

Opción de Grado II
Ecoturismo Nice SAS

Luz Yaneth Gonzalez Hernández
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Programa Administración de empresas
Código 10108

Bogotá, 22 mayo 2018

*David Alfonso Arango Moreno

Contenido

1. Introducción	5
2. Descripción del problema	6
Pentágono.....	6
Ilustración 1 Pentágono	6
3. Investigación de mercado.....	7
Entrevistas	7
Ilustración 2 Entrevista 1	7
Ilustración 3 Entrevista	8
4. Misión	8
5. Visión.....	8
6. Objetivos	9
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos	9
Objetivo Empresarial	9
Objetivo Social y ambiental	9
Objetivo Tecnológico	9
7. Identificación del problema	10
8. Estudio de mercado	11

Grupo al que va dirigido la idea de negocio	11
Sector	11
Sub sector	11
Segmentación	11
Psicográfico.....	12
Mercado meta	12
Mercado potencial.....	12
9. Competencia	13
Directa	13
Indirecta.....	13
10. Analisis Dofa.....	14
Tabla 1 Analisis DOFA	14
11. Análisis Pestel.....	15
Tabla 2 Analisis pestel.....	15
12. Fuerzas de poder	16
Ilustración 5 Fuerzas de Poder	16
13. Estrategias de mercado	17
Producto	17
Precio	17

Publicidad	17
Marca	18
Ilustración 6	18
Logo	18
Ilustración 7	18
Slogan	19
Ilustración 8	19
14. Ventaja competitiva	19
15. Promoción de ventas	19
16. Referencias.....	20

Introducción

La idea de negocio surgió al ver que las personas en condición de discapacidad muchas veces no son tomadas en cuenta, por ello se quiere obtener una clase de integración con la sociedad y darles un espacio en el que puedan sentirse a gusto con ellos mismos y con la naturaleza.

Se identifica que estas personas son una población vulnerable y muchas no estarían en condiciones de adquirir un servicio como este, por lo tanto, se va a abarcar la población con discapacidad física, se debe de contar con un personal capacitado que pueda manejar a este tipo de personas, el fin de tener un contacto con el medio ambiente y salir de la rutina.

Inicialmente se va a abarcar el territorio de Bogotá y lugares aledaños, visitando lugares turísticos ecológicos, se va a prestar un servicio eficiente de recorridos ecológicos, el trayecto es de 1 día aproximadamente. Entre los beneficios se encuentra el transporte, refrigerio y acompañamiento de profesionales especializados.

Descripción del problema

Las personas en condición de discapacidad no cuentan con sitios adecuados para su movilización, pues necesitan de cuidado y transporte especial, para poder conocer lugares ecoturistas en Bogotá, lo cual genera frustración y pocos deseos de seguir conociendo estos sitios.

