

Creación de Empresas

Crea una idea de negocio

Esteban Ramírez González

Andres Felipe Tinjacá Díaz

Cristian Javier Rodriguez Hurtado

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior (CUN)

Bogotá D.C

Septiembre 2020

Tabla de contenido

Tabla de contenido	2
Compromisos del autor.....	4
Resumen	7
Objetivos	5
<p>Generales: Hacer factible la consolidación de una agencia de viajes dedica a los deportes extremos y enfocada hacia el cuidado y uso del medio ambiente en Utica Cundinamarca, Regular los estándares de práctica y establecer un alto grado de ética y disciplina comercial correcta entre los miembros, Actuar como enlace entre las agencias de viajes, los proveedores de turismo, los organismos afiliados y las agencias gubernamentales en asuntos y asuntos de interés..... 5</p>	
<p>Específicos: investigar sobre los procesos legales y leyes que se relacionen a nuestro campo de actividades para no tener inconvenientes en el desarrollo del proyecto, adaptación a los últimos sistemas de tecnología de la información, procedimientos de trabajo y cuestiones medioambientales y promover el turismo con reconocimiento del municipio 5</p>	
Introducción.....	6
Analiza el sector.....	8
Objetivos de Desarrollo Sostenible (O.D.S) relacionados con la idea de negocio	8
✓ Objetivo 8 - Trabajo Decente y Crecimiento Económico	8
✓ Objetivo 14 - Vida submarina	8
Valor compartido relacionados a nuestra idea de negocio	8
Identifica la oportunidad	10
Crea una idea de negocio	13
Innovación.....	15
Innovación de servicio.....	15
Innovación de procesos.....	15
Estudia el mercadeo	15
• Contextualización de la empresa:	15
• Análisis de la demanda:.....	15
• Análisis de la oferta:	15
Análisis de la comercialización y de los proveedores.....	16
Segmenta el mercado	17
Cuadro de Buyer Persona.....	17
Propuesta de Valor.....	19
Declaración de la propuesta de valor.....	20
Diseña tu producto	21
Definición Estratégica.....	21
Diseño De Concepto	22
Diseño En Detalle	23

Precio de venta.....	24
Validación y verificación.....	25
Producción.....	25
Ciclo de vida del servicio	27
PROTOTIPO.....	27
Características del producto o servicio	27
Características del prototipo	27
Como va a interactuar el cliente con el prototipo	27
Evidencia del prototipo	27
Modelo Running Lean de la empresa Gente Viajera.....	28
Validación de la idea de negocio	29
Aplicación de la encuesta.....	29
1. Objetivo de la investigación:	29
2. Investigación Cuantitativa:	29
3. Encuesta:	29
4. Tamaño de la muestra:.....	29
Tabulación y análisis de la información	30
Bibliografía	34

Compromisos del autor

- ❖ Esteban Ramirez Gonzalez - C.C. 1010003966
- ❖ Cristian Javier Rodríguez Hurtado – C.C. 1000697424
- ❖ Andres Felipe Tinjacá Díaz – C.C. 1079263106

Objetivos

Generales: Hacer factible la consolidación de una agencia de viajes dedica a los deportes extremos y enfocada hacia el cuidado y uso del medio ambiente en Utica Cundinamarca, Regular los estándares de práctica y establecer un alto grado de ética y disciplina comercial correcta entre los miembros, Actuar como enlace entre las agencias de viajes, los proveedores de turismo, los organismos afiliados y las agencias gubernamentales en asuntos y asuntos de interés

Específicos: investigar sobre los procesos legales y leyes que se relacionen a nuestro campo de actividades para no tener inconvenientes en el desarrollo del proyecto, adaptación a los últimos sistemas de tecnología de la información, procedimientos de trabajo y cuestiones medioambientales y promover el turismo con reconocimiento del municipio

Introducción

En el siguiente trabajo expondremos nuestra idea de negocio donde el tema principal es conocer la viabilidad de la creación de una agencia de viajes de deportes extremos enfocada en la capacitación del cuidado y preservación del medio ambiente, realizando un estudio y con la experiencia de uno de los integrantes pudimos determinar que los deportes extremos en Colombia es un mercado en el cual se ha ido desarrollando y fortaleciendo en los diferentes municipios de Colombia, puesto que el sector del turismo en años anteriores se encontraba estancado por los conflictos armados dado que los anteriores y últimos periodos presidenciales han sido vulnerados, permitiendo así el libre desplazamiento de personas por las diferentes vías nacionales como los son San Gil, Tobia y Utica.

Una agencia de viajes es una empresa turística dedicada a la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios, elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores con los cuales tendremos usuarios con intereses a diferentes actividades turísticas. Las agencias de viajes se clasifican en mayoristas, minoristas y mayoristas/minoristas (Mixtas).

Este trabajo fue elaborado con base en las guías y encuentros sincrónicos con la asignatura creación de empresas del programa administración de empresas de la CUN (Corporación Unificada Nacional).

Resumen

Nuestra idea de negocio se basa en la creación de una agencia de viajes de deportes extremos en el municipio de Utiaca Cundinamarca, ofreciendo deportes extremos como el rafting. Nuestra idea innovadora es ofrecer capacitaciones sobre la prevención y el cuidado del medio ambiente, ofreciendo espacios rurales adecuados para prestar una diferente forma de tomar capacitaciones, nacional ofrecemos planes de integraciones grupales.

Nuestros principales clientes son las empresas en búsqueda de capacitar a su personal en el cuidado del medioambiente, brindando las herramientas necesarias para conceptualizar y afianzar los conocimientos del cuidado y manejo del medio ambiente, adicional ofrecemos planes/actividades de integración grupal con el fin de mejorar la química del equipo, el ambiente laboral y mejorar el rendimiento en el sitio de trabajo

Nos enfocamos en el cuidado y manejo del medio ambiente porque este tema es vital para nuestras vidas y nuestro planeta, tenemos que concientizar al mayor número de personas posibles para que hagamos un mejor uso de los recursos y del planeta.

