

Corporación unificada nacional de educación superior CUN

Negocios Internacionales

Diseño Gráfico

Opción de grado II

Liliana Marcela Bautista Calderón

Nathalia Pardo Ariza

BOGOTA D.C

2017



Liliana Marcela Bautista Calderón

Nathalia Pardo Ariza

Opción de grado II

Presentado a: Henry Martínez V.

Corporación unificada nacional de educación superior CUN

Programas:

Negocios Internacionales

Diseño Gráfico

BOGOTÁ D.C

2017

Tabla de contenido

Pentágono

1.Introducción.....	6 pág.
1.1Justificación.....	9 pág.
1.2 Perfilación de Clientes.....	12 pág.
1.3 Necesidades.....	12 pág.
1.4 Beneficios.....	12 pág.
1.5 Soluciones Actuales.....	13 pág.
1.6 Inconformidades.....	16 pág.
1.7 Mercado (TAM, SAM, SOM).....	17 pág.
1.8 Entrevistas.....	23 pág.
1.9 Conclusiones Entrevista.....	33 pág.

Estudio de mercado

2. Objetivo del estudio de mercado.....	34 pág.
2.1 Análisis del Sector.....	34 pág.
2.2.1 Dinámica de los principales sectores de la industria.....	35 pág.
2.2.2 Entorno Internacional.....	38 pág.

2.3 Análisis del mercado.....	39 pág.
2.4 Segmentación.....	40 pág.
2.5 Metodología del estudio de mercado.....	41 pág.
2.6 Análisis concluyente.....	41 pág.
2.7 Plan de Marketing.....	47 pág.
2.7.1 Estrategia de producto.....	47 pág.
2.7.2 Estrategia de precio.....	48 pág.
2.7.3 Estrategia de publicidad.....	52 pág.
2.7.4 Desarrollo de la Marca.....	52 pág.
2.7.5 Ventaja Competitiva.....	53 pág.
2.7.6 Ventaja Comparativa.....	53 pág.
2.7.7 Estrategia de promoción.....	61 pág.
2.7.8 Campaña Publicitaria.....	62 pág.
2.7.9 Estrategia de Distribución.....	62 pag.
2.7.10 Ejecución Comercial.....	63 pag.

Bibliografía.....	73 pág.
-------------------	---------

Pentágono

1. INTRODUCCIÓN

Desde siempre las personas han sentido la necesidad de conocer y visitar nuevos lugares, de descubrir nuevas formas de ver y percibir el mundo, de conocer nuevas culturas y nuevas costumbres. Una de las formas más comunes de hacerlo es viajando, estas experiencias hacen que las personas descubran y abran su mente a nuevos lugares, a nuevas vivencias y a nuevas formas de hacer y de percibir la realidad lo que les permite que enriquezcan sus conocimientos además de aportar mucho a la vida profesional y personal. Pero ya no será necesario viajar para que el turista se enriquezca de la posibilidad de conocer nuevos lugares, ahora todas estas experiencias podrán ser posibles desde su teléfono móvil sin tener que viajar.

Viajar a sitios totalmente desconocidos es una experiencia única e enriquecedora que brinda recuerdos inolvidables y ayuda a expandir los conocimientos adquiridos que mejor que hacerlo simplemente con la descarga de una aplicación.

El turismo es el motor de muchas economías en el mundo y ayuda a muchas naciones a darse a conocer y mostrarse al mundo, hacen despertar el interés en conocer su cultura, sus costumbres y lo que los hace tan atractivos a los ojos del mundo.

En los últimos años Colombia ha sufrido transformaciones sociales, culturales y económicas que han hecho del país un lugar cada vez más atractivo para los ciudadanos de diferentes países del mundo, en los últimos años vemos como cada vez la industria del turismo crece cada día vemos que esta actividad se puede desarrollar sin ningún temor. Este plan de negocios muestra que hay de cubrir la necesidad de los extranjeros que desean conocer el país desde donde se encuentren mostrándoles diferentes lugares los cuales normalmente que se pierden por desconocimiento de los sitios de interés y por cuestiones de tiempo, distancia y dinero.

El desarrollo de esta idea de negocio brinda la oportunidad de poner en práctica las competencias adquiridas durante nuestro proceso de formación. También da la oportunidad de desarrollar habilidades empresariales y de innovación viendo las necesidades, en este caso de la creciente industria turística del país. Colombia es uno de los países con mayor diversidad de climas, flora fauna y paisajes lo que la convierten en un destino muy atractivo y exótico para los extranjeros que buscan nuevas experiencias y aventuras, lo que permite que el país se posicione internacionalmente cada vez más no solamente por las cosas negativas, por el contrario, la gente se está empezando a interesar por nuestra cultura y por nuestra biodiversidad.

La realización de este trabajo aparece por los beneficios que traería al país el constante crecimiento de esta industria, no solamente en términos económicos, sino que ayudaría a cambiar la imagen negativa que muchos tienen del país, además de la poca información que muchas de estas personas tienen sobre Colombia y que se empiecen a interesar mucho más en nuestra cultura y costumbres. La muestra de la creciente afluencia de extranjeros a nuestro país se ve

reflejada en los análisis realizados de mercado y de la industria que muestran la viabilidad del proyecto.

Este trabajo muestra en su contenido el plan de negocios para la creación de la aplicación COLAPP donde se incluye la forma en que se va a prestar el servicio, un estudio de mercado junto a sus respectivas estrategias, se presenta de igual manera el estudio organizacional y el estudio financiero que muestra su viabilidad. El presente plan es realizable además de cuantificable que muestra que la industria del turismo crece cada vez más, permitiendo cambiar la imagen de país de manera positiva.

1.1 JUSTIFICACIÓN

Los diferentes cambios sociales, económicos y culturales han hecho que cada vez más personas quieran conocer nuevos lugares y se quieran poner en contacto con otras culturas, lo que hace que el turismo sirva como puente para conocer diferentes lugares. Se hace necesario implementar este servicio turístico con calidad, y que esté a la vanguardia adaptándose a las necesidades actuales. Se tomó la decisión de realizar este proyecto para contribuir al crecimiento y al desarrollo de la industria del turismo en el país ya que como se ha visto, Colombia se ha convertido en un destino muy llamativo debido a todos los atractivos que ofrece.

Una de las razones principales por la que se realiza este proyecto es que se puede contribuir al mejoramiento de la imagen que tiene el país frente al mundo, la idea es mostrar la parte positiva del país en la que pocos se enfocan y tratar de que cada vez más gente quiera saber un poco más sobre Colombia que quiera conocerla y disfrutar de una experiencia inolvidable.

El valor agregado de la compañía es la realidad aumentada y los planes diseñados a la medida de las necesidades, gustos y preferencias de los turistas, esto realizado en su mismo idioma, para que la experiencia sea mucho más agradable, con el fin de que no pierdan detalle de todo lo que

Colombia tiene por ofrecer. La principal misión de COLAPP es la de contribuir a mejorar y cambiar por completo la idea errónea que tienen los extranjeros del país y de su gente, ya que se ha visto tan afectada por unos pocos.

Las nuevas políticas que fomentan el desarrollo y el crecimiento de la industria del turismo, atraer un mayor sentido de pertenencia por el país y se eliminar las barreras que se presentan por el desconocimiento de la cultura. Un turista que ha crecido con estereotipos puede tener un cambio de paradigmas cuando conoce una cultura distinta.

De acuerdo a las cifras obtenidas para el 2017 La llegada de viajeros internacionales a Colombia va en aumento. Solo en los primeros cuatro meses del presente año, dicho arribo creció a un ritmo del 43,1 por ciento, lo que significa que, frente a igual periodo del 2016, ingresaron a Colombia por distintas vías 598.685 turistas más que hicieron posible un total de cerca de dos millones de personas que pasan las fronteras.

Un reporte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo indica además que Venezuela, Estados Unidos y Argentina fueron los países con mayor contribución de visitantes, “participando con 16,9 por ciento, 16,6 por ciento y 7,6 por ciento, respectivamente”, frente al mismo periodo del año pasado. Por su parte, los grupos de viajeros que más llegaron al país fueron de no residentes, con una cuota del 47,7 por ciento. Les siguen los transfronterizos con 32,4 por ciento y, por último, los colombianos residentes en el exterior, con un 10,4 por ciento. María Claudia Lacouture, ministra de Comercio, Industria y Turismo, considera en un

comunicado que, con estas cifras, “la industria turística ratifica el potencial que tiene como motor de desarrollo para el país y de crecimiento económico para las regiones”.

El impacto de este flujo de turistas se vio reflejado en la generación de empleos en el sector de comercio, hoteles y restaurantes durante el trimestre de febrero a abril de 2017, el cual fue del 27,2 por ciento. Los otros sectores impactados de forma positiva fueron los servicios comunales, sociales y personales, con un incremento de 19,2 por ciento. De otro lado, la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crecieron 16,4 por ciento.

Este incremento se suma al récord anunciado por el presidente Juan Manuel Santos en la Vitrina Turística de Anato, celebrada en marzo pasado: 5'092.000 extranjeros visitaron Colombia en el 2016. Entre el 2015 y el 2016, el incremento de turistas internacionales fue del 12,6 por ciento, es decir, 644.996 más que el periodo anterior. La cifra es prometedora si se tiene en cuenta que la meta de la administración para el 2018 es que el ingreso de viajeros internacionales sea de 5'100.000 viajeros.

Vale decir que durante el 2016, Colombia tuvo la ocupación hotelera más alta que ha registrado el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) desde el 2006: 56,2 por ciento. La pretensión de las entidades gubernamentales es implementar una oferta turística formalizada y capacitada y competir así con estándares mundiales. El Gobierno ha impulsado un proyecto en los corredores turísticos, el cual está en ejecución en la actualidad. Consiste en ofrecer asesoría para operadores turísticos por medio de buses móviles dispuestos por el ministerio y que viajan a 282 municipios del país.

1.2 Perfilación del cliente

El cliente puede ser cualquier persona mayor de edad que tenga teléfono celular de alta o media gama con sistema Android o iOS.

1.3 Necesidades

- Desplazamiento: Si el turista se encuentra a distancia del lugar que desea visitar
- Idioma: existen aplicaciones que solo se ofrecen idiomas específicos a los que los turistas no pueden acceder
- Sitios de interés: El turista en muchas ocasiones no puede encontrar sitios de su interés,

1.4 Beneficios

- El turista podrá programar rutas según sus intereses y la aplicación le guiará durante el recorrido..