Pentágono

Ilustración 1 Pentágono

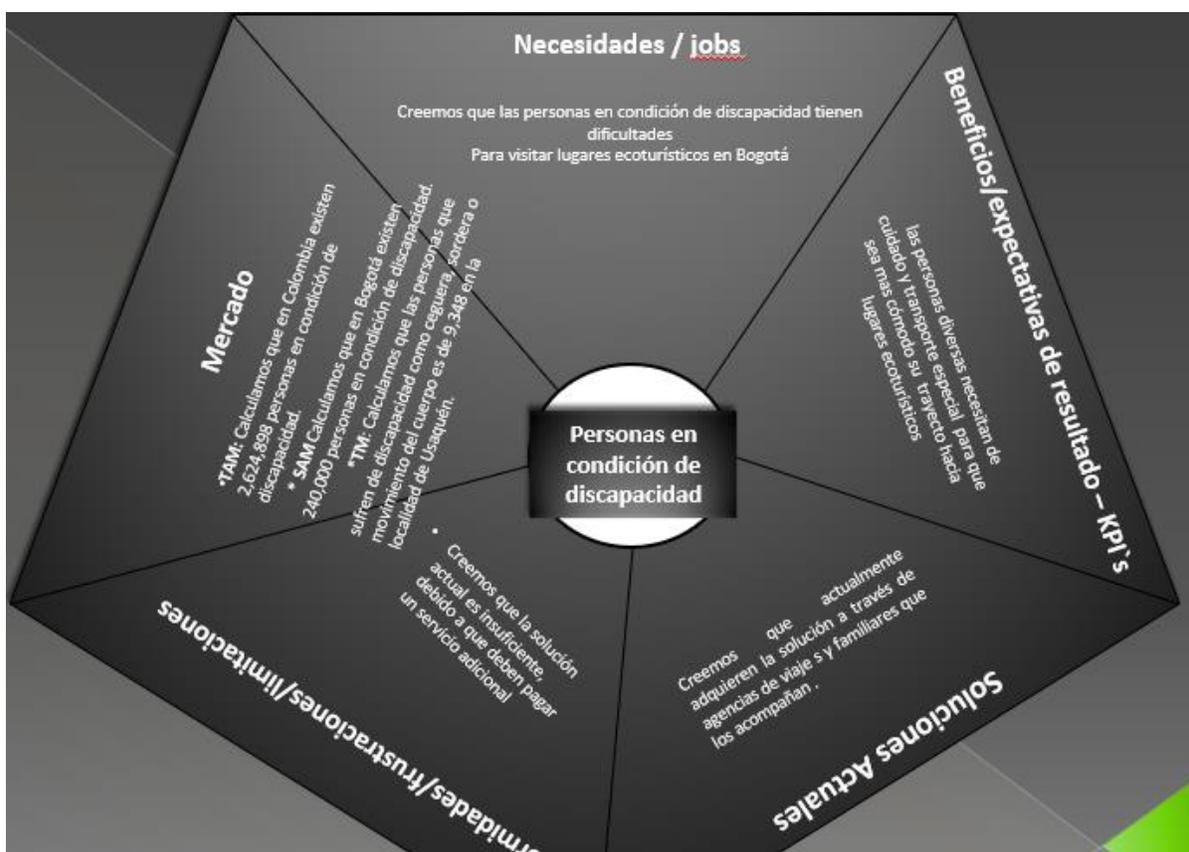


Figura 1. Se elaboró 2017 periodo 2, opción de grado 1

Investigación de mercado

Entrevistas

Ilustración 2 Entrevista 1

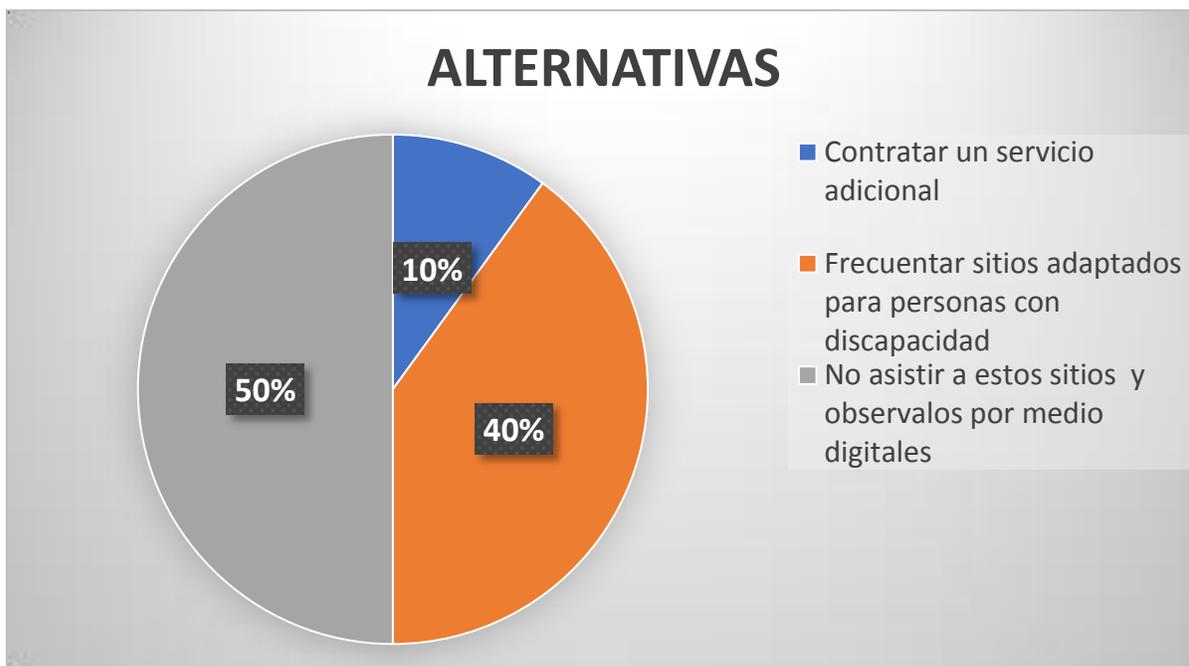


Figura 2. Se elaboró 2017 periodo 2, opción de grado 1. Se evidencia que las personas en condición de discapacidad prefieren no asistir a sitios ecológicos para evitar gastos adicionales o incomodarse en el trayecto y acceso a estos sitios.