Las empresas deben tener una responsabilidad compartida con la comunidad, apoyando o dando beneficios para una mejor vivencia y así ir mejorando y transformando nuestra calidad de vida en beneficio del medio ambiente y nuestro planeta

Analiza el sector

Nuestra idea de negocio es una agencia de viajes de deportes extremos en donde se pueda crear conciencia de la necesidad del cuidado del medio ambiente, creando planes de integración empresarial, como bien sabemos la creación de responsabilidad debe ser una estrategia que las empresas implementen no solo una vez en la vida, si no que sea una estrategia principal, nuestra idea es generar actividades de deportes extremos en donde las empresas que adquieran los planes turísticos cumplan con estos criterios, en primer lugar promover una mejor conciencia ambiental y cuidado de los recursos naturales realizando charlas, capacitaciones, inducciones en espacios fuera de la cotidianidad y su participación sea efectiva y autónoma. Como segundo mejorar las relaciones laborales y de convivencia con el objetivo de trabajar en equipo y mejorar los indicadores de cada área; Los planes contienen las siguientes actividades a realizar son:

- Rafting en donde antes de iniciar la actividad se explique la importancia de reciclar las basuras y no tirarlas a la calle para que posterior no terminen en el río o mar.
- Integración empresarial en esta actividad se forman grupos de personas en donde por tiempo se estarán realizando actividades cortas, pero de gran aporte social dentro de ellas esta división de reciclaje, cuidado y mejor manejo del agua, etc.
- Al realizar estas actividades en el municipio de Útica Cundinamarca la empresa también aporta a la economía regional del municipio, puesto que se consume, se compra y se trabaja con guías del municipio.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (O.D.S) relacionados con la idea de negocio

- ✓ **Objetivo 8 - Trabajo Decente y Crecimiento Económico.** Al ofrecer estos planes a las empresas u organizaciones estamos abriendo nuevas oportunidades de compra y venta de los productos y servicios que les ofrece Utica, beneficiando la economía del pueblo y del Municipio, dando más oportunidades de empleo.
- ✓ **Objetivo 14 - Vida submarina.** Unas de las actividades que se realiza en el plan de ofrecimiento es el Rafting, en esta actividad se hará una capacitación/charla sobre la contaminación que hay día a día tanto en la calle como en los ríos, mares, océanos. Esta actividad se realiza en el Río Negro con todas las medidas de seguridad y personal capacitado, experimentando nuevas experiencias en el Río de Utica.

Valor compartido relacionados a nuestra idea de negocio

- ❖ Involucrar a los guías locales que realicen las charlas sobre la contaminación que se presentan en los ríos o mares ya que ellos conocen del municipio
- ❖ Involucrar demás negocios como restaurantes donde muestran platos típicos del municipio, gente que elabore recordatorios y que se lleven una buena imagen del municipio

Tabla 1

En el siguiente cuadro de PESTEL se evidencian los ítems los cuales vamos a identificar en nuestra empresa, estos son Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal. Estos ítems son en base a lo que se tiene que enfrentar las empresas.

CUADRO DE PESTEL	
POLITICO	Para las actividades de los deportes extremos rigen las normas técnicas las cuales aseguran la prestación del servicio con calidad: NTS Sectorial AV010 (Rafting), NTS Sectorial AV011(Rappel). Adicional se cumple con la norma técnica sectorial 003 la cual especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para las agencias de viajes.
ECONOMICO	Sector económico terciario (Turismo), los índices de precios van desde 100.000 a 300.000 pesos por persona, Cualquier entidad pública o privada en las que se destaca el SENA y el gobierno
SOCIAL	Nos damos a conocer por ofrecimiento personal, reconocimiento en plataformas digitales y el reconocimiento de voz a voz, ¿dónde? Utica, ¿cuándo? a disponibilidad de la empresa contratante del servicio, ¿Quiénes?: Empresas que estén dispuestas a tomar el servicio, Personal activo laboral entre 18 a 45 años con condiciones de salud estables u optimas
TECNOLOGICO	El impacto del avance en las TIC´s ha sido positivo ya que contamos con varios canales de comunicación así ha aumentado el reconocimiento de la empresa a nivel nacional e internacional
ECOLOGICOS	Nuestros planes turísticos van enfocados al cuidado y conservación del medio ambiente
LEGAL	Ley 1098 de 2006 (Código de infancia y adolescencia)

Identifica la oportunidad

Tabla 2

La siguiente tabla se evidencian criterios con tres problemas enfocados en nuestra empresa, a cada criterio se le da una respuesta de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 siendo la más alta, al terminar de responder todos los criterios se hará una suma del total de las respuestas para evidenciar en cual problema hay más falencias que los otros

CRITERIO	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	Convivencia laboral	Conciencia ambiental	Desarrollo económico de Utica
Conocimiento o Experiencia	2	3	1
Asesoramiento de un experto (Si se requiere, ¿Lo tenemos?)	4	2	3
Alcance (¿tenemos las herramientas? ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿tenemos acceso a información datos cifras)	5	3	4
tiempo (posible solución)	4	4	2
Costo (posible solución)	1	4	5
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	4	5	3
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	4	4	3
TOTAL	24	25	21

Figura 1

En la siguiente figura se muestra un árbol de problemas, siendo la idea principal “la poca demanda por la responsabilidad compartida” y desglosando sus causas y efectos que con lleva

