, cálido y hasta fríos de páramo), complementan cada experiencia.

De igual manera, Colombia cuenta con un recurso cultural e histórico imperecedero, donde su arquitectura, sus calles y sus lugares dan vida al valor étnico, y social del país, lo anterior, complementado con el carisma y servicio de la gente, deja huella en los corazones de los viajeros.

Adicionalmente, para New Adventure Concept®, existe una gran oportunidad de negocio y de crecimiento al trabajar con los clientes objetivos, sobre todo clientes provenientes de Europa, los cuales en los últimos años han mostrado mayor interés en viajar a Colombia por sus espacios naturales y su diversidad cultural, a esto sumado los precios asequibles en todas las actividades turísticas que ofrece el país, y la seguridad que refleja el mismo para el cliente extranjero al realizar la firma del proceso de paz. Teniendo en cuenta que los servicios turísticos para personas francófonas y germano hablantes es poco frecuente tanto en espacios urbanos de Bogotá o espacios naturales en Cundinamarca brinda mayor exclusividad y comodidad para estos clientes.



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Para dar respuesta a la pregunta de investigación ¿Como optimizar la experiencia turística en Bogotá, Zipaquirá, Nemocón, Choachí, Guatavita, Sopó y Briceño teniendo un énfasis en la interpretación de los idiomas español inglés, francés y alemán?, se concluye que la mejor manera de optimizar la experiencia turística es incursionando actividades innovadoras, integrales, seguras y responsables, recorriendo sitios distintos a los que se acostumbra a escuchar, brindando una información verídica, teniendo una interacción cultural empática por medio del idioma que la persona maneje, para que tengan gratos recuerdos de sus experiencias en Colombia y recomienden este destino y en sus países.

7. Bibliografía

Portafolio. (septiembre de 2019). Re: Bogotá es la cuarta ciudad más visitada por turistas en

Latinoamérica. Portafolio. Recuperado de:

<https://www.portafolio.co/economia/bogota-es-la-cuarta-ciudad-mas-visitada-por-turistas-en-latinoamerica-533249>

Cámara de Comercio de Bogotá. (junio de 2017). Re: Colombia incentiva las industrias creativas con la Ley Naranja. Cámara de Comercio de Bogotá. Tomado de:

<https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-Fortaleza-su-empresa/2017/Junio/Colombia-incentiva-las-industrias-creativas-con-la-Ley-Naranja>

Latinoamérica Meetings. (mayo de 2019). Re: Ranking ICCA: Colombia, en el Top 30 de la industria de las reuniones. Latinoamérica Meetings. Tomado de:

<http://latammeetings.com/ranking-icca-colombia-en-el-top-30-de-la-industria-de-las-reunion-es/>

La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo- ANATO. Re: Plan de acción (1949).

ANATO. Tomado de <https://www.anato.org/es/content/quienes-somos>

Ley 1834 de 2017. La Economía Creativa, Ley Naranja. [Archivo PDF]. Tomado de:

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201834%20DEL%2023%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf>

Ministerio de Cultura de Colombia (2017). ABC de la Economía Naranja [Archivo PDF]

https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/_ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_.pdf



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Cámara de Comercio de Bogotá. (junio de 2017). Re: Colombia Incentiva las Industrias con la Ley Naranja. Cámara de Comercio de Bogotá. Tomado de:

<https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-Fortalezca-su-empresa/2017/Junio/Colombia-incentiva-las-industrias-creativas-con-la-Ley-Naranja#:~:text=Debido%20a%20su%20auge%20y%20a,y%20servicios%2C%20los%20cuales%20se>

Redacción El Tiempo (26 de septiembre de 2016). EL Tiempo. Tomado de:

<https://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/firma-de-la-paz-en-colombia-2016-31456>

Conexión Capital (16 de junio de 2017). Re: Incrementa el turismo en Colombia tras la firma de los acuerdos de paz con las FARC. Conexión Capital. Tomado de:

<https://conexioncapital.co/incrementa-turismo-colombia-tras-la-firma-los-acuerdo-paz-las-farc/>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (24 de febrero de 2020). Re: ¡En 2019 el turismo en Colombia rompió récords!. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Tomado de:

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019-el-turismo-en-colombia-rompio-records#:~:text=El%202019%20fue%20un%20a%C3%B1o,7%20%25%20con%20respecto%20a%202018.>