- Lo que todo turista quiere es conocer una nueva ciudad. Habrá dos opciones de rutas: rutas programadas, la aplicación facilitará rutas prefijadas para poder elegir por temática; rutas personalizadas, existirá la opción de crear su propia ruta.
- Con nuestra App el turista puede recibir guía por voz en el idioma en el que lo necesite.
- ColApp da información donde el usuario podrá ver fotos, escuchar historias, también dará como adición en el caso que el turista desee conocer personalmente el sitio información de dónde comer, dónde comprar, puntos de información, transporte, etc... Toda la información facilitada al usuario se dará acorde a sus preferencias.

1.5 Soluciones Actuales

Soundwalkrs:

De acuerdo a lo consultado el día 16 de octubre de 2017 se encontró que existe una aplicación de turismo que ya se está implementando en Bogotá fue probada en Cartagena en el año 2015 y ha resultado exitosa, única e innovadora; además cuenta con aportes de las instituciones culturales e históricas más destacadas. Los turistas que lleguen a Bogotá contarán con una nueva ayuda virtual que les permitirá conocer más de la ciudad. Se trata de la aplicación Soundwalkrs con la que se podrá conocer la ciudad y escuchar sus interesantes historias y leyendas. Es una guía digital inteligente que le muestra a los turistas una completa guía de sitios destacados donde

se mueve la cultura y la recreación lo que les permite tener experiencias inolvidables en nuestra ciudad, pues podrán a través del sonido, recrear voces de antiguos personajes de la ciudad. La directora del Instituto Distrital de Turismo, Adriana Gutiérrez, señaló que los turistas podrán vivir experiencias sensoriales inolvidables gracias a la nueva aplicación. “Cuenta historias principalmente del centro de la ciudad como La Candelaria, lo que le va a permitir a los turistas revivir nuestra historia, empezando por la Leyenda de El Dorado. Igualmente hay otras narrativas de los diferentes lugares emblemáticos de la ciudad”, manifestó. Con la llegada de esta aplicación a Bogotá le apuntamos a seguir promoviendo la ciudad ante el mundo; pero además de eso, queremos transformar las maneras de hacer turismo en la capital. Muchas veces los turistas llegan y, por distintos motivos, no acceden a suficiente información. A través de esta herramienta, totalmente gratuita y fácil de descargar, los celulares, tablets y otros dispositivos inteligentes se convierten en una guía turística, que funciona con y sin Wi- Fi”, destacó la directora del IDT. El equipo de Soundwalkrs está compuesto por dos cartageneras, una brasileña, un egipcio y una francesa. Soundwalkrs está disponible para dispositivos Android y Apple y puede descargarse de forma gratuita desde Google Play o App Store. Los audios pueden ser escuchados online o descargados con anterioridad, para así no tener necesidad de Wi-Fi o plan de datos para reproducirlos. La App se divide en cuatro secciones: My Steps, que recomienda a otros un itinerario y traza los pasos del turista; Explore, que ofrece tips, eventos y lugares de interés; Map, que precisa la ubicación del turista en el mapa y los atractivos cercanos, y Soundwalkrs, que permite escuchar las historias tradicionales de las ciudades de una manera dinámica y diferente, a través de las voces de los personajes. “Bogotá es una ciudad rica en cultura, historia, tradición y actividades. Con herramientas como esta queremos que la

experiencia cultural del turista sea única e innovadora. Por otra parte, la ciudad tiene que ser competitiva en materia de turismo y no ser ajena a las nuevas tecnologías de información y comunicación (Tics), que facilitan muchos procesos y constituyen las nuevas formas en las que el hombre se relaciona con su entorno”,

Colombia Travel:

Creada por Proexport Colombia, contiene información detallada de 26 productos turísticos de naturaleza, aventura, playa y cultura, museos, embajadas y casas de cambio, medios de transporte y restaurantes en todo el país. Además, incluye mapas, fotos y calendario de las festividades más importantes. Hasta la fecha, tiene cerca de 40.000 descargas. Es gratuita.

Gurú Viajero:

Esta aplicación, de Publicar, contiene itinerarios, mapas, calendario de eventos, realidad aumentada, cupones de descuentos y un directorio con ofertas turísticas de gastronomía, sitios de interés, entretenimiento, compras, transporte y casas de cambio. Disponible inicialmente en Bogotá, Medellín, Armenia, Pereira, Manizales, Santa Marta, Barranquilla y Cartagena. Las guías móviles son gratuitas y, una vez descargadas, no requieren conexión a internet.

Welcome to Colombia:

Diseñada por Assist Card, con el apoyo de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (Anato) y Proexport, ofrece asistencia durante la estadía en el país. Tiene un chat que funciona las 24 horas del día, brinda asesoría sobre traslados y recuperación de objetos perdidos,

información sobre hospitales y servicios médicos. Los tres primeros días de asistencia médica no tienen cargo alguno.

Buceo Colombia:

Es una aplicación recomendada para buzos profesionales y aficionados, y para los interesados en explorar el mundo marino colombiano. Ayuda a planear su viaje, de acuerdo con sus intereses.

Provee información y georreferenciamiento de Google Maps para 16 destinos, 70 lugares de buceo y 18 operadores certificados en todo el país. Permite compartir fotos en redes sociales.

Airbnb:

Esta aplicación global, recomendada para encontrar alojamientos alternativos a los hoteles a muy buenos precios, tiene más de mil propiedades inscritas en Colombia. En Airbnb se puede alquilar un sofá, una habitación, un apartamento o una casa, desde Melgar (Tolima), pasando por Bogotá y Medellín, hasta Cartagena. Es gratuita.

1.6 Frustraciones e Inconformidades

- ¿Qué inconformidad tiene nuestros clientes con respecto a los productos que actualmente encuentran en el mercado?

Las inconformidades que mayor presentan las personas a la hora de utilizar una app relacionada con el turismo es la falta de información acerca de que existen lugares de gran interés, En Colombia Existen muchos sitios que valen la pena visitar y que por falta de información son

poco conocidos por las personas que están a grandes distancias de nuestro país. También existen inconformidades por las falla en las conexiones lo que trae bloqueos en las aplicaciones y fallas en las descargas.

Otras inconformidades son el no encontrar el idioma deseado y que muchas de estas aplicaciones solo ofrecen etc...lo básico

1.7 Mercado

- ¿Cuál es el mercado esperado?

Del negocio al consumidor, en todos los idiomas. Usaremos esta estrategia para para llegar directamente a nuestro consumidor final puesto que los clientes son muchos y necesitamos predominio de los mismos. Para nuestra App, el mercado esperado son todos las personas propias o extranjeras que deseen conocer los lugares más hermosos del territorio colombiano enfocándonos principalmente en la ciudad de Bogotá más específicamente en uno de los lugares más emblemáticos de la capital la zona de la Candelaria

- ¿Existen conceptos demográficos, socioeconómicos?

Colombia

Colombia, con sus 46 millones de habitantes a 2011, abarca un territorio de 2.070.408 km², de los cuales 928.660 constituyen su área de soberanía marítima mientras que 1.141.748 son su área continental (IGAC, 2008) delimitada después de la disolución de la Gran Colombia en 1830 y redefinida a comienzos del siglo XX con la escisión de Panamá y la delimitación de la frontera con Perú.

Por su extensión, localizada aproximadamente entre los 4° 13' de latitud sur y los 16° 10' de latitud norte, y de oriente a occidente, entre los 66° 50' y 84° 46' de longitud al oeste de Greenwich incluida su área marítima (IGAC, 2008), Colombia se configura como un país de tamaño medio en el contexto latinoamericano: más extenso que los países de América Central, comparable con Perú y Bolivia y más pequeño que México, Argentina y, por supuesto, Brasil.

La ubicación geográfica del territorio colombiano le confiere el ejercer soberanía hasta las fronteras con once países: Costa Rica, Haití, Jamaica, República Dominicana, Estados Unidos, Nicaragua, Panamá, Venezuela, Ecuador, Brasil y Perú.



<http://sige.dane.gov.co/atlasestadistico/>

Bogotá

Bogotá es la capital de Colombia y es actualmente la ciudad más poblada del país con 8 080 734 habitantes para 2017, de acuerdo con las proyecciones de los resultados del censo nacional de 2005.2

En el 2005, la ciudad tenía una población de 6.778.691 habitantes,2 con una densidad poblacional de aprox. 4.146 habitantes por kilómetro cuadrado, de acuerdo con las cifras presentadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Solo 15.987 habitantes se ubican en la zona rural del Distrito Capital. El 47,8% de la población son hombres y el 52,2% mujeres. La ciudad cuenta con la tasa de analfabetismo más baja del país con tan sólo 3,4% en la población mayor de 5 años de edad.2

Históricamente la población de la ciudad no experimentó un crecimiento significativo hasta entrado el siglo XX, cuando contaba con 100.000 habitantes. Pero las décadas de 1940, 1960 y 1970 observaron los incrementos más significativos en la población que fueron desproporcionados frente a los recursos disponibles en la ciudad, los cuales se manifestaron principalmente en la cobertura del transporte, los servicios públicos y la oferta de empleo.



La Candelaria

La Candelaria es la localidad número 17 de la ciudad, se constituye en la más pequeña de Bogotá, con una extensión de 183.89 hectáreas según datos del Departamento de Planeación Distrital. Está ubicada en el sector centro-oriente de Bogotá, su área está destinada para la construcción de equipamientos de nivel urbano y metropolitano, y no cuenta con zonas de tipo rural.

La localidad está conformada por los barrios Belén, Las Aguas, Santa Bárbara, La Concordia, Egipto, Centro Administrativo y Catedral. Su población es de 23.615 habitantes permanentes.

La candelaria es reconocida por el legado arquitectónico de sus calles, ha sido y continúa siendo epicentro de hechos y testigo de la historia política colombiana. Así como se convirtió en escenario del Día de la Independencia el 20 de Julio de 1810 y el 9 de abril de 1948, hoy La Candelaria parece dibujar en cada una de sus calles, la historia de la ciudad y del bogotano y del país en cada una de sus construcciones y pasajes.

De acuerdo al Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, en el centro histórico existen un total de 2.364 predios, de los cuales 54 están declarados como Bienes de Interés Cultural del Orden Nacional (antiguos Monumentos Nacionales) y 1.608 son predios de conservación arquitectónica. Reúne los barrios de La Candelaria, Centro Administrativo y La Concordia y parte de los barrios Belén, Egipto, Guavio, Las Aguas y Santa Bárbara. Tiene 123 manzanas y ocupa una extensión de 137 hectáreas.