Ilustración 3 Entrevista

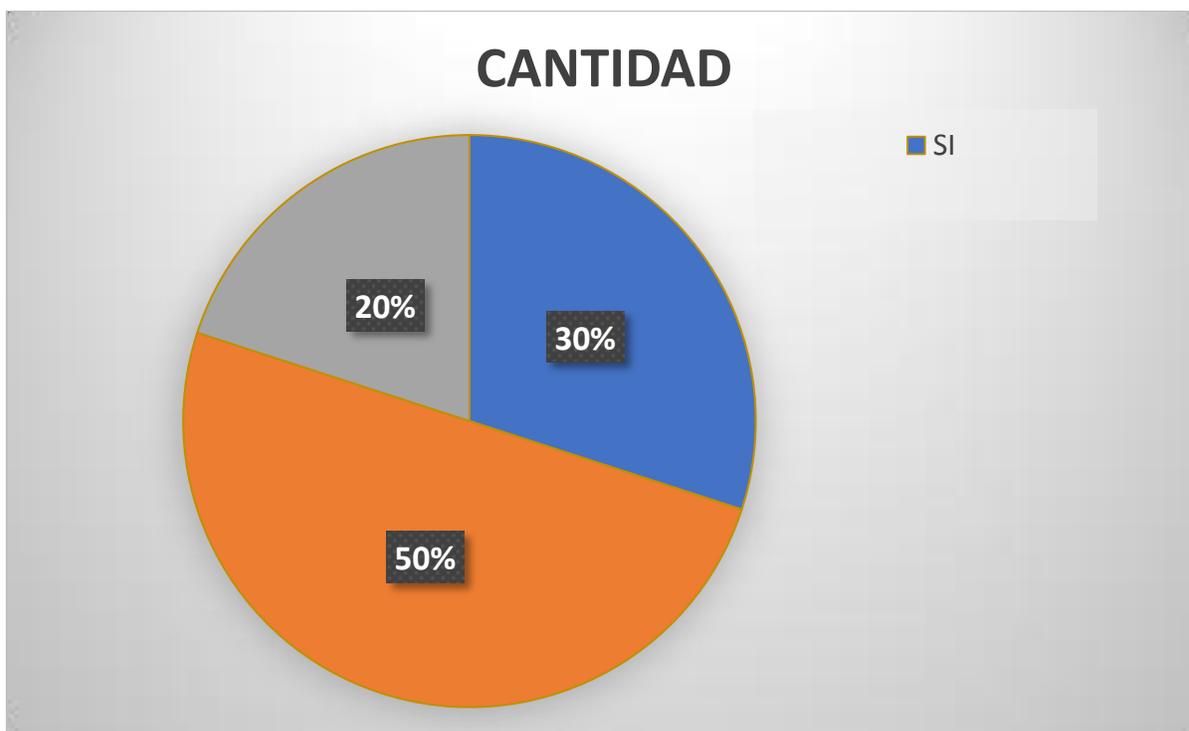


Figura 3. Elaboración propia 2017 periodo 2, opción de grado 1. Se puede evidenciar que los discapacitados no tienen un trato especial en establecimientos públicos en un porcentaje mínimo lo tienen dependiendo su discapacidad.

Misión

Somos una entidad interesada en trabajar para ayudar a las personas en condición de discapacidad, ofreciendo el servicio de ecoturismo en lugares naturales y ecológicos. Contribuyendo así al desarrollo social del país.

Visión

Obtener un reconocimiento en 5 años expandiendo nuestro servicio en todo Colombia, para así en 10 años ofrecer viajes ecoturistas a todo destino en Colombia.

Objetivos

Objetivo General

Obtener un acercamiento con las personas en condiciones de discapacidad con el fin de que tengan un contacto y logren salir de la rutina. Fidelizando a los clientes ofreciendo un buen servicio y comodidad.

Objetivos Específicos

- Lograr ejecutar la idea de negocio a un plazo máximo de dos años.
- Una vez esté constituida la empresa, lograr convenios con el estado y sitios ecológicos a un plazo de tres años
- Lograr un reconocimiento en Bogotá y lugares aledaños a un tiempo de cinco años.

Objetivo Empresarial

Queremos en 5 años obtener el reconocimiento del 95% de la comunidad en condición de discapacidad en la localidad de Usaquén Seguido de esto abarcar en Bogotá y lugares aledaños, ampliando y mejorando nuestros servicios.