Portafolio. (04 de septiembre de 2019). Re: Bogotá es la cuarta ciudad más visitada por turistas en Latinoamérica. Portafolio. Tomado de:

<https://www.portafolio.co/economia/bogota-es-la-cuarta-ciudad-mas-visitada-por-turistas-en-latinoamerica-533249>

Redacción el Tiempo. (31 de octubre de 2016). Municipios que más jalonan el turismo están en Cundinamarca. El Tiempo. Tomado de:



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

<https://www.eltiempo.com/bogota/municipios-de-cundinamarca-los-que-mas-atraen-turismo-34297>

Portafolio (15 de Julio de 2019). Bogotá: Potencia Turística. Semana. Tomado de:

<https://www.semana.com/contenidos-editoriales/bogota-la-vida-fluye/articulo/crecimiento-turistico-en-bogota-en-2019/623649>

Grupo Financiero Monex. (19 de septiembre de 2018). ¿Para qué utilizar la información de un análisis financiero? Grupo Financiero Monex. Tomado de:

<https://blog.monex.com.mx/para-que-utilizar-la-informacion-de-un-analisis-financiero>

Kuhn, C. (1971). La estructura de las revoluciones científicas. Fondo de cultura económica. México.

Tomado de: <https://materiainvestigacion.files.wordpress.com/2016/05/kuhn1971.pdf>

Sánchez, J. (20 de junio de 2003). T. S Kuhn. Webdianoia. Tomado de:

<https://www.webdianoia.com/contemporanea/kuhn.htm#:~:text=Kuhn%20define%20paradigma%20de%20la,soluciones%20a%20una%20comunidad%20cient%C3%ADfica.&text=Pero%20podr%C3%ADamos%20verlo%20tambi%C3%A9n%20partiendo%20del%20paradigma%20de%20la%20teor%C3%ADa%20helioc%C3%A9ntrica.>

Salabert, J., Rubén, J (2001). Calidad de vida laboral en función de percepción de equidad en mandos intermedios de empresas de bienes y servicios [Tesis Profesional, Universidad de las Américas de Puebla]. (México). Tomado de:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/meni/jure_s_jr/capitulo3.pdf

Pulido, P. (2015). Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica [Tesis de Maestría, Universidad de Cádiz]. (España). Tomado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/310/31043005061.pdf>



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Lisboa. R. (6 de diciembre de 2019) Re: Focus Group: ¿Qué es esta metodología y cómo aplicarla a tu estrategia de marketing? Rock Content. Tomado de:

<http://virtual.urbe.edu/tesispub/0059775/cap03.pdf>

Organización Mundial del Turismo (UNWTO) Re: El turismo: un fenómeno económico y social.

Organización Mundial del Turismo. Tomado de: <https://www.unwto.org/es/turismo>

Ley 1101 de 2006. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo y se declaran otras disposiciones. 22 de noviembre de 2006. Tomado de:

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1101_2006.html

Ministerio de Cultura. Re: Lista patrimonio Mundial. Ministerio de Cultura de Colombia. Tomado de:

<https://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/unesco/lista-patrimonio-mundial/Paginas/default.aspx>

Administrador. (14 de mayo de 2015). Re: Turismo Cultural. Gobierno de México. Tomado de:

<http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Definiciones y actividades prestadores de servicios turísticos [Archivo PDF]. Tomado de:

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.mincit.gov.co/getattachment/f7c53ff0-36c2-435b-884c-bb5e847f8866/Prestadores-de-servicios-turisticos-%25E2%2580%2593-Definiciones.aspx&ved=2ahUKewjTjcnhgY_qAhWumuAKHf09B1wQFjALegQIAhAB&usg=AOvVaw0DH8fsRMuHZIpzZZC611mR

Ley 1014 de 2016. De fomento a la cultura de emprendimiento. 26 de enero de 2006. Tomado de:

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/14037>



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Sánchez, J (2017). Re: Medios de producción. Economipedia. Tomado de:

<https://economipedia.com/definiciones/medios-de-produccion.html>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (06 de junio de 2019). Re: Gobierno expide nueva clasificación de empresas a partir de sus ingresos. Ministerio de Comercio, Industria y

Turismo. Tomado de:

<http://www.mipymes.gov.co/temas-de-interes/definicion-tamano-empresarial-micro-pequena-median>

Dinero. (30 de diciembre de 2019). Re: Esta es la UVT que regirá en el 2020. Dinero. Tomado de:

<https://www.google.com/amp/s/www.dinero.com/amp/uvt-2020-cual-es-el-valor-que-regira/280536>

Dinero. (02 de octubre de 2009). Re: SAS es el tipo de sociedad más usado en Colombia. Dinero.