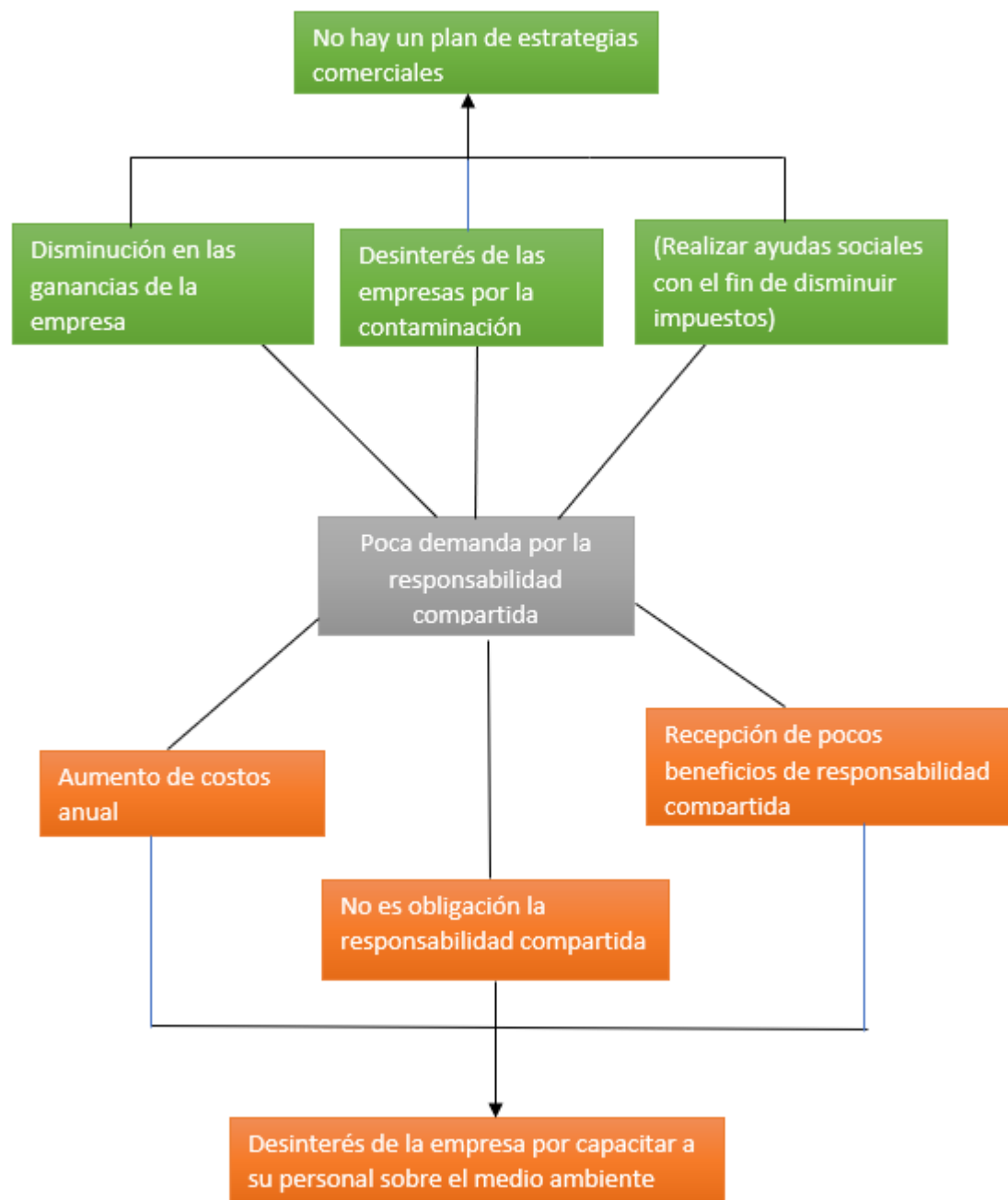
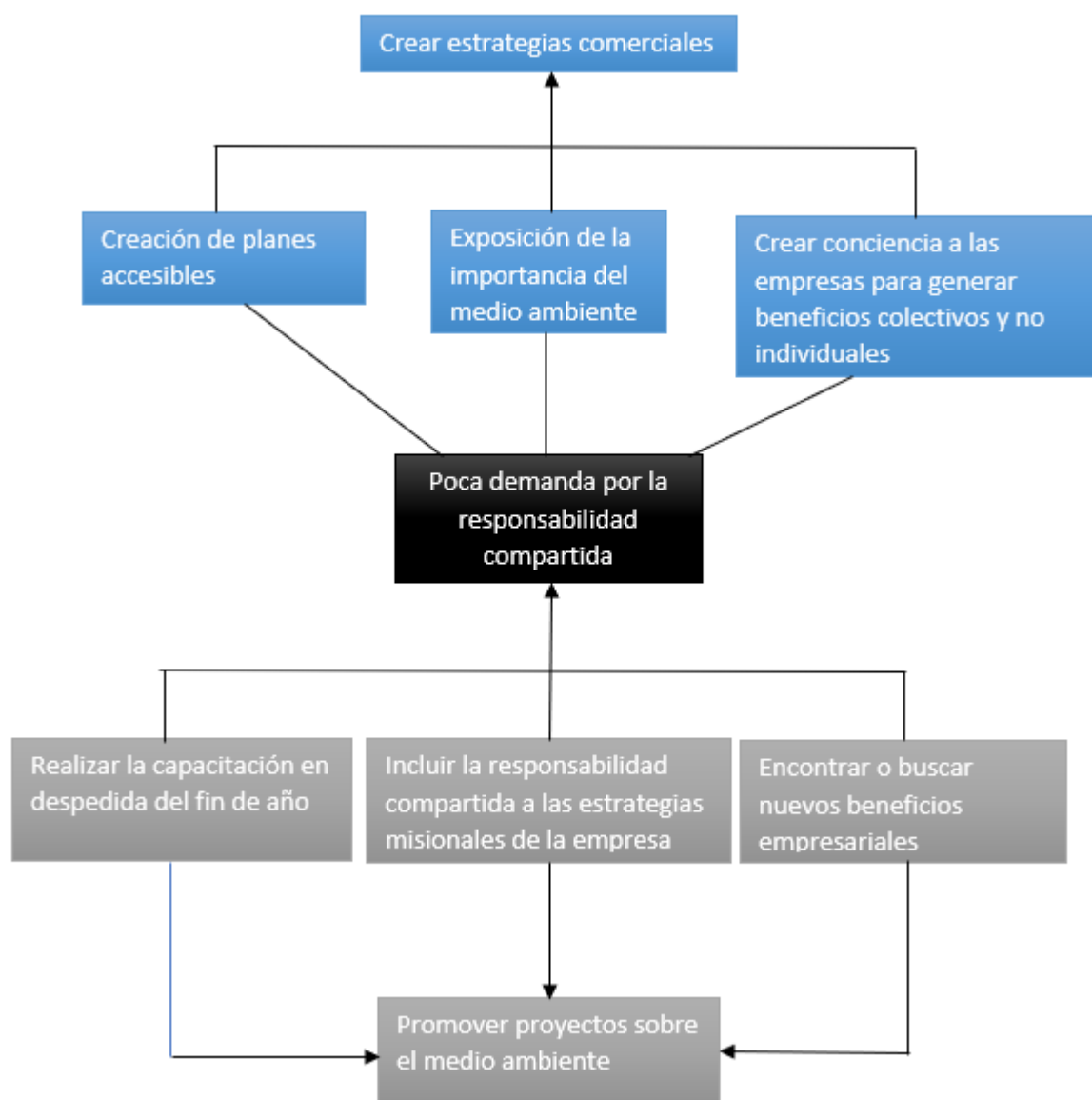


Figura 2

La figura presenta un árbol de objetivos siendo la idea principal “poca de manda por la responsabilidad compartida” desglosando las causas y efectos que con llevan



Crea una idea de negocio

Tabla 3

Responder el siguiente cuadro de acuerdo con los criterios presentados hacia la idea de negocio con una escala de valoración de 1 a 5, siendo 1 la más baja y 5 las más alta, al final sumar las valoraciones correspondientes y dar el puntaje total

INTERES / DISPOCISI3N AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer	1	2	3	4	5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	2	3	4	5
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	0	0	2	1	1

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas 1:	0	X	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas 2:	0	X	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas 3:	2	X	3	=	6
Total de afirmaciones valoradas 4:	1	X	4	=	4
Total de afirmaciones valoradas 5:	1	X	5	=	5