- ¿Existen aspectos de comportamiento asociados a nuestra idea?

Si existen comportamientos asociados a nuestra idea en Colombia, los cuales, buscan que el turismo en Colombia, sea de una forma más fácil para el turista, dándole a conocer las diferentes actividades relevantes como ferias y fiestas, lugares turísticos, su historia y relevancia.

Aunque ninguna utiliza el factor de realidad aumentada, esta ventaja es utilizada únicamente en aplicaciones en la Unión Europea y segmentado únicamente a las personas que habitan allí, en Colombia sería la primera vez que se implementaría este tipo de tecnología para turistas.

1.8 Entrevistas



Nombre:

Estrato:

Edad:

Este es un proyecto nuevo lo que se quiere es obtener información sobre sus conocimientos y opiniones de la implementación de una aplicación móvil de turismo en su país. Esto nos ayudará a realizar mejoras en nuestra idea y priorizar nuevas funcionalidades. La encuesta sólo le tomará cinco minutos y sus respuestas son totalmente anónimas.

1. ¿Qué aplicación móvil conoce de turismo en realidad aumentada?

2. ¿Sobre qué lugares representativos de Colombia le gustaría obtener información y porque?

3. ¿Qué tan beneficioso sería para usted tener un guía turístico en su celular y porque?

4. ¿Cuál es su mayor inconformidad al momento de obtener información turística?

5. ¿Qué tipo de información le gustaría que le brindara una app turística?



Nombre: XX.

Estrato: 4.

Edad: XX.

Este es un proyecto nuevo lo que se quiere es obtener información sobre sus conocimientos y opiniones de la implementación de una aplicación móvil de turismo en su país. Esto nos ayudará a realizar mejoras en nuestra idea y priorizar nuevas funcionalidades. La encuesta sólo le tomará cinco minutos y sus respuestas son totalmente anónimas.

1. ¿Qué aplicación móvil conoce de turismo en realidad aumentada?

Por ahora no recuerdo.

2. ¿Sobre qué lugares representativos de Colombia le gustaría obtener información y porque?

Itecia, San Andrés Isla, Manizales, Santander, Tolima.

3. ¿Qué tan beneficioso sería para usted tener un guía turístico en su celular y porque?

volver eficaz la búsqueda de mis planes de viaje

4. ¿Cuál es su mayor inconformidad al momento de obtener información turística?

la claridad en la venta de planes.

5. ¿Qué tipo de información le gustaría que le brindara una app turística?

Promociones, paquetes familiares, paquete 3 personas
2 personas, 3 personas y 4.

¡GRACIAS!



Nombre: Dolly Zapata

Estrato: 4

Edad: X

Este es un proyecto nuevo lo que se quiere es obtener información sobre sus conocimientos y opiniones de la implementación de una aplicación móvil de turismo en su país. Esto nos ayudará a realizar mejoras en nuestra idea y priorizar nuevas funcionalidades. La encuesta sólo le tomará cinco minutos y sus respuestas son totalmente anónimas.

1. ¿Qué aplicación móvil conoce de turismo en realidad aumentada?

no conozco ninguna

2. ¿Sobre qué lugares representativos de Colombia le gustaría obtener información y porque?

San Andres - Eje Cafetero - Por que me gusta viajar

3. ¿Qué tan beneficioso sería para usted tener un guía turístico en su celular y porque?

mucho por que tendria Información Rapida

4. ¿Cuál es su mayor inconformidad al momento de obtener información turística?

Ofrecen Planes no Reales.

5. ¿Qué tipo de información le gustaría que le brindara una app turística?

Restaurantes, Hoteles, Sitios Turísticos de lugar

¡GRACIAS!

ENTREVISTA

Nombre: Daniela Garzón Fandiño

Edad: 18

Estrato: 1

Profesión: Estudiante

Somos un emprendimiento reciente que quiere obtener información sobre sus conocimientos y opiniones de la implementación de una aplicación móvil de turismo en su país. Esto nos ayudara a realizar mejoras en nuestra idea y priorizar nuevas funcionalidades. La encuesta solo le tomara cinco minutos y sus respuestas son totalmente anónimas.

1. ¿Qué aplicación móvil conoce de turismo en realidad aumentada?

Ninguna

2. ¿Sobre qué lugares representativos de Colombia le gustaría obtener información y por qué?

Cartagena

3. ¿Qué tan beneficioso sería para usted tener un guía turístico en su celular y porque?

Porque podría tener la información que quiero a cualquier hora

4. ¿Cuál es su mayor inconformidad al momento de obtener información turística?

Que el Hotel que muestran sea otro y en malas condiciones

5. ¿Qué tipo de información le gustaría que le brindara una app turística?

Los precios, sus Hoteles, sus comodidades, servicios de Restaurantes

¡GRACIAS!

ENTREVISTA

Nombre: Jorge Orlando Riós

Nombre: Karen Stefanny Remicio Cuesta

Edad: 21

Estrato: 3

Profesión: Estudiante

Somos un emprendimiento reciente que quiere obtener información sobre sus conocimientos y opiniones de la implementación de una aplicación móvil de turismo en su país. Esto nos ayudara a realizar mejoras en nuestra idea y priorizar nuevas funcionalidades. La encuesta solo le tomara cinco minutos y sus respuestas son totalmente anónimas.

1. ¿Qué aplicación móvil conoce de turismo en realidad aumentada?

Ninguna.

2. ¿Sobre qué lugares representativos de Colombia le gustaría obtener información y porque?

Playas, restaurantes y hoteles de las costas por que viajo mucho.

3. ¿Qué tan beneficioso seria para usted tener un guía turístico en su celular y porque?

Seria genial por que como dije antes viajo mucho y es difícil encontrar un bien sitio

4. ¿Cuál es su mayor inconformidad al momento de obtener información turística?

Muchas veces no hay fotos para poder elegir lugares.

5. ¿Qué tipo de información le gustaría que le brindara una app turística?

Precios y fotos de los lugares.

¡GRACIAS!

Nombre: Luisa Fernanda Parra

Edad: 23

Estrato: 2

Profesión: Diseñadora

Somos un emprendimiento reciente que quiere obtener información sobre sus conocimientos y opiniones de la implementación de una aplicación móvil de turismo en su país. Esto nos ayudara a realizar mejoras en nuestra idea y priorizar nuevas funcionalidades. La encuesta solo le tomara cinco minutos y sus respuestas son totalmente anónimas.

1. ¿Qué aplicación móvil conoce de turismo en realidad aumentada?

Colombia travel.

2. ¿Sobre qué lugares representativos de Colombia le gustaría obtener información y porque?

Ciudades principales de Colombia

3. ¿Qué tan beneficioso sería para usted tener un guía turístico en su celular y porque?

Seris muy útil para poder encontrar puntos estratégicos y culturales para hacer recorrido en la ciudad que me encuentre, además no necesitaría de una persona, porque la aplicación me brindara dicha información.

4. ¿Cuál es su mayor inconformidad al momento de obtener información turística?

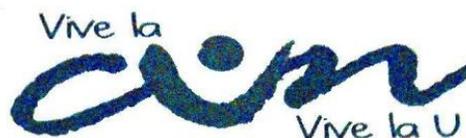
No es claro cómo se hará el recorrido

5. ¿Qué tipo de información le gustaría que le brindara una app turística?

Sitios para comer, bares, sitios representativos de la región, hoteles, parques y que todo este calificado

¡GRACIAS

ENTREVISTA



Nombre: Judith Calderon

Estrato: 2

Edad: 51

Este es un proyecto nuevo lo que se quiere es obtener información sobre sus conocimientos y opiniones de la implementación de una aplicación móvil de turismo en su país. Esto nos ayudara a realizar mejoras en nuestra idea y priorizar nuevas funcionalidades. La encuesta solo le tomara cinco minutos y sus respuestas son totalmente anónimas.

1. ¿Qué aplicación móvil conoce de turismo en realidad aumentada?

NO CONCESO NINGUNA

2. ¿Sobre qué lugares representativos de Colombia le gustaría obtener información y porque?

SANTA MARTA POR SU MAR

3. ¿Qué tan beneficioso seria para usted tener un guía turístico en su celular y porque?

SIRVE MUCHO PARA PODER CONOCER MEJOR LOS SITIOS

4. ¿Cuál es su mayor inconformidad al momento de obtener información turística?

EL IDIOMA

5. ¿Qué tipo de información le gustaría que le brindara una app turística?

UBICACION

¡GRACIAS!

ENTREVISTA



Nombre: Johana Maldonado

Estrato: 3

Edad: 25

Este es un proyecto nuevo lo que se quiere es obtener información sobre sus conocimientos y opiniones de la implementación de una aplicación móvil de turismo en su país. Esto nos ayudara a realizar mejoras en nuestra idea y priorizar nuevas funcionalidades. La encuesta solo le tomara cinco minutos y sus respuestas son totalmente anónimas.

1. ¿Qué aplicación móvil conoce de turismo en realidad aumentada?

NINGUNA

2. ¿Sobre qué lugares representativos de Colombia le gustaría obtener información y porque?

Cartagena por sus lugares turísticos

3. ¿Qué tan beneficioso seria para usted tener un guía turístico en su celular y porque?

Muy bueno por que a si uno puede conocer muchos lugares

4. ¿Cuál es su mayor inconformidad al momento de obtener información turística?

De pronto que no sirva

5. ¿Qué tipo de información le gustaría que le brindara una app turística?

Lugares, Hoteles, restaurantes

¡GRACIAS!

ENTREVISTA



Nombre: Alfredo Avila

Estrato: 2

Edad: 34

Este es un proyecto nuevo lo que se quiere es obtener información sobre sus conocimientos y opiniones de la implementación de una aplicación móvil de turismo en su país. Esto nos ayudara a realizar mejoras en nuestra idea y priorizar nuevas funcionalidades. La encuesta solo le tomara cinco minutos y sus respuestas son totalmente anónimas.

1. ¿Qué aplicación móvil conoce de turismo en realidad aumentada?

Si señor

2. ¿Sobre qué lugares representativos de Colombia le gustaría obtener información y porque?

Todos son muy buenos para conocer

3. ¿Qué tan beneficioso seria para usted tener un guía turístico en su celular y porque?

Muy beneficioso por que es una muy buena herramienta

4. ¿Cuál es su mayor inconformidad al momento de obtener información turística?

No tener un celular de alta gama

5. ¿Qué tipo de información le gustaría que le brindara una app turística?

Hoteles, restaurantes

GRACIAS!