Tomado de:

<https://www.dinero.com/empresas/articulo/empresa-sas-en-colombia-que-tipo-de-sociedades-de-empresa-debo-elegir/84554>

Ley 1258 de 2008. Sociedad de acciones simplificadas. D.O. No. 47.194. Tomado de:

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

Ley 1780 de 2016. Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado de trabajo y se dictan otras

disposiciones. D.O No. 49.861. Tomado de:

<http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201780%20DEL%2002%20DE%20MAYO%20DE%202016.pdf>



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Alcaldía Mayor de Bogotá. Documentos para turismo. Reglamentación. Alcaldía de Bogotá. Tomado de:

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=20482#:~:text=Modifica%20la%20Ley%20300%20de,comprende%20la%20capacitaci%C3%B3n%20y%20la>

Redacción Portafolio. (23 de abril de 2014). Re: Análisis / Recursos naturales y crecimiento económico. Portafolio. Tomado de:

<https://www.portafolio.co/opinion/redaccion-portafolio/analisis-recursos-naturales-crecimiento-economico-58634>

Lacouture, M. (26 de noviembre de 2018). Re: Turismo naturaleza, tendencia mundial. La República. Tomado de:

<https://www.google.com/amp/s/amp.larepublica.co/analisis/maria-claudia-lacouture-402341/turismo-naturaleza-tendencia-mundial-2797710>

Dinero. (23 de enero de 2020). Re: ¿Colombia podrá llegar a los 6 millones de turistas extranjeros?.

Dinero. Tomado de:

<https://www.dinero.com/pais/articulo/cuantos-turistas-extranjeros-llegan-a-colombia-al-ano/281034>

Redacción El Tiempo. (27 de enero de 2020). Estos son los extranjeros que más visitan Colombia. El Tiempo. Tomado de:

<https://www.google.com/amp/s/www.eltiempo.com/amp/economia/sectores/de-donvienen-los-extranjeros-que-mas-visitan-a-colombia-455762>

Quiroa, M. Re: Cliente. Economipedia. Tomado de:

<https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Gómez, I. (30 de marzo de 2017). Re: ¿Cuál es la estructura organizacional que más le conviene?

Dinero. Tomado de:

<https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/estructura-organizacional-que-mas-conviene-por-jorge-gomez/243414>

Borges, V. ¿Qué es un logo? Método marketing. Tomado de:

<https://metodomarketing.com/que-es-un-logo/>

Industria de Comercio y Superintendencia. ¿Qué es una marca? Gobierno de Colombia. Tomado de:

<https://www.sic.gov.co/node/77>

Redacción El Tiempo. (14 de enero de 2017). Re: Autoridades deben vigilar que operadores de turismo cumplan normas. El Tiempo. Tomado de:

<https://www.eltiempo.com/economia/sectores/certificaciones-para-operadores-de-turismo-en-colombia-51807>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Re: ¿Qué es el Registro Nacional de Turismo?

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Tomado de:

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/registro-nacional-de-turismo/%C2%BFque-es-el-registro-nacional-de-turismo>

Facchin, J. (15 de enero de 2020). Re: ¿Qué es el Modelo Canvas y cómo crear tu propio lienzo o plantilla Business Model Canvas? José Facchin. Tomado de:

<https://josefacchin.com/modelo-canvas-de-negocio/>

Torres, A. (25 de noviembre de 2014). Un negocio en un folio. El País. Tomado de:

https://elpais.com/economia/2014/11/24/actualidad/1416832996_039554.html



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Chapman, A. (22 de agosto de 2014). Re: Análisis de matriz DOFA. De Gerencia. Tomado de:

https://degerencia.com/articulo/analisis_dofa_y_analisis_pest/#:~:text=An%C3%A1lisis%20de%20matriz%20DOFA&text=DOFA%20es%20el%20acr%C3%B3nimo%20de.propuesta%20de%20negocios%2C%20o%20idea.

Decreto 2257 de 1951 [Presidencia de la República]. Por el cual se reglamenta el Decreto-Ley 382.