PUNTAJE TOTAL

15

Tabla 4

Responder a las preguntas presentados por la tabla sobre nuestra idea de negocio, en el cuadro presente explicamos y describimos los objetivos que representa nuestra idea de negocio dándole protagonismo al medio ambiente para concientizar a las demás personas y contribuir al cuidado de esté

¿Cuál es el producto o servicio?	Planes turísticos en el municipio de Utica, enfocado en capacitaciones de cuidado del medio ambiente y buenos hábitos.
¿Quién es el cliente potencial?	Cualquier tipo de empresas que quieran contribuir con el crecimiento social
¿Cuál es la necesidad?	una generación más eco amigable, y con responsabilidad social
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Incursionando los deportes extremos y las capacitaciones sobre la responsabilidad social y la consciencia ambiente
¿Por qué lo preferirían?	Somos conscientes de la importancia y la necesidad por inculcar la responsabilidad social, por decidimos hacer planes turísticos en donde se realicen capacitaciones sobre el cuidado del medio ambiente en un espacio acorde, adicional apoyar el bienestar laboral de la Compañía

Figura 3

Dar respuesta a las temáticas presentadas por el siguiente cuadro de forma coherente y acertada explicando las funciones y objetivos de la idea de negocio

Verbo Crear	Tema u objetivo Un plan turístico ideal orientado al medio ambiente y a la convivencia de los trabajadores	Característica Económico rentable enriquecedor, informativo, generar conciencia
Usuarios Trabajadores de la empresa	Verbo Inspirador Concientizar y enriquecer	Propósito Inspirador Generar conciencia a las personas que tomen nuestros planes turísticos para ayudar a contribuir al cuidado de nuestro ambiente, para aprovecharlo al máximo y para las futuras generaciones

Innovación

Innovación de servicio

- Crear una comunidad donde se siga teniendo contacto en donde hayan estado en nuestras capacitaciones esto con el fin de planear actividades sociales como por ejemplo; caminatas y excursiones en donde el objetivo sea ayudar a la comunidad.
- Beneficios por será parte de la comunidad
- Realizar las capacitaciones mediante dispositivos de 4D donde se puedan vivir una experiencia con el medio ambiente, esto aplica para las empresas que les quede difícil la movilidad y no puedan dirigirse a Utica

Innovación de procesos

- ✓ Crear un video con realidad virtual donde se le mostrara una mini experiencia del servicio
- ✓ Se realizo un estudio de mercado en donde se llega a la conclusión de que la competencia está enfocada a los deportes extremos con énfasis de la integración empresarial, los principales competidores a nivel nacional son: Dosis verde en el municipio de Tobia Cundinamarca, Utica extrema en el municipio de Utica y Ecolombia en el municipio de San Gil
- ✓ Con el estudio de mercado que realizamos se determinó de que la competencia está enfocada principalmente en las actividades extremas con énfasis de la integración empresarial, nuestra idea de negocio se destaca por que somos una agencia de deportes extremos con énfasis de inducción y capacitaciones sobre la prevención y cuidado del medio ambiente el correcto uso y manejo de recursos naturales
- ✓ No aplica porque nuestra idea de negocio si destaca en la competencia.
- ✓ La idea más innovadora fue la de crear una comunidad (comunidad/Grupo en Facebook) en donde se puedan afianzar a los trabajadores y convertirlos en nuestros clientes directos, la comunidad tendría el objetivo de realizar actividades sociales dentro de Bogota donde se pueda hacer planes como caminatas y plantación de árboles.

Estudia el mercadeo

- **Contextualización de la empresa:** Gente Viajera, Venta de planes turísticos, PYME (pequeñas y medianas empresas), Utica Cundinamarca
- **Análisis de la demanda:** En primer lugar, nuestros perfiles de clientes son aquellas empresas que tienen conciencia de que le están haciendo daño al medio ambiente y que por medio de esta actividad podrán aportar, los planes están dirigidos para personas de 18 a 50 años, ya que el objetivo principal es brindar capacitaciones con énfasis en cuidado y protección del medio ambiente
- **Análisis de la oferta:** Como lo habíamos mencionado anteriormente no tenemos competencia directa sobre capacitaciones del cuidado del medio ambiente pero referente a los planes de deportes extremos si tenemos competencia, las principales son:
 - **Utica Extrema:** Empresa legalmente constituida que nace del esfuerzo de jóvenes capacitados en el área de recreación y turismo, comprometidos con el esparcimiento y la

diversión sana de la población de nuestro país, y con la única finalidad de presentar un servicio con calidad, puntualidad y atención que el usuario se merece, todo para llenar las expectativas tanto del sector público como el privado, desarrollando su actividad alrededor de todo lo relacionado al deporte y la recreación de aventura en un medio totalmente Agro-ecológico y seguro, ya que nuestro grupo de trabajo cuenta con una alta capacitación y experiencia en este tipo de servicios.

- **Dosis verde:** Dosis Verde fue la empresa que por primera vez navego sus aguas en un bote inflable. Contamos con equipos de operación certificados y avalados internacionalmente, los mejores escenarios de aventura donde la naturaleza y la cultura siempre han sido protagonistas.
- **Ecolombia Experience:** Nuestra empresa de turismo Ecolombia Experience, nace en el año 2013, con un enfoque ecoturístico, resaltando el atractivo que posee nuestros paisajes naturales, históricos y culturales

Tabla 5. En la siguiente tabla conoceremos los 3 principales competidores a nivel nacional, los cuales son: dosis verde (del municipio de Tobia Cundinamarca), utica extrema (del municipio de utica Cundinamarca) y ecolombia experience (del municipio de San gil Santander), también conoceremos el plan turístico que compite con nuestra oferta, precio y la ventaja que tienen hacia nosotros

Nombre del competidor	Producto/Servicio	Precio	Servicio (Ventaja Competitiva)	Ubicación
Dosis Verde	Integración fin de año	\$45.000	Ubicación más cercana a Bogota	Utica y Tobia
Utica Extrema	Desafío de Guerreros	\$130.000	La ventaja que ellos tiene es posicionamiento en el mercado (10 años)	Utica
Ecolombia Experience	Plan universitario	\$300.000	Ofrecen más actividades	San gil


Análisis de la comercialización y de los proveedores: los proveedores de clientes son: hoteles del municipio, los cuales nos envían huéspedes interesados en realizar planes turísticos, empresas terciarias que promueven nuestros planes turísticos y ganan porcentaje por plan vendido como (Cuponatic, Groupon y otras agencias de viajes ubicadas en otros municipios) adicional tenemos proveedor de seguros todo riesgo que es col asistencia, proveedores de papelería: panamericana