Objetivo Social y ambiental

Obtener convenios con sitios ecológicos e institutos de personas en condición de discapacidad de esta manera hacer que se integren y hagan parte de la sociedad y la naturaleza. Cuidar y proteger las bellezas naturales de nuestro país haciendo que nuestros clientes tengan contacto con el de una manera agradable y cuidadosa.

Objetivo Tecnológico

Hacer uso de las herramientas tecnológicas (TIC) para dar a conocer nuestro servicio. Dando un buen manejo de él, supervisando a nuestros empleados para evitar delitos informáticos.

Identificación del problema

La idea de negocio surgió al ver que las personas en condiciones de discapacidad muchas veces no son tomadas en cuenta, por ello se quiere obtener una clase de integración con la sociedad y darles un espacio en el que puedan sentirse a gusto con ellos mismos y con la naturaleza.

El principal problema puede ser no tener los recursos para lograr llevar a cabo esta idea de negocio, por lo tanto se llevara a fondo emprender, de no ser aceptado por el SENA, se obtendrán convenios con entidades ecológicas del estado. Por otro lado al ejecutar el proyecto debemos de tener en cuenta que el clima es un factor que puede afectar los recorridos turísticos en este caso se implementaran actividades recreativas en lugares de campo serrado.

Encontramos que las personas en condiciones de discapacidad son una población vulnerable muchas de estas personas no estarían dispuestas a adquirir un servicio como este, por lo tanto, se debe de contar con un personal capacitado que pueda captar la atención de los futuros clientes con el fin de tener un contacto con el medio ambiente y salir de la rutina.

Estudio de mercado

Grupo al que va dirigido la idea de negocio

La clasificación del servicio se realiza por la discapacidad que tenga nuestro cliente y por la edad.

Sector

Turismo Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período mínimo de un pernocte (una noche de estadía como unidad) y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos.

Sub sector

- Ecoturismo: está basado en el contacto directo con la naturaleza, y sus recursos los componen las reservas ecológicas y los parques nacionales, que contienen la flora y fauna características de la zona receptiva.

Segmentación

- Geográfico: Nos vamos a enfocar en la localidad de Usaquén
- Demográfico:

Sexo	Hombres y mujeres
Edad	18 a 50 años
Ingresos	2 SMLV
Ocupación	Empleados y pensionados

Psicográfico

Nuestro servicio es para personas entre 18 y cincuenta años, debemos tener en cuenta que las personas tal vez no puedan tener el mismo gusto por la naturaleza, así que la idea es brindar un espacio puro para ellos donde puedan sentir tranquilidad y conozcan los distintos ambientes ecológicos. Es importante entender el estilo de vida que tienen y darles a entender que nuestro ecoturismo es un espacio de tranquilidad donde la idea es salir de la rutina.

Mercado meta

Se ha seleccionado el mercado meta como el grupo de personas en condición de discapacidad o diversas, que tenga discapacidad física, comprendidas entre edades de 18 a 50 años y que vivan en la localidad de Usaquén. Esta parte de la población comprende a 7.500 personas equivalentes al 3,7% de la población total de la ciudad de Bogotá.

Mercado potencial

Ecoturismo nice SAS ha estipulado que el mercado potencial son las personas acompañantes o familiares del mercado objetivo, es decir las personas diversas que adquieren el servicio no llegan solas, generalmente van acompañadas de familiares, amigos, o empleados que están en su cuidado. Es importante tener en cuenta estas personas ya que podrían convertirse en una parte significativa de los clientes, por tal motivo es necesario que no se queden a un lado.

Competencia

Directa

Hay programas de recorridos turísticos organizados por entidades gubernamentales como el Instituto Distrital de Turismo (IDT), el Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD), el Jardín Botánico de Bogotá y la Fundación Humedal La Conejera, para todo tipo de personas. Nuestro proyecto tiene que ver con recorridos turísticos naturales donde las personas discapacitadas tengan la posibilidad de experimentar, conocer y disfrutar los diversos paisajes que tiene Colombia con la diferencia de que habrán servicios especiales para ellos.

Indirecta

Ilustración 4



Ilustración 5



Análisis Dofa

Tabla 1 Análisis DOFA

DEBILIDADES	AMENAZAS
Nuestra debilidad sería no tener los recursos suficientes para llevar a cabo con la continuidad de nuestro proyecto.	Nuestra amenaza sería no lograr un reconocimiento ni confiabilidad de nuestros clientes
No poseer plan de entrenamiento del personal.	Existen entidades que se encargan de prestar un servicio similar
No tener un establecimiento propio para poner la agencia.	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Nuestras fortalezas serían la diferencia que trae nuestro proyecto ante las otras empresas ya constituidas.	La oportunidad que tendría nuestro proyecto es que es un servicio único para personas discapacitadas, lo que nos diferencia de las demás entidades que hacen esta clase de recorridos es que se centra en todo tipo de población,
Somos una entidad con plan estratégico armado.	Ecoturismo nice S.A.S. busca tener interacción con la naturaleza solamente con personas discapacitadas.
La tenemos tecnología que aporta a la prestación de los servicios.	