1.9 Conclusiones Entrevistas

- El 100% de los encuestados no conocen ninguna aplicación de turismo en realidad aumentada.
- Todos los encuestados hacen referencia en que les gustaría obtener información de la región caribe de Colombia.
- El 100% de los encuestados afirman que sería muy beneficioso tener un guía turístico en su celular.
- Según los encuestados se facilitara tener un guía turístico para encontrar sitios estratégicos y culturales en la ciudad en que se encuentren.
- 1 de los 10 encuestados afirma que su problema para obtener la aplicación sería no tener un celular de alta gama y el idioma; pero ColApp brinda la opción de configurar el idioma del usuario.
- La mayor inconformidad de los encuestados es que no confían en los precios y en la falsa apariencia que le dan a los lugares, con respecto a esto ColApp será una aplicación verídica en todos los sitios y recorridos que el usuario desee obtener información.
- El 90% de los encuestados afirma en que le gustaría obtener información sobre precios, restaurantes, hoteles y sobre todo fotos reales de lugares.
- El 1 de los 10 encuestados dice que sería muy útil que todo estuviera calificado para así ser más fácil escoger algún sitio.

Estudio de Mercado

2. Objetivo del estudio de mercados

- Realizar un estudio de mercado con el fin de determinar la oferta y la demanda del producto.

2.1 Análisis del sector

En el informe de la ANDI, se hace un análisis del comportamiento de la industria en Colombia en 2016 en el que se destacan los siguientes puntos:

Luego de varios años, donde la industria se rezagó frente a la economía en general, en el 2016 esta actividad comienza un proceso de recuperación contribuyendo positivamente al crecimiento económico en general. Esta tendencia favorable se dio en mayor medida en el primer semestre del año y también vale la pena anotar que la entrada en operación de Refinar explica gran parte de esta dinámica.

Para el período enero-octubre de 2016, comparado con igual período en 2015, la industria colombiana creció 3.9% en producción, 3.5% en ventas y las ventas hacia el mercado interno aumentaron 4.2%. Si se excluye refinación los resultados de la Encuesta de Opinión Industrial Conjunta a octubre arrojan un crecimiento de la industria de 1.2% en producción, -0.2% en ventas totales y 0.0 en ventas nacionales.

Es importante anotar que, en el desempeño de la manufactura durante el 2016, se registró un mejor comportamiento en el primer semestre ya que para los últimos trimestres de 2016 comienza a evidenciarse una leve desaceleración.

Si bien la manufactura en Colombia se ha desacelerado en la coyuntura reciente, si se compara con otros países, se encuentra que el comportamiento de la industria es mejor que el que se observa en la mayoría de los países de la región. Es así como las tasas positivas registradas en Colombia resultan favorables frente a caídas de -7.0% en Brasil, -2.8% en Perú y -1.0% en Chile, en lo corrido del 2016 hasta octubre.

En el análisis del desempeño industrial vale la pena analizar qué está pasando a nivel sectorial. Una primera aproximación estaría dada por las grandes agrupaciones. Al agregar los subsectores industriales en categorías, se encuentra que, en el comportamiento de las actividades industriales según intensidad tecnológica, los bienes catalogados de alta tecnología registran un comportamiento débil en los últimos años y en el 2016 vuelven a terreno negativo. Por otro lado, los bienes catalogados de baja tecnología, se sitúan por encima del total de la industria, luego de registrar en 2015 niveles muy bajos e incluso menores a los del 2014.

2.2.1 Dinámica de los principales sectores de la industria

El débil comienzo de año 2017 en materia económica, que vienen advirtiendo varios sectores como los comerciantes, por la caída en el consumo de los hogares y los bajos niveles de ventas. El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), reveló que durante el primer trimestre del año el Producto Interno Bruto (PIB) tuvo un crecimiento del 1,1 por ciento, nivel

equivalente a menos de la mitad del comienzo del 2016, cuando entre enero y marzo la economía creció un 2,7 por ciento. Incluso, el resultado del arranque de año fue levemente menor al previsto por el Banco de la República, que había estimado que la economía crecería 1,3 por ciento entre enero y marzo del 2016. La entidad indicó que los sectores con los mejores desempeños fueron agricultura, que tuvo un aumento del 7,7 por ciento; establecimientos financieros, que avanzaron 4,4 por ciento y servicios sociales y comunales (gasto del Gobierno), con un 2,2 por ciento de incremento. A su turno, los renglones de la producción con los peores desempeños fueron la explotación de minas y canteras, que se contrajo un 9,4 por ciento; la construcción, que retrocedió un 1,4 por ciento y el suministro de electricidad, gas y agua, que tuvo una caída del 0,6 por ciento. Los sectores que impulsaron y frenaron a la economía de acuerdo con el Dane, en el repunte de la agricultura el comportamiento obedece al crecimiento de cultivo de otros productos agrícolas, que avanzó 12 por ciento; el café subió 11,5 por ciento; y animales vivos y otros productos animales tuvieron un aumento del 2,9 por ciento. Sin embargo, la silvicultura, la extracción de madera y la pesca disminuyó en 1,1 por ciento. Entre tanto, en la fuerte caída del sector minero energético tuvo culpa la disminución del 19,5 por ciento en minerales metálicos; la extracción de petróleo crudo y gas natural que bajó 12,3 por ciento; y extracción de minerales no metálicos, que bajó 3,4 por ciento. Caso contrario fue el de la explotación de carbón, actividad que tuvo un crecimiento del 2,8 por ciento que no alcanzó a compensar. El descenso de la construcción se dio principalmente por la contracción del 7,1 % en las edificaciones. En el caso de la industria, cuyo PIB subió 0,3 por ciento, el factor de peso fue la fabricación de productos de la refinación del petróleo, que subió 9,3 por ciento; la elaboración de sustancias y productos químicos, que aumentó 2,6 por ciento; y la elaboración de aceites,

grasas animales y vegetales, que avanzó 5,6 por ciento anual en el primer trimestre. Y en este sector la caídas más representativas fueron la fabricación de productos metalúrgicos básicos (excepto maquinaria y equipo) que subió 8,3 por ciento; la elaboración de bebidas, con un aumento del 6 por ciento; y la fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo, que repuntó 4,8 por ciento. Entre tanto, en el sector constructor, que es uno de los principales renglones que impulsa la economía y el empleo, el decrecimiento del 1,4 por ciento se dio fundamentalmente por la contracción del 7,1 por ciento en la construcción de edificaciones, que le quitó el impulso a la construcción de obras civiles, cuyo avance fue del 3,5 por ciento. Según el Dane, el de-crecimiento de la construcción de edificaciones obedece a la disminución en la producción de edificaciones residenciales, que fue del 8,4 por ciento y de edificaciones no residenciales, que cayeron 7,8 por ciento, mientras que los trabajos de mantenimiento y reparación de edificaciones aumentaron en 1,6%. A su turno, el valor agregado de la rama de comercio, reparación, restaurantes y hoteles disminuyó 0,5 por ciento respecto al mismo periodo de 2016, explicado por la caída en hoteles, restaurantes, bares y similares en 1,4 por ciento; y comercio en 0,5 por ciento. Frente al cuarto trimestre del 2016, el valor agregado de la rama decreció en 2,1 por ciento, producto de la disminución en el valor agregado de hoteles, restaurantes, bares y similares, que fue del 2,6 por ciento; el comercio, que bajó 2,3 por ciento; y servicios de mantenimiento y reparación de automotores, actividad que se contrajo un 0,9 por ciento.

2.2.2 Entorno Internacional

A nivel internacional los mercados enfocaron su atención en temas principales como: Las decisiones de la administración de Trump, la evolución del precio del petróleo y EL FMI que, por su parte, advirtió sobre las consecuencias negativas de la incertidumbre global, mientras que los crecimientos de las principales economías globales dieron algunas sorpresas positivas. El nuevo gabinete presidencial de Donald Trump inicio con anuncios que llevaron a incrementar la incertidumbre en los mercados y algunas reiteraciones sobre: la conveniencia para EEUU de re-negociar tratados como el de libre comercio de Norteamérica, las modificaciones de la ley salud, la necesidad de aumentar el gasto militar y las amenazas a las compañías automotrices norteamericanas. La alta incertidumbre sobre la evolución de las políticas de la administración de Trump llevó a que, el FMI mantuviera casi sin modificación la revisión de sus pronósticos de inicio de año pues todavía no se puede conocer con certeza cómo dichas políticas pueden afectar el crecimiento global. El Fondo mantuvo su proyección de crecimiento mundial para 2017 en 3,4% y mejoró las proyecciones para EEUU (2,3%) y China (6,5%). Para Latinoamérica, por el contrario, la Entidad continuó reduciendo sus pronósticos (1,2%) aunque mantuvo el de Colombia en 2,6%; por otra parte, las siguientes acciones tomadas frente al Acuerdo Transpacífico, la autorización para la construcción de oleoductos y los comentarios sobre el acuerdo de libre comercio norteamericano llevaron la valorización de los índices accionarios estadounidenses y de las moneda emergentes ante la expectativa de que la nueva administración logrará impulsar el crecimiento y la inversión. Otro tema relevante es la relativa estabilidad del precio del petróleo en enero. Los precios fluctuaron durante el mes entre los US \$50 a los US

\$56 dólares. Las principales razones de este comportamiento son: la determinación de los países productores de la región arábiga de recortar su producción siendo Arabia Saudita el principal aportante con descenso de 486.000 barriles diarios, el efecto del proyecto de la OPEP que tiene como objetivo regular el mercado y los precios internacionales el cual puede verse limitado en los próximos meses gracias a la oferta de los EEUU y la tendencia en los precios que tienen fuertes presiones a la baja, sin embargo puede reducirse dependiendo de la capacidad que tenga el sector petrolero de los EEUU para cubrir la oferta que recortó la OPEP y de las decisiones en materia internacional provenientes de la administración de Trump.