Segmenta el mercado

- ❖ Mejorar el ambiente de trabajo
- ❖ Protección en el medio ambiente
- ❖ Conciencia laboral
- ❖ No juzgar
- ❖ Compañerita
- ❖ Colaborador
- ❖ Amigable
- ❖ Escuchar a los demás
- ❖ Ayudar al prójimo
- ❖ Ser amable
- ❖ Respeto
- ❖ Voluntad
- ❖ Puntualidad
- ❖ Responsabilidad
- ❖ Disciplina
- ❖ Veracidad
- ❖ Eficaz y eficiente

Cuadro de Buyer Persona

Nuestro principal cliente son empresas que quieran aportar o contribuir con preservación y cuidado del medio ambiente adicional construir un ambiente laboral así para maximizar los rendimientos y así tener mejor efectividad en la empresa

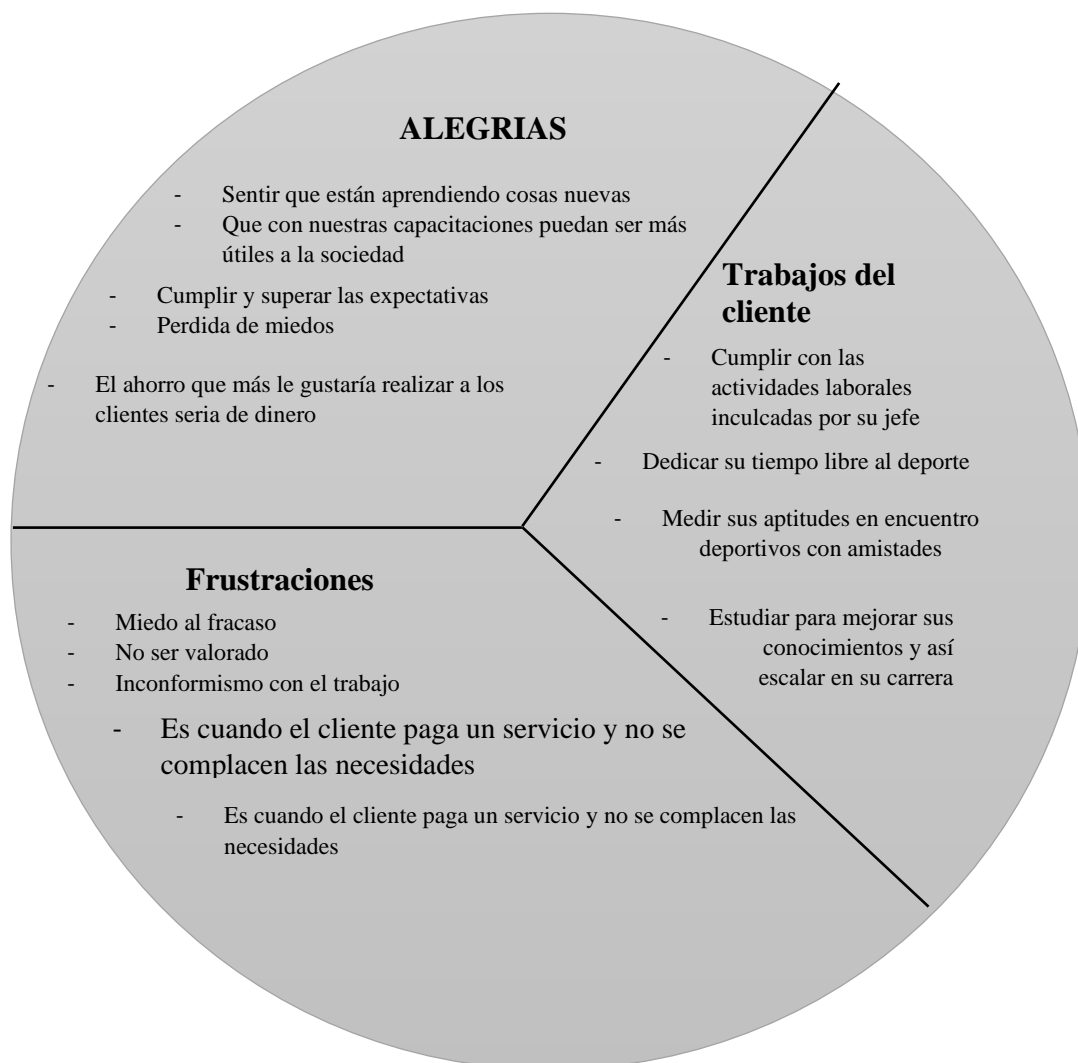
	<p>Las frustraciones o miedos de nuestro principal cliente son: Perdida de inversión sin obtener resultado y estándares a los cuales determina en crear un ambiente laboral y personal con conciencia ambiental</p> <p>Fobias personales</p>	<p>Desea un equipo de trabajo colaborador, participativo y la apropiación a la empresa</p>
<p>UBICACIÓN En la capital y a los alrededores</p> <p>DEMOGRAFIA Nuestra segmentación demográfica se orienta en empresas cuyo ambiente de trabajo se colaborativo y que cuente con intención de ayudar al medio ambiente</p>	<p>Liberar estrés laboral de una rutina diaria y concientizar a las empresas y/o personas sobre el medio ambiente</p>	<p>Sobre el mejoramiento del ambiente laboral esto se logra realizando pequeñas actividades empresariales entre áreas como: fiestas y eventos especiales Encontrando espacios para que sean fuentes de participación y desarrollo personal e interpersonal</p>