19 de febrero 1951. Tomado de:

https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-103361_archivo_pdf.pdf

PROCOLOMBIA. Re: ¿Que es PROCOLOMBIA? PROCOLOMBIA. Tomado de:

<https://procolombia.co/nosotros/que-es-procolombia>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Re: INNpulsa Colombia. Ministerio de Comercio,

Industria y Turismo. Tomado de:

<https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/innovacion>

Instituto Distrital de Turismo. Re: Turismo de naturaleza. Tomado de:

<http://www.bogotaturismo.gov.co/Turismo%20de%20Naturaleza>

Instituto Distrital de Turismo. Re: Turismo Cultura. Tomado de:

<http://www.bogotaturismo.gov.co/Turismo%20Cultural>

Otros Autores. (10 de agosto de 2018). Re: La aventura y el ciclo montañismo los reyes del turismo en Cundinamarca. Semana. Tomado de:

<https://www.semana.com/Buscador?query=turismo%20en%20cundinamarca&post=semana&limit=10&offset=0>

Cámara de Comercio de Cali. Re: Registros Públicos, Registro Nacional de Turismo (RNT). Cámara de Comercio de Cali. Tomado de:



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

<https://www.ccc.org.co/tramites-de-registros/registros-publicos/registro-nacional-de-turismo/tramites/inscripcion/#:~:text=Cancelaci%C3%B3n-,Inscripci%C3%B3n,funcionamiento%20y%20debe%20actualizarse%20anualmente.>

Ley 1558 de 2012. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. Tomado de:

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal1.jsp?i=48321>

Decreto 1075 de 1997. [Con fuerza de Ley]. Por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos. 14 de Abril de 1997:

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal1.jsp?i=14696&dt=S>

Ley 300 de 1996. Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones.

Tomado de: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal1.jsp?i=8634&dt=S>

Decreto 504 de 1997. [Con fuerza de Ley]. Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo de que tratan los artículos 61 y 62 de la Ley 300 de 1996. 28 de Febrero de 1997.

Tomado de: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal1.jsp?i=9246&dt=S>

Decreto 2158 de 2017. [Con fuerza de Ley]. Por el cual se adiciona el capítulo 9 al Título 4 de la parte 2 del libro 2 del decreto 1074 de 2015, Decreto Único reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamentan programas y descuentos para promover el turismo de interés social. 20 de diciembre de 2017. Tomado de:

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal1.jsp?i=73342&dt=S>

Decreto 2183 de 2013. [Con fuerza de ley]. Por el cual se regula la elaboración de las estadísticas relacionadas con el sector turístico y se dictan otras disposiciones. 07 de Octubre de 2013.

Tomado de: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal1.jsp?i=70193&dt=S>



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Resolución 460 de 2010. [Con fuerza de ley]. Por la cual se establecen los requisitos de inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los Arrendadores de Vehículos para Turismo Nacional e Internacional. 19 de febrero de 2010. Tomado de:

<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=39065&dt=S>

Cámara de Comercio de Bogotá. Re: ¿Que es la Cámara de Comercio de Bogotá? Cámara de Comercio de Bogotá. Tomado de:

<https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Camara-de-Comercio-de-Bogota/Que-es-la-Camara-de-Comercio-de-Bogota>

Superintendencia de Industria y Turismo. Re: Superintendencia de Industria y Turismo. Tomado de:

http://www.redconsumidor.gov.co/publicaciones/superintendencia_de_industria_y_comercio_pub

Ministerio de Hacienda. Re: ¿Cómo nació la DIAN? Ministerio de Hacienda. Tomado de:

<https://www.dian.gov.co/dian/entidad/Paginas/Presentacion.aspx#:~:text=de%20la%20Entidad%3F-,La%20Unidad%20Administrativa%20Especial%20Direcci%C3%B3n%20de%20Impuestos%20y%20Aduanas%20Nacionales,cumplimiento%20de%20las%20obligaciones%20tributarias%2C>

Decreto 1074 de 2015. [Con fuerza de Ley]. Por medio del cual se expide el Decreto Único

Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo. 26 de mayo de 2015. Tomado de:

<http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/decretos/2015/Decretos2015/DECRETO%201074%20DEL%2026%20DE%20MAYO%20DE%202015.pdf>

Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. Tomado de:



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

<http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/decretos/2015/Decretos2015/DECRETO%201074%20DEL%2026%20DE%20MAYO%20DE%202015.pdf>

Ley 1474 de 2011. Por la cual se dictan las normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación, y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública. 12 de Julio de 2011. Tomado de:

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1474_2011.html

Ley 610 de 2000. Por la cual se establece el trámite de los procesos de responsabilidad fiscal de competencias de las contralorías. 15 de agosto de 2000. Tomado de:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=5725#:~:text=El%20proceso%20de%20responsabilidad%20fiscal%20es%20el%20conjunto%20de%20actuaciones por%20acci%C3%B3n%20u%20omisi%C3%B3n%20y>

Ley 962 de 2015. Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de tramites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones publicas o prestan servicios públicos. 08 de junio de 2005.