2.3 Análisis del mercado

Un reporte del Ministerio de Comercio, La llegada de viajeros internacionales a Colombia va en aumento. Solo en los primeros cuatro meses del presente año, dicho arribo creció a un ritmo del 43,1 por ciento, lo que significa que, frente a igual periodo del 2016, ingresaron a Colombia por distintas vías 598.685 turistas más que hicieron posible un total de cerca de dos millones de personas que pasan las fronteras. Industria y Turismo indica además que Venezuela, Estados Unidos y Argentina fueron los países con mayor contribución de visitantes, “participando con 16,9 por ciento, 16,6 por ciento y 7,6 por ciento, respectivamente”, frente al mismo periodo del año pasado. Por su parte, los grupos de viajeros que más llegaron al país fueron de no residentes, con una cuota del 47,7 por ciento. Les siguen los transfronterizos con 32,4 por ciento y, por último, los colombianos residentes en el exterior, con un 10,4 por ciento. María Claudia Lacouture, ministra de Comercio, Industria y Turismo, considera en un comunicado que, con estas cifras, “la industria turística ratifica el potencial que tiene como motor de desarrollo para el país y de crecimiento económico para las regiones”. El impacto de este flujo de turistas se vio

reflejado en la generación de empleos en el sector de comercio, hoteles y restaurantes durante el trimestre de febrero a abril de 2017, el cual fue del 27,2 por ciento. Los otros sectores impactados de forma positiva fueron los servicios comunales, sociales y personales, con un incremento de 19,2 por ciento. De otro lado, la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca crecieron 16,4 por ciento. Este incremento se suma al récord anunciado por el presidente Juan Manuel Santos en la Vitrina Turística de Anato, celebrada en marzo pasado: 5'092.000 extranjeros visitaron Colombia en el 2016. Entre el 2015 y el 2016, el incremento de turistas internacionales fue del 12,6 por ciento, es decir, 644.996 más que el periodo anterior. La cifra es prometedora si se tiene en cuenta que la meta de la administración para el 2018 es que el ingreso de viajeros internacionales sea de 5'100.000 viajeros. Vale decir que durante el 2016, Colombia tuvo la ocupación hotelera más alta que ha registrado el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) desde el 2006: 56,2 por ciento. La pretensión de las entidades gubernamentales es implementar una oferta turística formalizada y capacitada y competir así con estándares mundiales. El Gobierno ha impulsado un proyecto en los corredores turísticos, el cual está en ejecución en la actualidad. Consiste en ofrecer asesoría para operadores turísticos por medio de buses móviles dispuestos por el ministerio y que viajan a 282 municipios del país.

2.4 Segmentación

Está dirigido a personas con edad de 25 a 50 de sexo femenino y masculino que tenga un teléfono celular de alta o media gama con sistema Android o iOS.

2.5 Metodología del estudio de mercados

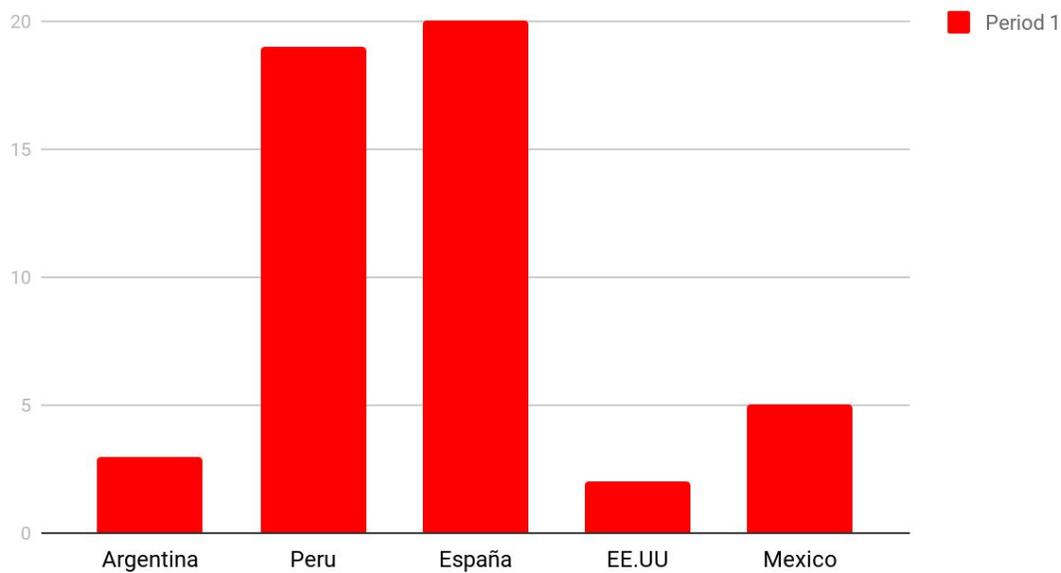
Para la elaboración del estudio de mercado se hizo un análisis exploratorio por medio de una encuesta con preguntas cerradas a personas de diferentes países, con el fin de conocer si les interesa adquirir un producto con las especificaciones que se ofrecen.

2.6 Análisis Concluyente

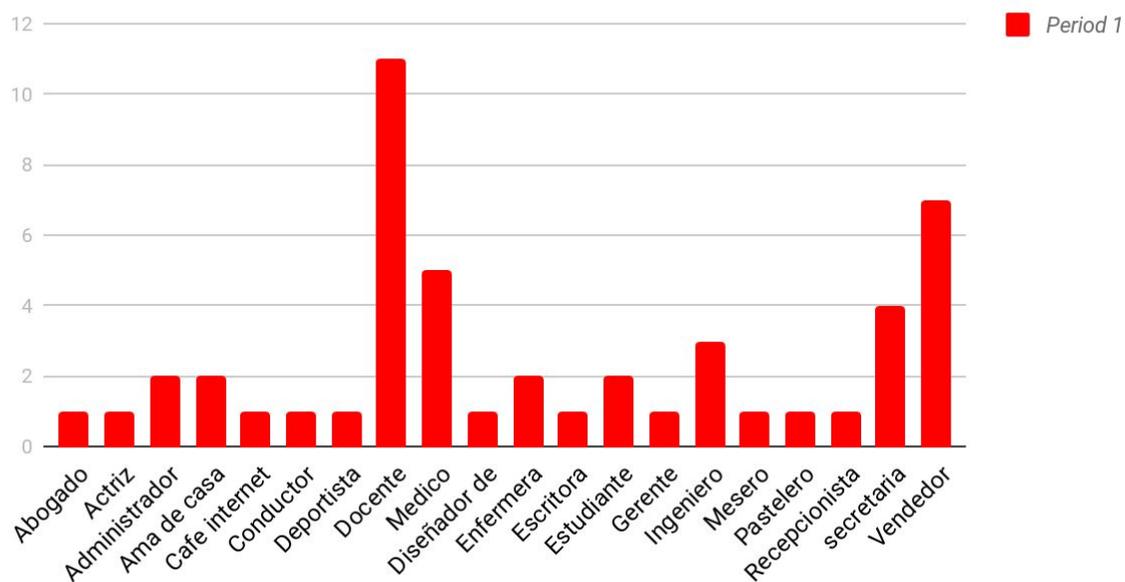
Ficha Técnica

HERRAMIENTA UTILIZADA	ENCUESTA ESCRITA
OBJETIVO	Medir la viabilidad del proyecto y conocer las necesidades de los turistas.
MUESTRA	50 turistas de diferentes nacionalidades
POBLACIÓN ENCUESTADA	Turistas extranjeros
ENCUESTADORA	Nathalia Pardo
FECHA DE REALIZACIÓN	Entre 14 y el 20 de octubre de 2017
LUGAR DE REALIZACIÓN	Se realizó virtualmente por medio de envío de formulario de encuesta de google

¿Cual es su país de residencia?

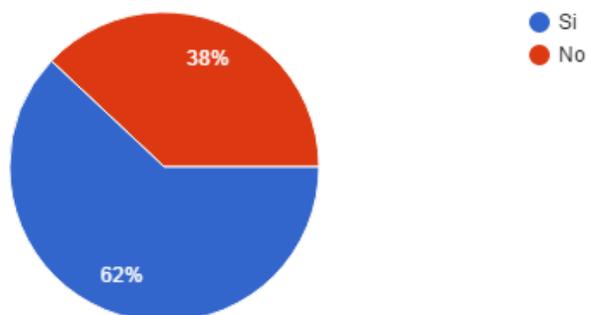


¿Cuál es su ocupación?



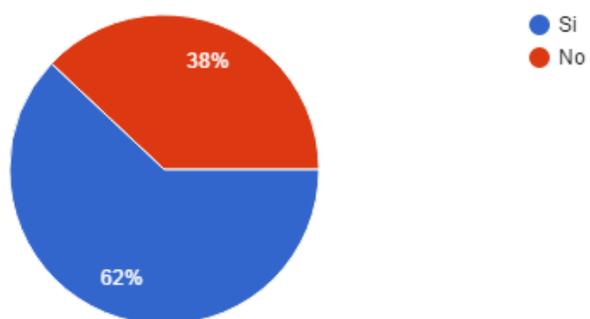
¿Consulta página web o aplicaciones al salir de viaje?

50 respuestas



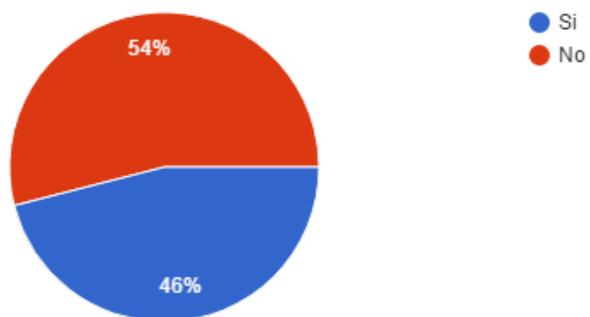
¿Se guía de aplicaciones al momento de hacer turismo o conocer lugares turísticos cuando se encuentra de viaje?

50 respuestas



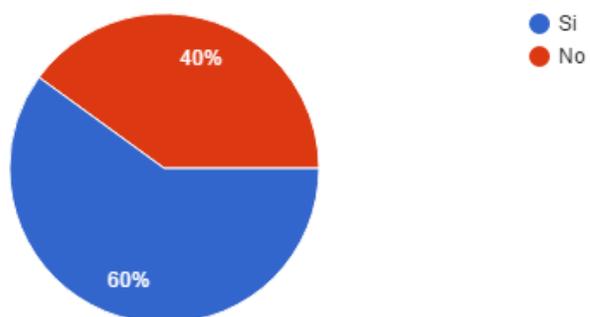
¿Al salir de viaje, visita otros países?

50 respuestas



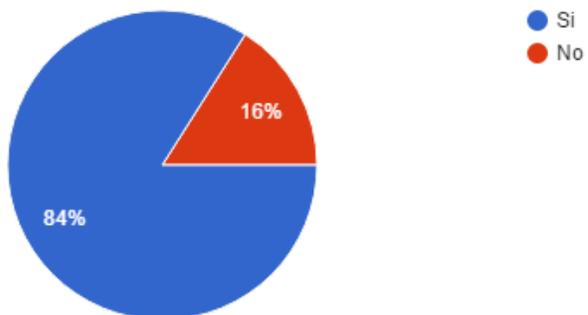
¿Alguna vez ha pensado conocer Colombia?