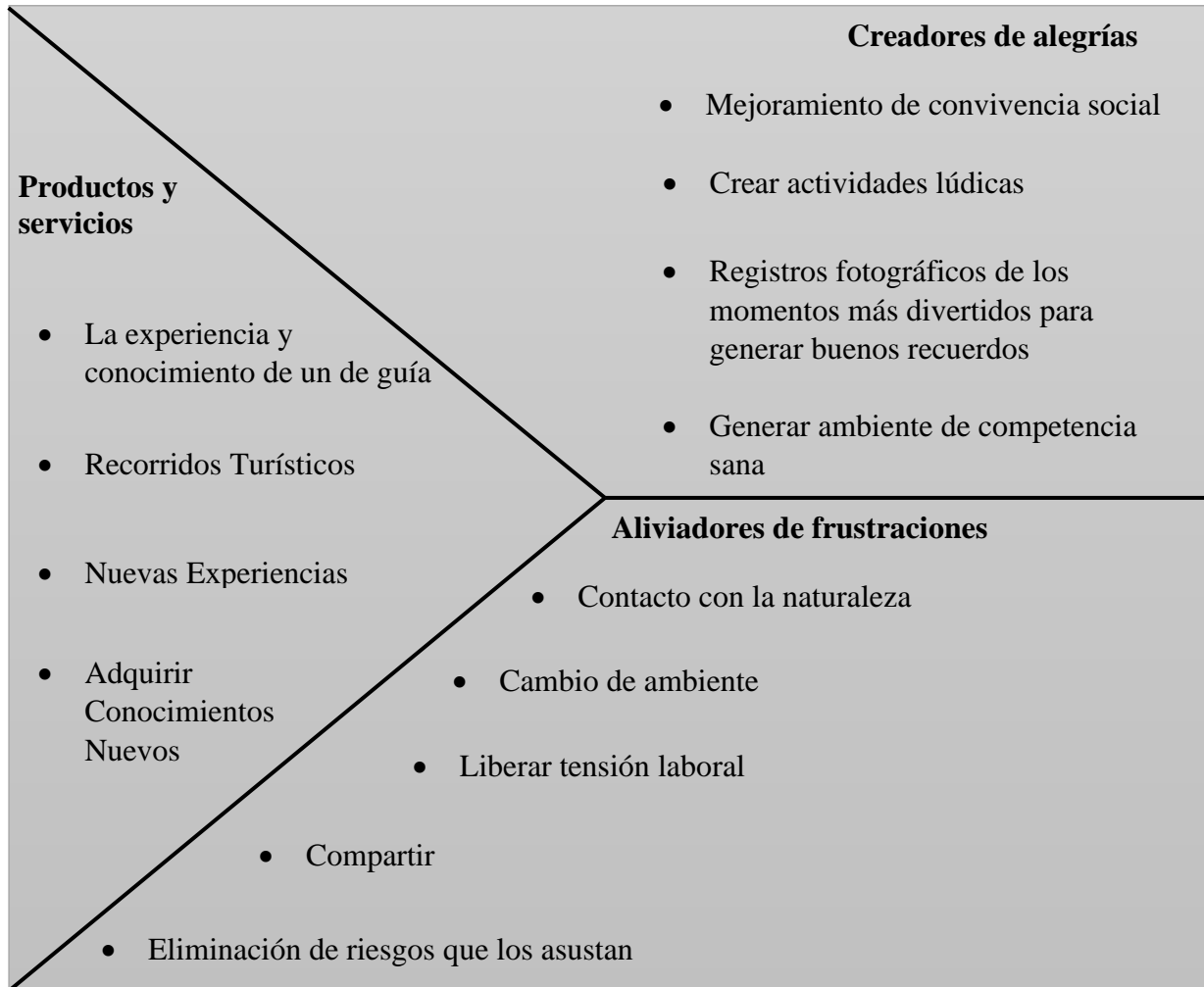
Frases que mejor describan sus experiencias	<ol style="list-style-type: none"> 1. La creatividad es la inteligencia divirtiéndose (Albert Einstein) 2. El éxito es la suma de pequeños esfuerzos repetidos día tras día (Anónimo) 3. La excelencia no es un acto, es un habito (Aristóteles)
¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?	El clima, la disposición de indumentaria, Personas con discapacidades y fobias o miedos personales

Describe lo siguiente:

- A. En donde se encuentran personas similares a su cliente ideal? Si su negocio es B2B, donde se encuentran las compañías que son su cliente?
R: Principalmente en la ciudad de Bogotá y alrededores porque es una ciudad potencial a los prospectos clientes
 - B. Que valores destacan a su cliente ideal? Escriba mínimo 5
R: Respetuoso, compañerista, honesto, respetuoso y disciplina
 - C. Que encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? Con entorno, nos referimos a cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal.
R: Se relacionan con los compañeros de trabajo, amigos y la familia en cotidianidad
 - D. Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?
R: Salir de la cotiniadidad, tener contacto con la naturaleza, trabajar en equipo en un ambiente diferente y despegar las cargas (Laborales y familiares)
- Priorizar las empresas que tengan un alto nivel de estrés laboral que necesiten una salida en donde se pueda cambiar la mentalidad de trabajo y la monotonía, también concientizarlos de la importancia en el medio ambiente y que disfruten del plan

Propuesta de Valor





Declaración de la propuesta de valor

- Ofrecemos planes turísticos enfocados en la protección y cuidado del medio ambiente en entornos ecoturísticos, con ambiente de trabajo en equipo

Diseña tu producto

Definición Estratégica

- “Que la Ley 1967 de 2019 transformó el Departamento Administrativo del Deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre -Coldeportes- en el Ministerio del Deporte, señalando que, de conformidad con el cambio de naturaleza, el Gobierno Nacional, en ejercicio de sus facultades constitucionales procederá a adoptar la estructura interna del Ministerio y adecuar, de ser necesario, la planta de personal a la nueva naturaleza de la entidad.” (Gestor Normativo, 2019)
- “Artículo 1°. Objeto. El objeto de la presente ley es fomentar la práctica de los Deportes de Aventura y Nuevas Tendencias Deportivas en el país, promoviendo su reconocimiento como categoría deportiva y su vinculación al Sistema Nacional del Deporte.” (PROYECTO DE LEY N° 30 DE 2013 SENADO)
- “Que mediante Decreto 053 de 2002, el Gobierno Nacional reglamentó la prestación de los servicios turísticos de las agencias de viajes, con el objetivo de proteger los derechos de los usuarios.
Que se hace necesario actualizar las reglas que rigen las relaciones entre las agencias de viajes y los usuarios, así como regular algunos aspectos no previstos en el Decreto 053 de 2002, para efectos de las facultades de control que sobre tales prestadores de servicios turísticos asignó la Ley al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.” (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2010)
- “ARTICULO 1° Importancia de la industria turística. Modificado por el 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. El Estado le dará especial protección debido a su importancia para el desarrollo nacional.” (Congreso de la república, 1996)

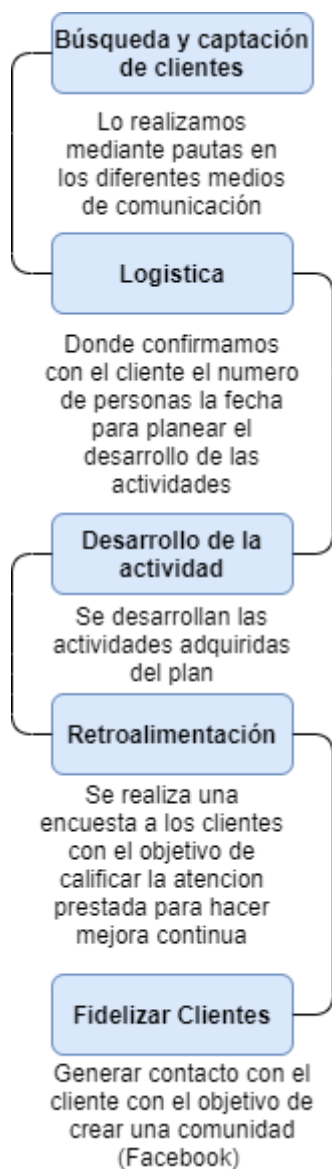
Diseño De Concepto

Tabla 6. En la siguiente grafica conoceremos a detalle los materiales e insumos necesarios para poner en marcha nuestra idea de negocio. Los siguientes ítems están enfocados en una agencia de viajes mayorista, la cual provee de turistas a las agencias turísticas operadoras con equipos como: botes, chalecos, remos, cascos., etc.