Tomado de: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0962_2005.html

Noguera, N. (2019). Re: Numero de turistas extranjeros creció 10.4%en el 2018. El tiempo. Tomado de:

<https://www.eltiempo.com/vida/viajar/numero-de-turistas-extranjeros-crecio-10-4-en-colombia-en-2018-314172>

Decreto 2257 de 1951. [Con fuerza de Ley]. Por el cual se reglamenta el Decreto – Ley 382 del 19 de febrero de 1951, sobre interpretes oficiales. 27 de octubre de 1951. Obtenido de:

https://normograma.info/men/docs/pdf/decreto_2257_1951.pdf



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

8. Anexos

8.1 Anexo 1 Grupo Focal New Adventure Concept®

8.1.1 Grupo Focal Grupo Nacionales



Universidad ECCI

Focus Group (Grupo Focal) Empresa New Adventure Concept® S.A.S

La siguiente entrevista es una fuente académica para recopilar información relacionada con el proyecto Empresarial New Adventure Concept®. La información recopilada es privada y se usará sólo para fines académicos. El desarrollo de esta idea de emprendimiento se ejecutará con el acompañamiento, supervisión y organización de la Docente Yaneth Pérez López.

Objetivos

- ❖ Medir la viabilidad del producto para buscar e implementar estrategias de venta y promoción que resulten atractivas para el cliente objetivo
- ❖ Conocer la percepción de los docentes de la facultad de Lenguas Modernas de la Universidad ECCI de Bogotá sobre las actividades de esparcimiento y los Tours en Bogotá y (6) municipios de Cundinamarca.

Nombre del Moderador: Brayhann Alfonso Cuevas

Asistente del Moderador: Kely Jakeline Garzón



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Participantes: 20 Docentes de la facultad de Lenguas Modernas de la Universidad ECCI de Bogotá

Preguntas:

(Introducción)

1. ¿Qué actividades de ocio o esparcimiento realiza en su tiempo libre?
2. ¿Viaja con frecuencia?
3. ¿Considera atractivo el enfoque que hace el turismo cultural visitando lugares con valor histórico? Por ejemplo: Museos, iglesias, etc.
4. ¿Le parece interesante el enfoque que hace el turismo natural en actividades relacionadas al ecoturismo, senderismo, visita a parques temáticos, etc.?
5. ¿Qué buscan cuando viajan? / ¿Cuál es el propósito de viajar?
6. ¿Acostumbran a tomar tours o actividades guiadas en sus viajes? ¿Porqué?
7. ¿En qué idiomas creen que los guías de turismo brindan los recorridos a los extranjeros?

(Focalizadas)

1. Desde su punto de vista ¿Consideran que Colombia es un destino turístico para el extranjero?
2. ¿Creen que las temáticas desarrolladas en los tours son adecuadas?
3. Cuando viaja ¿Normalmente lo hace solo o acompañado?
4. ¿Considera que el registro fotográfico entregado por la empresa al final del recorrido es conveniente?



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

5. ¿Es apropiado ofrecer el portafolio de servicios de la empresa por medio de una página web (y redes sociales) o es indispensable contar con una oficina física?
6. ¿Consideran adecuado el precio? (Promedio Tour Histórico: 320.000COP / Tour Natural: 400.000COP / Tour Gastronómico: 400.000COP)

Le agradecemos el tiempo empleado para el desarrollo de esta entrevista.

Sus datos personales serán tratados de forma segura según la ley Habeas Data, conforme con nuestra Política de Tratamiento de Datos Personales, usted podrá modificar, actualizar o eliminar sus datos de la base de datos de New Adventure Concept® S.A.S en cualquier momento

8.1.2 Grupo Focal Grupo Extranjeros



Universidad ECCI

New Adventure Concept® company Focus Group

The following interview is an academic resource for collecting information associated with the business project New Adventure Concept®. The information collected is private and will be used only for academic purposes. The development of this entrepreneurship idea will build with the accompaniment, monitoring and organization of the teacher Yaneth Pérez López



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Objectives

- ❖ Measuring the viability of the product in order to search and implement attractive selling and promotion strategies for the objective client.
- ❖ Knowing the perception of foreign tourist about leisure activities and Tours in Bogota and (6) municipalities in Cundinamarca.