50 respuestas



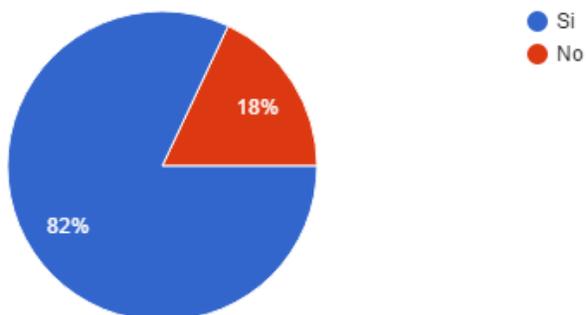
¿Descarga frecuentemente aplicaciones en su móvil?

50 respuestas



¿Le interesaría adquirir una App que le permita conocer y aprender sobre lugares turísticos de Colombia?

50 respuestas



Conclusiones

- Los países que más sobresalieron en la encuesta fueron España y Perú con 20 y 19 encuestados respectivamente.
- La mayoría de personas que respondieron la encuesta eran docentes
- El 62% de los encuestados consulta páginas web o aplicaciones al momento de salir de viaje.
- EL 62% de los encuestados hace uso de aplicaciones para guiarse durante sus viajes turísticos.
- El 54% de los encuestados cuando salen de viaje no visitan otros países, sino que viajan dentro de sus países.
- El 60% de los encuestados ha pensado viajar alguna vez a Colombia
- El 84% de los encuestados suele descargar constantemente aplicaciones en sus celular.
- Al 82% de los encuestados les interesaría poder adquirir una aplicación que les permita conocer Colombia

2.7 Plan de marketing

2.7.1 Estrategia de producto

- Calidad del servicio
- Planes

ColApp ofrece diferentes planes pensados y dispuestos al gusto del visitante y acorde a sus necesidades se han diseñado los siguientes planes inicialmente para la Candelaria Bogotá. Dentro de los objetivos a largo plazo se ampliarán las visitas a toda la ciudad de Bogotá luego a cada ciudad principal del país, finalizando con una cobertura en toda Colombia. El principal objetivo es permitirle al visitante conocer la ciudad y sus mayores atractivos de una manera agradable, eficiente junto con nuestra guía por voz.

City tour

Este tour llevará al visitante por los lugares más representativos de la capital del país descubriendo su contraste entre historia y modernidad en realidad aumentada

Bogotá histórica

Este tour llevará al turista desde su celular por los sitios históricos más representativos de la capital, descubriendo su rica historia.

Bogotá religiosa

Este tour llevará al turista a los principales centros religiosos de la ciudad entrando a las iglesias coloniales como si se estuviera allí esto lo convierte en un gran atractivo

Bogotá ecológica

Este tour llevará al turista por los principales centros ecológicos de la ciudad y le dará la oportunidad al visitante de conocer nuestra biodiversidad.

Tour Sabana de Bogotá

Este tour da la oportunidad al visitante conocer desde donde se encuentre, los bellos paisajes de nuestro país así como los pueblos tranquilos y sus costumbres.

2.7.2 Estrategia de precio

Tour alrededores de Bogotá

TOUR	SERVICIOS		PRECIO
CITY TOUR	INCLUYE	NO INCLUYE	
Descripción del tour: <ul style="list-style-type: none"> ● Visita al centro histórico ● Visita a Monserrate 	Guía por voz (Español, inglés y francés) inicialmente Entrada en realidad aumentada al sitio	Transporte Hoteles Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> ● Descarga gratuita ● Suscripción \$280.000 por persona 152 USD <p>DURACIÓN</p> <p>2-3 HORAS</p>

TOUR	SERVICIOS		PRECIO
	INCLUYE	NO INCLUYE	
BOGOTÁ HISTÓRICA			
Descripción del tour: <ul style="list-style-type: none"> • Visita al centro histórico • Visita a Quinta de Bolívar • Entrada museo 20 de Julio • Entrada Palacio de Nariño • Entrada museo del siglo XIX 	Guía por voz (Español, inglés y francés) inicialmente Entrada en realidad aumentada al sitio	Transporte Hoteles Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> • Descarga gratuita • Suscripción \$190.000 por persona 103 USD <p>DURACIÓN</p> <p>3-5 HORAS</p>

TOUR	SERVICIOS		PRECIO
	INCLUYE	NO INCLUYE	
BOGOTÁ RELIGIOSA			
Descripción del tour: <ul style="list-style-type: none"> • Visita al santuario del Señor Caído de Monserrate • Visita al Santuario del Divino Niño • Visita al Santuario de la Virgen del Carmen • Visita Catedral de 	Guía por voz (Español, inglés y francés) inicialmente Entrada en realidad aumentada al sitio	Transporte Hoteles Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> • Descarga gratuita • Suscripción \$140.000 por persona 152 USD <p>DURACIÓN</p> <p>3-5 HORAS</p>

<p>Sal de Zipaquirá</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Visita Catedral Primada de Colombia ● Visita al Santuario de Lourdes ● Visita al Santuario de Guadalupe 			
---	--	--	--

TOUR	SERVICIOS		PRECIO
	INCLUYE	NO INCLUYE	
BOGOTÁ ECOLÓGICA			
<p>Descripción del tour:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Visita al Jardín Botánico ● Visita al Parque Metropolitano Simón Bolívar ● Visita a los embalses de Sisga, Tominé, Neusa y Guavio. ● El visitante puede escoger entre los diferentes parques naturales como: <ul style="list-style-type: none"> ● Chicaque ● Chingaza ● Páramo de Sumapaz ● Bioparque la reserva de Bogotá 	<p>Guía por voz (Español, inglés y francés) inicialmente</p> <p>Entrada en realidad aumentada al sitio</p>	<p>Transporte Hoteles Restaurantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Descarga gratuita ● Suscripción \$200.000 por persona 108 USD <p>DURACIÓN</p> <p>3-5 HORAS</p>

TOUR	SERVICIOS		PRECIO
	INCLUYE	NO INCLUYE	
SABANA DE BOGOTÁ Descripción del tour: <ul style="list-style-type: none"> • Visita a Chía • Visita a Zipaquirá • Visita a Cajicá • Visita a Tabio • Nemocon • Guatavita 	Guía por voz (Español, inglés y francés) inicialmente Entrada en realidad aumentada al sitio	Transporte Hoteles Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> • Descarga gratuita • Suscripción \$290.000 por persona 157 USD DURACIÓN 3-6 HORAS

TOUR	SERVICIOS		PRECIO
	INCLUYE	NO INCLUYE	
ALREDEDORES DE BOGOTÁ Descripción del tour: <ul style="list-style-type: none"> • Visita a Villa de Leiva • Visita a Ráquira 	Guía por voz (Español, inglés y francés) inicialmente Entrada en realidad aumentada al sitio	Transporte Hoteles Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> • Descarga gratuita • Suscripción \$250.000 por persona 136 USD DURACIÓN 4 HORAS

2.7.3 Estrategia de publicidad

- Portales de turismo:
 - o Procolombia
 - o Colombia Travel
- Redes sociales
- Red de display

La estrategia de publicidad se realizará por portales de turismo como Procolombia y Colombia travel, ya que son páginas que normalmente las personas extranjeras visitan para obtener información turística de Colombia, también se usarán las redes sociales ya que es un medio rápido y efectivo para llegar a nuestro público objetivo y como complemento se hará uso de la publicidad por red de display, la cual ayudará a que se tenga mejor visibilidad por parte de las personas, por medio de la asociación a palabras clave que las personas normalmente utilizan para búsquedas de turismo.

2.7.4 Desarrollo de la marca

- **Marca**
 - ColApp
- **Logo**



- **Eslogan**

Un mundo por descubrir

2.7.5 Ventaja competitiva

- Planes diseñados para todas las edades, gustos y preferencias del turista
- Proporcionar bienestar al cliente
- Facilitar la interacción con el cliente
- Seriedad y cumplimiento con los clientes
- Tours en realidad aumentada hechos para conocer y disfrutar del país.

2.7.6 Ventaja comparativa

Actualmente existen más de 5 aplicaciones para viajar por Colombia que ofrecen herramientas desde descargas gratuitas que brindan todas experiencias al turista que visita Colombia, sin embargo ninguna ofrece nuestra innovación de realidad aumentada al visitante. Según a investigación realizada encontramos una aplicación de competencia directa con COLAPP se

trata de SOUNDWALKRS. Estas son las aplicaciones que actualmente compiten en el sector turístico con COLAPP.

Sounwalkrs:

De acuerdo a lo consultado el día 16 de octubre de 2017 se encontró que existe una aplicación de turismo que ya se está implementando en Bogotá fue probada en Cartagena en el año 2015 y ha resultado exitosa, única e innovadora; además cuenta con aportes de las instituciones culturales e históricas más destacadas. Los turistas que lleguen a Bogotá contarán con una nueva ayuda virtual que les permitirá conocer más de la ciudad. Se trata de la aplicación Soundwalkrs con la que se podrá conocer la ciudad y escuchar sus interesantes historias y leyendas. Es una guía digital inteligente que le muestra a los turistas una completa guía de sitios destacados donde se mueve la cultura y la recreación lo que les permite tener experiencias inolvidables en nuestra ciudad, pues podrán a través del sonido, recrear voces de antiguos personajes de la ciudad. La directora del Instituto Distrital de Turismo, Adriana Gutiérrez, señaló que los turistas podrán vivir experiencias sensoriales inolvidables gracias a la nueva aplicación. “Cuenta historias principalmente del centro de la ciudad como La Candelaria, lo que le va a permitir a los turistas revivir nuestra historia, empezando por la Leyenda de El Dorado. Igualmente hay otras narrativas de los diferentes lugares emblemáticos de la ciudad”, manifestó. Con la llegada de esta aplicación a Bogotá le apuntamos a seguir promoviendo la ciudad ante el mundo; pero además de eso, queremos transformar las maneras de hacer turismo en la capital. Muchas veces los turistas llegan y, por distintos motivos, no acceden a suficiente información. A través de esta herramienta, totalmente gratuita y fácil de descargar, los celulares, tablets y otros dispositivos

inteligentes se convierten en una guía turística, que funciona con y sin Wi-Fi”, destacó la directora del IDT. El equipo de Soundwalkrs está compuesto por dos cartageneras, una brasilera, un egipcio y una francesa. Soundwalkrs está disponible para dispositivos Android y Apple y puede descargarse de forma gratuita desde Google Play o App Store. Los audios pueden ser escuchados online o descargados con anterioridad, para así no tener necesidad de Wi-Fi o plan de datos para reproducirlos. La App se divide en cuatro secciones: My Steps, que recomienda a otros un itinerario y traza los pasos del turista; Explore, que ofrece tips, eventos y lugares de interés; Map, que precisa la ubicación del turista en el mapa y los atractivos cercanos, y Soundwalkrs, que permite escuchar las historias tradicionales de las ciudades de una manera dinámica y diferente, a través de las voces de los personajes. “Bogotá es una ciudad rica en cultura, historia, tradición y actividades. Con herramientas como esta queremos que la experiencia cultural del turista sea única y innovadora. Por otra parte, la ciudad tiene que ser competitiva en materia de turismo y no ser ajena a las nuevas tecnologías de información y comunicación (Tics), que facilitan muchos procesos y constituyen las nuevas formas en las que el hombre se relaciona con su entorno”,

Colombia travel:

Creada por Proexport Colombia, contiene información detallada de 26 productos turísticos de naturaleza, aventura, playa y cultura, museos, embajadas y casas de cambio, medios de transporte y restaurantes en todo el país. Además, incluye mapas, fotos y calendario de las festividades más importantes. Hasta la fecha, tiene cerca de 40.000 descargas. Es gratuita.