Insumos de oficina	esferos, resma de papel, lápiz, reglas tijeras etc....
computadores	2 computadores con acceso a internet para dar a conocer nuestra idea de negocio en los principales canales de internet
Oficina	Oficina con una buena ubicación en donde las personas se pueda acercar de manera presencial, despejar sus dudas y realizar los pagos correspondientes
Publicidad	Al ser una empresa nueva debemos incursionar con una estrategia de publicidad fuerte con Pancartas, avisos, letreros, stickers, página web, redes sociales) con el objetivo de darnos a conocer en un lapso corto
Colaboradores	Para ofrecer un buen servicio necesitamos de personal con experiencia en cada área como: marketing digital, administración de empresas, atención al cliente, capacitadores, animadores y guías.
Impresora y fotocopidora	Para imprimir folletos, brochure, fotocopiar documentos necesarios del cliente para finalizar la compra.

Diseño En Detalle

Figura 4. En el siguiente diagrama de bloques conoceremos el plan de acción de nuestra idea de negocio, la secuencia y descripción de cada uno, teniendo en cuenta que para la realización de cada uno es necesario cumplir el anterior item comenzando con la búsqueda y captación de clientes y terminando en el proceso que realizaremos para que el turista se vuelva en un cliente frecuente.



Precio de venta

Cliente principal

Empresas con un mínimo de 10 personas

- El plan cuenta con recorrido desde Bogotá - utica – Bogotá
Se recoge al grupo en el lugar de preferencia en la ciudad de Bogotá a las 5 am
- Desayuno y almuerzo
- Actividad de rafting (incluye viaje en tren artificial, equipos de seguridad y guías Certificados)
- Charlas e inducciones dinámicas sobre el cuidado y preservación del medio ambiente
- Actividades de integración y socialización grupal

COSTO DE PRODUCCION CLIENTE EMPRESAS		
COSTOS UNITARIOS DE MATERIALES		
(+)	SEGURO DE VIDA	\$ 6,000
COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA		
(+)	RAFTING	\$ 35,000
(+)	PASADIA	\$ 8,000
(+)	2 CAPACITADORES AMBIENTALES	\$ 15,000
(+)	ALIMENTACION	\$ 20,000
(+)	1 SOCIALIZADOR O ANIMADOR	\$ 10,000
(+)	TRASNPORTE	\$ 30,000
COSTO TOTAL UNITARIO		\$ 124,000
GANANCIA DEL 50%		\$ 186,000

Clientes individuales

- El plan cuenta con descenso de 5 km por el río negro (incluye viaje en tren artificial, equipos de seguridad y guías certificados)
- Alimentación (desayuno y almuerzo)
- Pasadía en el hotel en convenio

COSTO DE PRODUCCION CLIENTES INDIVIDUALES		
COSTOS UNITARIOS DE MATERIALES		
(+)	SEGURO DE VIDA	\$6000
COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA		
(+)	RAFTING	\$ 35,000
(+)	ALIMENTACION	\$ 20,000
COSTO TOTAL UNITARIO		\$ 55,000
GANANCIA DEL 50%		\$ 82,500

Validación y verificación

- 1. Cobertura:** Nos centramos en Bogotá por el mayor número de clientes potenciales (Empresas).
- 2. Eficacia:** Nos enfocamos en cumplir de manera eficaz los requerimientos y necesidades de nuestros clientes.
- 3. Valoración de ventas:** Nos enfocamos en una excelente prestación de servicios con los objetivos de generar o aumentar nuestras entradas o ventas mediante de la comunicación de voz a voz.
- 4. Satisfacción del cliente:** Medimos la satisfacción del cliente mediante encuestas en el cual califiquen la prestación del servicio con el objetivo de crear un sistema de mejora continua.
- 5. Competitividad:** Mediante los deportes extremos damos el plus con la capacitación para cuidar el medio ambiente.

Producción

Tabla 7 En la siguiente ficha técnica conoceremos de manera resumida y detallada que es Gente viajera, que es lo que ofrecemos, cuáles son los canales de distribución que vamos a utilizar para darnos a conocer y ofrecer nuestros planes turísticos, la garantía que ofrecemos a nuestros clientes al comprar los planes y las recomendaciones que se deben tener en cuenta al momento de realizar las actividades.

Ficha Técnica	
Nombre del servicio	Gente Viajera
Líneas de servicio o portafolio	Servicio de deportes extremos, turismo y capacitaciones del medio ambiente
Compos, paquetes especiales	Por la compra de planes se les ofrece una fidelización a una comunidad donde se ofrecen planes extras

Canal de información	Tendremos una página web donde podrán ver nuestros planes y ofertas, también funcionamos con el canal de voz a voz
Publicidad o Brochure	Realizaremos un brochure donde pondremos todas las actividades que tenemos con fotos de donde realizamos todas las actividades
Garantía	Nuestra garantía en caso fortuitos o de fuerzas mayores (Derrumbes, crecimiento del río) se hace un cambio de fecha, en caso de que no sea del servicio ofrecido el cliente tendrá un porcentaje mayor al 50% de reembolso
Recomendaciones por tipo de cliente	Se hacen recomendaciones de planes según el tipo de cliente o qué tipo de empleados tengan se les hace la oferta que más les convenga

BROCHURE

GENTE VIAJERA

“
APROVECHA AL MÁXIMO TU PRÓXIMA ESCAPAPE CON NUESTROS MARAVILLOSAS PALNES.

SIGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES
 FACEBOOK: GENTE VIAJERA
 INSTAGRAM: GENTE VIAJERA
 WhatsApp: 30125988933

UNA FÁBRICA DE SUEÑOS

NUESTRAS ACTIVIDADES
RAFTING: descenso de 5 km sobre el río negro mediante una balsa inflable
CAPACITACIONES: charlas dinámicas e interactivas sobre la preservación y cuidado del medio ambiente
INTEGRACIONES: es una perfecta combinación de aventura, emociones y experiencias vivenciales al aire libre que genera nuevos aprendizajes, refuerza el trabajo en equipo y mejora sus resultados.

NUESTRO OBJETIVO ES SEMBRAR CONCIENCIA AMBIENTAL EN NUESTROS CLIENTES PARA CREAR UN MEJOR FUTURO.