Moderator's name: Brayhann Alfonso Cuevas

Assistant moderator: Kely Jakeline Garzón

Participants: 7 Travelers from Mexico (4), Netherlands (1), and France (2)

Questions:

(Introduction)

1. What leisure or recreation activities do you do in your free time? / ¿Qué actividades de ocio o esparcimiento realiza en su tiempo libre?
2. Do you travel frequently? / ¿Viaja con frecuencia?
3. Do you consider attractive the approach that cultural tourism makes visiting places with historical value? For instance: Museums, churches, etc / ¿Considera atractivo el enfoque que hace el turismo cultural visitando lugares con valor histórico? Por ejemplo: Museos, iglesias, etc
4. Do you find the natural tourism approaching interesting in activities related to ecotourism, hiking, theme parks, etc? / ¿Le parece interesante el enfoque que hace el



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

turismo natural en actividades relacionadas al ecoturismo, senderismo, visita a parques temáticos, etc.?

5. What do you look for when you travel? What is the purpose of traveling? / ¿Qué buscan cuando viajan? ¿Cuál es el propósito de viajar?
6. Are you used to taking tours or guided activities on your trips? Why? / ¿Acostumbran a tomar tours o actividades guiadas en sus viajes? ¿Porqué?
7. What languages do you think the tourist guides provide tours to foreigners in Colombia? / ¿En qué idiomas creen que los guías de turismo brindan los recorridos a los extranjeros?

(Focused)

1. According to you, do you consider Colombia a tourist destination for foreigners? / Desde su punto de vista ¿Consideran que Colombia es un destino turístico para el extranjero?
2. Do you think the themes developed on the tours are appropriate? / ¿Creen que las temáticas desarrolladas en los tours son adecuadas?
3. When you travel, do you do it alone or with someone else? / Cuando viaja ¿Normalmente lo hace solo o acompañado?
4. Do you consider that the photographic record delivered by the company at the end of the tour is appropriated? / ¿Considera que el registro fotográfico entregado por la empresa al final del recorrido es conveniente?
5. Is it appropriate to offer the company's services through a website (and social media) or is it essential to have a physical office? / ¿Es apropiado ofrecer el portafolio de servicios de



PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

la empresa por medio de una página web (y redes sociales) o es indispensable contar con una oficina física?

6. Do you consider the price of services adequate? (Average Historical Tour: 84 USD, 76 EURO / Natural Tour: 105 USD, 97 EURO / Gastronomic Tour: 105 USD, 97 EURO)
¿Consideran adecuado el precio? (Promedio Tour Histórico: 84 USD, 76 EURO / Tour Natural: 105 USD, 97 EURO / Tour Gastronómico: 105 USD, 97 EURO)

We appreciate the time you spent developing this interview.

Your personal data will be treated safely according to the Habeas Data law, in accordance with our Personal Data Treatment Policy, you can modify, update or delete your data from the New Adventure Concept® database at any time.

8.2 Registro Fotográfico Regiones de Cundinamarca y Bogotá



Figura 60. Aventura la Chocarrera

PROYECTO DE GRADO: NEW ADVENTURE CONCEPT

Fotografía de los paisajes contemplados durante la caminata del Tour a Choachí



Figura 61. Cascada el Chiflon

Fotografía de la Cascada el Chiflón en Choachí



Figura 62. Plato Principal Gourmet

Fotografía tomada del menú ofertado por el Restaurante Capitalino (Hotel Grand Hyatt)



Figura 63. Laguna de Guatavita

Fotografía de La Laguna de Guatavita



Figura 64. Caminata Ecológica

Fotografía panorámica procedente de una caminata al Paramo el Verjón



Figura 65. Ciudad de Bogotá.

Fotografía tomada desde el Restaurante Oriental Ushin



Figura 66. Parque Simón Bolívar

Fotografía procedente de un atardecer en una de los parques más representativos de Bogotá



Figura 67. Parque Jaime Duque

Representación arquitectónica del Taj Mahal (India) procedente del Parque temático Jaime Duque (Briceño)