Gurú viajero:

Esta aplicación, de Publicar, contiene itinerarios, mapas, calendario de eventos, realidad aumentada, cupones de descuentos y un directorio con ofertas turísticas de gastronomía, sitios de interés, entretenimiento, compras, transporte y casas de cambio. Disponible inicialmente en Bogotá, Medellín, Armenia, Pereira, Manizales, Santa Marta, Barranquilla y Cartagena. Las guías móviles son gratuitas y, una vez descargadas, no requieren conexión a internet.

Welcome to Colombia:

Diseñada por Assist Card, con el apoyo de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (Anato) y Proexport, ofrece asistencia durante la estadía en el país. Tiene un chat que funciona las 24 horas del día, brinda asesoría sobre traslados y recuperación de objetos perdidos, información sobre hospitales y servicios médicos. Los tres primeros días de asistencia médica no tienen cargo alguno.

Buceo Colombia:

Es una aplicación recomendada para buzos profesionales y aficionados, y para los interesados en explorar el mundo marino colombiano. Ayuda a planear su viaje, de acuerdo con sus intereses. Provee información y georreferenciamiento de Google Maps para 16 destinos, 70 lugares de buceo y 18 operadores certificados en todo el país. Permite compartir fotos en redes sociales.

Airbnb:

Esta aplicación global, recomendada para encontrar alojamientos alternativos a los hoteles a muy buenos precios, tiene más de mil propiedades inscritas en Colombia. En Airbnb se puede alquilar

un sofá, una habitación, un apartamento o una casa, desde Melgar (Tolima), pasando por Bogotá y Medellín, hasta Cartagena. Es gratuita.

A continuación se hará un análisis DOFA de cada una de las compañías

APLICACIÓN	SOUNDWALKRS
FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Ya está siendo implementada en Bogotá con éxito • Fue probada en Cartagena con gran acogida • Está disponible para android y Apple • Se descarga de forma gratuita desde google play o App store • Funciona con o sin Wi-fi
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Los audios no están disponibles en todos los idiomas • Se escucha pero no se ve el lugar • Los audios deben ser descargados
APLICACIÓN	COLOMBIA TRAVEL
FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Creada por proexport • Contiene información de productos turísticos • Suministra información de transporte restaurantes etc... • Ofrece mapas calendarios de festividades y fotos • Descarga gratuita
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Solo ofrece información • Su cobertura no es amplia

APLICACIÓN	GURÚ VIAJERO
FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Contiene itinerarios, mapas, calendarios de eventos • Directorio gastronómico • Descarga gratuita • No necesita conexión a internet
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Solo brinda información de sitios • Ubica al turista donde hay restaurantes hoteles transporte
APLICACIÓN	WELCOME TO COLOMBIA
FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece asistencia durante la estadía del turista en el país. • Tiene chat 24 horas • Asesora sobre traslados y recuperación de objetos perdidos • Informa hospitales los tres primeros días de asistencia médica son gratuitos
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • El turista no puede conocer el sitio de interés • Asiste al paciente solo si está en el país
APLICACIÓN	BUCEO COLOMBIA
FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuda a planear viajes • Provee información • Permite compartir fotos en redes sociales

DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • La aplicación está dirigida solo para buceadores profesionales y aficionados
APLICACIÓN	AIRBNB
FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Permite encontrar alojamiento con buenos precios • Descarga gratuita
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece alquiler de habitaciones, apartamentos o casas en el Tolima, Bogotá, Medellín y Cartagena

Oportunidades:

- Aumento de la industria turística en el país
- Buen momento económico
- Aumento de inversión de extranjera en el país
- Mejoramiento de la imagen del país
- Estabilidad del país y confianza en sus entidades por parte de la comunidad internacional.

Amenazas:

- Problemas de conexión a internet
- Que el cliente no encuentre lo que busca
- Que el idioma no esté disponible
- Que la gama no sea lo suficientemente amplia para satisfacer todas las necesidades

Conclusiones del análisis:

La creciente presencia y constante visita de extranjeros al país hace que se convierta en una necesidad la creación de un servicio especializado y de calidad que se enfoque en sus necesidades y expectativas y que las haga más amena y fácil y que reduzca sus gastos que pueda conocer el país desde donde se encuentre, lo que demuestra la factibilidad de esta idea de negocio. COLAPP es un diferenciador, aunque existe competencia muy directa la innovación de nuestra aplicación es muy completa que se complementa de todos los servicios que ofrecen las otras aplicaciones.

ColApp Ofrece al turista poder ver el sitio de interés en realidad aumentada y un guía por voz en todos los idiomas para animar al turista a venir a conocer los hermosos lugares que el país ofrece, enfocándose inicialmente en Bogotá en la zona de la candelaria sitio turístico por excelencia y el más preferido por los extranjeros por su historia.

Queremos cambiar la percepción que se tiene en el exterior de la ciudad y del país ya que algunos no se atreven a venir por miedo y por la mala fama del terrorismo en Colombia, la idea es que el turista se anime a visitar nuestro país con una aplicación que le ofrezca conocer desde el lugar en donde se encuentre. La ventaja de **ColApp** frente a otras aplicaciones que ofrecen servicios similares es que ofrecemos acompañamiento constante del turista durante su exploración por la aplicación en el idioma que desee el guía lo acompañará en todo el recorrido adicionalmente si el turista se anima a conocer personalmente el sitio de su interés damos

diferentes opciones de hoteles, restaurantes, transporte en la zona que desee visitar. De manera muy entretenida ofrecemos a nuestros clientes aprendizaje y la satisfacción de todas sus necesidades.

2.7.7 Estrategia de promoción

Planes

City Tour

Este tour llevará al visitante por los lugares más representativos de la capital del país descubriendo su contraste entre historia y modernidad en realidad aumentada

Bogotá Histórica

Este tour llevará al turista desde su celular por los sitios históricos más representativos de la capital, descubriendo su rica historia.

Bogotá Religiosa

Este tour llevará al turista a los principales centros religiosos de la ciudad entrando a las iglesias coloniales como si se estuviera allí esto lo convierte en un gran atractivo.

Bogotá Ecológica

Este tour llevará al turista por los principales centros ecológicos de la ciudad y le dará la oportunidad al visitante de conocer nuestra biodiversidad.

Tour Sabana de Bogotá

Este tour da la oportunidad al visitante conocer desde donde se encuentre los bellos paisajes de nuestro país así como los pueblos tranquilos y sus costumbres.

2.7.8 Campaña publicitaria

- Publicidad Digital

Teniendo en cuenta que nuestro público objetivo son personas extranjeras en mas efectivo llegar a ellas por medio digital, por medio de plan de contenidos en redes sociales, banners publicitarios en páginas de turismo y publicidad en buscadores que permitan que las personas encuentren más fácil el servicio y se animen a adquirir la App.

2.7.9 Estrategia de distribución

- Canales
 - Play Store
 - iTunes

Se hará uso tanto de Play Store como de iTunes para que nuestro público objetivo pueda adquirir la Aplicación, con más facilidad.

- Logística
 - Equipos de computo
 - Programadores

2.7.10 Ejecución comercial

- **Habilidades comerciales y administrativas**
 - Persona con conocimientos en administración y turismo
 - Que tenga conocimientos en publicidad
 - Con conocimiento en programación.

2.7.11 Proyección de ventas

PRODUCTO	VALOR UNITARIO	NÚMERO DE VENTAS	
		AÑO 1 (2017)	TOTAL
CITY TOUR	280.000	91	\$ 25.480.000
TOUR BOGOTA HISTÓRICA	190.000	47	\$ 8.930.000
TOUR BOGOTA RELIGIOSA	140.000	37	\$ 5.180.000
TOUR BOGOTA ECOLÓGICA	200.000	67	\$ 13.400.000
TOUR SABANA DE BOGOTÁ	290.000	52	\$ 15.080.000
TOUR ALREDEDORES DE BOGOTÁ	250.000	42	\$ 10.500.000
		336	\$ 78.570.000

PRODUCTO	VALOR UNITARIO	NÚMERO DE VENTAS	
		AÑO 2 (2018)	TOTAL
CITY TOUR	295.000	150	\$ 44.250.000
TOUR BOGOTA HISTÓRICA	200.000	100	\$ 20.000.000
TOUR BOGOTA RELIGIOSA	160.000	90	\$ 14.400.000
TOUR BOGOTA ECOLÓGICA	220.000	70	\$ 15.400.000
TOUR SABANA DE BOGOTÁ	310.000	69	\$ 21.390.000
TOUR ALREDEDORES DE BOGOTÁ	270.000	97	\$ 26.190.000
		576	\$ 141.630.000

PRODUCTO	VALOR UNITARIO	NÚMERO DE VENTAS
----------	----------------	------------------

		AÑO 3 (2019)	TOTAL
CITY TOUR	315.000	130	\$ 40.950.000
TOUR BOGOTA HISTÓRICA	220.000	120	\$ 26.400.000
TOUR BOGOTA RELIGIOSA	180.000	120	\$ 21.600.000
TOUR BOGOTA ECOLÓGICA	240.000	100	\$ 24.000.000
TOUR SABANA DE BOGOTÁ	330.000	150	\$ 49.500.000
TOUR ALREDEDORES DE BOGOTÁ	290.000	100	\$ 29.000.000
		720	\$ 191.450.000

Esta proyección de ventas se elaboró con base al estudio de mercado realizado posteriormente y en el análisis que se realizó de la competencia, basado en estos datos, el plan de ventas para el primer año está organizado de la siguiente manera, se deben realizar un promedio de 7 tours semanales para un total de 28 tours mensuales para un total de 336 tours anuales. Este total de tours entregarán un total de 336 Tours anuales para un total de \$ 78.570.000. Para el segundo año se realizarán un promedio de 12 Tours semanales para un total de 48 Tours mensuales, dando un total de 576 Tours anuales generando un ingreso de \$ 141.630.000 Para el tercer año de operaciones se llevarán a cabo un promedio de 15 Tour semanales dando un total de 60 Tours mensuales generando un total de 720 Tours realizados anualmente dando un total de ingresos de \$ 191.450.000 Para el cuarto año abrirá sedes en las principales ciudades de Colombia como Medellín, Cartagena, Cali, Santa Marta y Barranquilla.