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Análisis Pestel

Tabla 2 Analisis pestel

FACTORES	
Políticos	Teniendo en cuenta las próximas elecciones dependiendo del candidato a elegido, podría afectar mi idea de negocio, dependiendo de las decisiones que cada uno tome.
Económicos	Teniendo en cuenta la economía de los colombianos, el incremento del tributo puede afectar a la compañía en referencia al precio del servicio.
Sociales	El tipo de población al que va dirigido el servicio se encuentra abierto a participar en este tipo de actividades.
Tecnológicos	Las personas cada vez tienden a utilizar más aparatos electrónicos para su entretenimiento, esto genera que no se interesen por conocer lugares ecoturistas.
Ambientales	Por los factores climáticos impide, prestar el servicio en lugares abiertos.

Datos obtenidos en el campo (elaboración propia)

Fuerzas de poder

Ilustración 5 Fuerzas de Poder



Figura 4. Elaboración propia

Estrategias de mercado

Producto

Ecoturismo SAS ofrece un servicio especializado para las personas en condición de discapacidad o diversas, es un servicio ecoturista principalmente en lugares de la ciudad de Bogotá, que incluye atención especializada de personas idóneas y profesionales si el cliente lo requiere, adicionalmente servicios como alimentación y acompañamiento desde que la persona sale del hogar. La idea surgió al ver que las personas muchas veces no son tomadas en cuenta y no tiene la oportunidad de conocer este tipo de lugares.

Precio

Teniendo en cuenta las entrevistas, en análisis de los costos y gastos, los precios de la competencia, queriendo tener una utilidad del 20% el precio se encontrará en el rango de 200.000 y 250.000. Adicionalmente, se realizarán descuentos a los viajeros frecuentes y a aquellos que lleven acompañantes.

Publicidad

Los clientes conocerán a Ecoturismo SAS por medios de comunicación como volantes, perifoneo, anuncios en la radio y en internet. Así mismo la página web será una de las principales herramientas de comunicación.

Marca

Ilustración 6



Esta es la marca de la empresa que representa e identifica los servicios, ante clientes, proveedores, competencia y demás.

Logo

Ilustración 7



En el logo existen diferentes formas, por ejemplo, una cara feliz que representa la felicidad de las personas al adquirir el servicio, con pelo de arbusto representa la naturaleza y estrellas que significan que brilla el cliente y el servicio.

Slogan

Ilustración 8

|

La belleza de la naturaleza a tu alcance 17

Se considera que el slogan expresa lo que la empresa quiere hacer.

Ventaja competitiva

Ecoturismo nice SAS posee varios atributos entre ellos prestarle servicios a las personas en condición de discapacidad, utilizando tecnología de la mejor calidad en el acompañamiento de cada recorrido, desde el momento que salen de sus hogares, adicionalmente ellas pueden tener un acompañamiento profesional y se sientan a gusto con ellos mismos y con la naturaleza.

Promoción de ventas

Es importante tener varias estrategias para poder atraer a los clientes y retenerlos entre ellas están las siguientes.

- Cupones: Vales certificados que pueden ser utilizados para pagar parte del precio del servicio
- Premios: Bienes gratuitos o a precio reducido que se agregan al servicio un plus.
- Premios a la fidelidad: Premio en dinero, especie o condiciones por el uso habitual de servicios de Ecoturismo nice SAS.
- Promoción en el lugar de ventas: Exposiciones y demostraciones en el punto de venta.

Referencias

- Porter Michael E. (Marzo 1979) Issue Hardware Busines
REVIEW. <https://hbr.org/1979/03/how-competitive-forces-shape-strategy#>
- (Porter, 1979)
- Nikolaou Koumparoulis, Dimitrios (2013) PEST Analysis: The case of E-shop.
International Journal of Economy, Management and Social Sciences.
citeseerx.ist.psu.edu.
- Gimbert, Xavier. (2003) El enfoque estratégico de la empresa: principios y
esquemas básicos. Deusto. www.books.google.es.
- Minindustria, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2010. XI Encuentro
Colombia, <http://www.colombiacompite.gov.co/index.php?p=presentacion&PHPSESSID=7263447546132380b0abed615e022550>