2.7.12 Política de cartera

Los pagos se realizarán por Paypal ya que es un medio cómodo y seguro para realizar transacciones por divisas desde diferentes países.

2.7.13 Presupuesto del plan de mercadeo

DETALLE	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
Computador	899.000	1	\$899.000
Escritorio	99.900	1	\$99.000
Sillas	79.900	4	\$319.600
Mueble	\$316.000	1	\$316.000
Teléfono	\$84.900	1	\$84.900
Papelería	\$200.000	1	\$200.000
Impresora	\$599.0000	1	\$599.000
Legajadores AZ	\$7.500	5	\$37.500
Archivador	\$134.000	1	\$134.000
Resma de Papel	\$8.900	3	\$26.700
Caja de Esferos	\$8.000	3	\$24.000
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			
			\$2'739.100

CONCEPTO	COSTE	FRECUENCIA	TOTAL
Estrategia SEM	\$310.000	6 meses	\$620.000
Tarjetas de Presentación	\$250.000	3 meses	\$1'000.000
Papel Membretado	\$150.000	6 meses	\$300.000
TOTAL GASTOS MERCADEO Y PUBLICIDAD			
			\$1'920.000

Agua	\$150.000
Luz	\$300.000
Teléfono	\$150.000
Internet	\$80.000
Arriendo	\$1'000.000
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	
\$1'680.000	

PERSONAL	COSTO MENSUAL
Programador	\$6.000.000

Planeación estratégica generativa

3. Descripción del negocio

Servicio

ColApp Ofrece al turista poder ver el sitio de interés en realidad aumentada y un guía por voz en todos los idiomas para animar al turista a venir a conocer los hermosos lugares que el país ofrece, enfocándose inicialmente en Bogotá en la zona de la candelaria sitio turístico por excelencia y el más preferido por los extranjeros por su historia.

Queremos cambiar la percepción que se tiene en el exterior de la ciudad y del país ya que algunos no se atreven a venir por miedo y por la mala fama del terrorismo en Colombia, la idea es que el turista se anime a visitar nuestro país con una aplicación que le ofrezca conocer desde el lugar en donde se encuentre. La ventaja de **ColApp** frente a otras aplicaciones que ofrecen servicios similares es que ofrecemos acompañamiento constante del turista durante su exploración por la aplicación en el idioma que desee el guía lo acompañará en todo el recorrido adicionalmente si el turista se anima a conocer personalmente el sitio de su interés damos diferentes opciones de hoteles, restaurantes, transporte en la zona que desee visitar. De manera muy entretenida ofrecemos a nuestros clientes aprendizaje y la satisfacción de todas sus necesidades

3.1 Objetivo general de la empresa

Diseñar un plan de negocios mediante el cual se pueda evaluar la viabilidad de la creación de una aplicación de turismo inicialmente en la ciudad de Bogotá dirigida a los turistas en la localidad de Candelaria, extranjeros que deseen disfrutar de la ciudad de una manera diferente desde su celular con planes diseñados para todas las edades y para todos los gustos.

3.2 Objetivo específicos

- Desarrollar un estudio de mercado mediante el cual se puedan encontrar y evaluar las necesidades específicas del mercado y conocer a los clientes que pudieran estar interesados en el servicio.
- Implementar un estudio que permita encontrar la forma más eficiente de ofrecer el servicio y que sea atractivo a los clientes potenciales.
- Realizar un estudio financiero que permita realizar proyecciones que sean lo más cercanas a la realidad, que muestren su viabilidad y los gastos que se necesitan para su funcionamiento.
- Llevar a cabo un estudio que ayude a determinar, los aspectos legales y administrativos que permitan el óptimo funcionamiento de la aplicación.

3.3 Marco legal

- **Tipo de empresa**
 - Microempresa
- **Tipo de sociedad**
 - Limitada

3.4 Misión

Satisfacer las necesidades de nuestros usuarios brindando información detallada y verídica de todos los sitios turísticos, culturales y de interés que él desee conocer.

3.5 Visión

Para el año 2022 ser la aplicación móvil líder en Colombia, reconocida por satisfacer al usuario de manera ágil y eficaz dándole la opción de conocer y culturizarse sobre los lugares más representativos de Colombia sin la necesidad de estar allí.

3.6 Valores

- Respeto
- Responsabilidad
- Ética
- Calidad
- Veracidad

3.7 Análisis PESTEL

- **Ley 23 de 1982**

Propiedad intelectual

- **Ley 1341 30 julio 2009**

Tecnologías de la información y la comunicación

- **Artículo 3**

Sociedad de la información y el conocimiento

El estado reconoce el desarrollo de contenido y aplicaciones como un pilar fundamental para el desarrollo y consolidación de la sociedad del conocimiento.

- **Artículo 4**

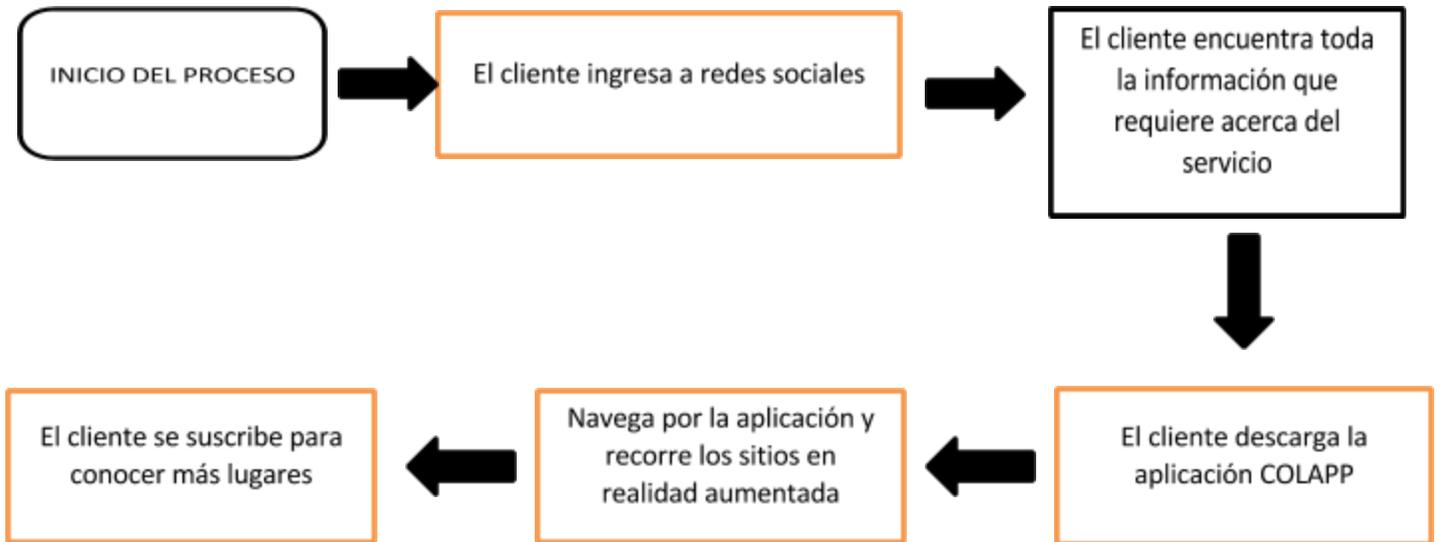
Intervención del estado en el sector de la tecnología y las telecomunicaciones

Es deber del estado promover el desarrollo de contenido y aplicaciones y garantizar la interconexión de las redes de comunicaciones necesarios para la comercialización de aplicaciones y contenidos que usen tecnologías de la información y la comunicación.

3.8 DOFA

<p style="text-align: center;">DOFA</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ser una aplicación nueva en el mercado del turismo ● Poseer poca experiencia en la industria del turismo ● Recursos limitados 	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Conocimiento del patrimonio histórico y cultural del país ● El servicio se ofrece al cliente en su idioma natal
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Crecimiento de la industria turística del país ● crecimiento de la descarga de la aplicación 	<ul style="list-style-type: none"> ● Búsqueda de posibles inversionistas o socios ● recopilar información para conocer y estar informadas de las necesidades de la industria 	<ul style="list-style-type: none"> ● Capacitar constantemente al personal
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Competencia ● Cambio en las leyes 	<ul style="list-style-type: none"> ● Plan de contingencia para problemas de red 	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizar estudios que permitan conocer todas las necesidades del cliente

3.9 Cadena de valor



Bibliografía:

Neiman, Mariana, Historia del turismo, Importancia del turismo (2009, Enero 29). Recuperado
Febrero 20, 2013 de
[http://www.taringa.net/posts/turismo/2081563/Historia-del-turismo-importancia-del-turismo.htm](http://www.taringa.net/posts/turismo/2081563/Historia-del-turismo-importancia-del-turismo.html)

1

2 Marca Colombia, Turismo (2012, septiembre 7). Recuperado el 20 de febrero de 2013 de
<http://www.colombia.co/turismo/>

<http://www.reporteroindustrial.com/temas/Perspectivas-2017-de-la-industria-manufacturera-en-Colombia+117711>

https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Colombia

<http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/5126/CorreaDiana2013.pdf?sequence=1>

<http://www.eltiempo.com/vida/viajar/aumento-de-turistas-que-llegan-a-colombia-en-2017-97826>

<http://bogota.gov.co/article/temas-de-ciudad/gestion-publica/la-aplicacion-que-revolucionara-el-turismo-de-bogota>