NUESTRA MISIÓN
 OFRECER UN SERVICIO PERSONALIZADO DE CALIDAD Y CONFIABILIDAD, A TRAVÉS DE LA BUENA ATENCIÓN DE NUESTRO PERSONAL DEBIDAMENTE CAPACITADO, DISEÑANDO VIAJES ÚNICOS, ENFOCADOS AL CUIDADO Y PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE, EN ESPACIOS NATURALES A PRECIOS ACCESIBLES, LOGRANDO SU

DEPORTES DE AVENTURA

Ciclo de vida del servicio

Los deportes en Colombia están en la etapa de crecimiento ya que hay varios lugares exóticos en Colombia, algunos estuvieron bajo las incidencias de los grupos armados los cuales impedían el turismo o actividades de deportes extremos hoy en día se ha ido desarrollando en más lugares como son Tobia, San Gil, Utica etc.

Identificamos que el servicio se encuentra en la fase de crecimiento porque a medida que se vaya descubriendo y agregando nuevos lugares, espacios y actividades, se podrá ir incrementando las ventas y beneficios del servicio, por consiguiente, irá mejorando su posicionamiento en el mercado del turismo. En esta fase se irá implementando constantemente mejoras para beneficiar y aportar al servicio como también al cliente diferenciándose de la competencia que haya en el mercado, mostrando al público que se ofrece lo mejor, creando una buena imagen y reputación.

PROTOTIPO

Características del producto o servicio

- Desplazamiento de Bogotá a Utica
- Inducción técnica sobre la actividad (Realización de la actividad, usos adecuado de equipos)
- Rafting
- Escalada
- Capacitaciones o inducciones

Características del prototipo

La idea con el video es visitar a nuestros principales clientes (Empresas) en donde nos permitan un espacio para enseñar un video en el que plasmaremos itinerario del plan donde tendrá las siguientes características, comenzaremos con el recorrido realizado desde Bogotá a Utica, una caminata por el municipio de Utica y también encontraremos la descripción, charla técnica y realización de cada actividad

Como va a interactuar el cliente con el prototipo

Reuniremos al personal y les enseñamos un video con todas las experiencias para incentivarlo y hacer que adquirirán el plan

Evidencia del prototipo

A continuación vamos a presentar un ejemplo de prototipo <https://youtu.be/oKbULwXlr40>, el siguiente video lo tomamos de Utica Extrema

Modelo Running Lean de la empresa Gente Viajera

Figura 5 en el siguiente gráfico, utilizando el modelo running lean, describimos nuestra idea de negocio, iniciando por el problema, la propuesta de solución, también describiremos los perfiles de clientes a los cuales enfocaremos nuestra estrategia de publicidad los canales de distribución de la información utilizados para dar a conocer la agencia de viajes.

Problema Falta de información sobre técnicas del cuidado del medio ambiente como el ahorro de agua, energía, las 3R's y el poco trabajo en equipo	Solución Capacitaciones sobre el medio ambiente. Planes de integración grupal Cambio de ambiente laboral Métricas Clave Impedimento físico y de salud. Prestaremos el servicio a un grupo de máximo 30 personas por día	Propuesta de Valor única Nos caracterizamos por realizar capacitaciones sobre la preservación del medio ambiente, les daremos solución a nuestros clientes con las actividades programadas con personal capacitado ofreciendo los planes de deporte extremo como lo son el rafting	Ventaja injusta Trabajamos sembrar interés a nuestros clientes y así generar conciencia Canales Utilizaremos los canales de las redes sociales (Facebook y Instagram) y por medio del canal de voz a voz	Segmento de clientes Son aquellas empresas con iniciativa o intención de capacitar su personal del cuidado y preservación del medio ambiente y un mejorar el ambiente laboral
Estructura de costos Nuestra empresa tendrá costos fijos por arriendos, sueldos (andres) Los costos serán variables puesto que con el convenio del hotel, restaurante y actividades extremas el pago es por persona asistida, el transporte el cobro es por cupo desde la vans		Fuentes de ingresos Nuestros ingresos serán mediante los planes ofrecidos ofreciendo precios dinámicos dependiendo la cantidad de personas a utilizar el servicio		

Validación de la idea de negocio

1. ¿Qué es lo primero que tenemos que validar para poder poner en marcha nuestra idea? de negocio?
 - Lo primero que debemos validar es que la idea de negocio sea aceptada por la comunidad. Realizaremos una encuesta donde conoceremos el nivel de aceptación de los clientes y así mismo saber si la idea de negocio es rentable
 - Cámara de comercio, RUT y Registro nacional de turismo.
 - Solicitar ingreso a la asociación de deportes extremos de Utica (ASOETUR)
2. ¿Quizás pueda ser el problema o la necesidad de nuestros potenciales clientes?
 - Debemos satisfacer la necesidad social de nuestros clientes liberando la presión laboral y social
 - Algunos problemas de nuestros clientes es que no tienen un buen trabajo en equipo al no generar una buena producción

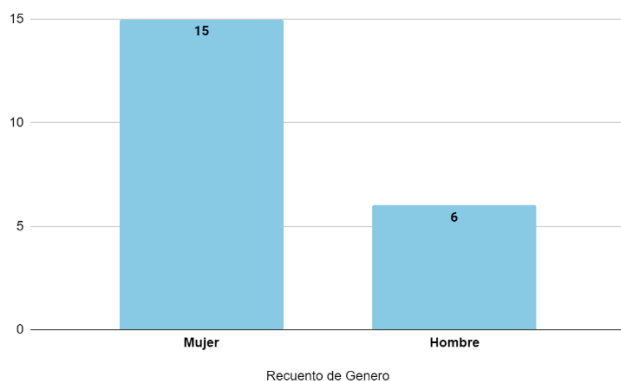
Aplicación de la encuesta

1. **Objetivo de la investigación:** Se hizo para conocer el nivel de aceptación de nuestra idea de negocio, conocer que es lo que esperarían de nuestros planes y cómo podemos hacerlo realidad sin embargo también podemos segmentar mejor el perfil de nuestro cliente ideal, una vez recolectado los resultados plantearemos un plan de mejora
2. **Investigación Cuantitativa:** Realizaremos una encuesta a una muestra poblacional que estén dentro de la edad de 18 a 45 años, que su lugar de residencia sea Bogotá o alrededores
3. **Encuesta:** <https://forms.gle/6itE1NMihYdgV8vX7>
4. **Tamaño de la muestra:** Nuestro tamaño de la muestra será de 20 personas con este número ya tendremos resultados para sacar un buen análisis de nuestra idea de negocio y así poderlo fortalecer

Tabulación y análisis de la información

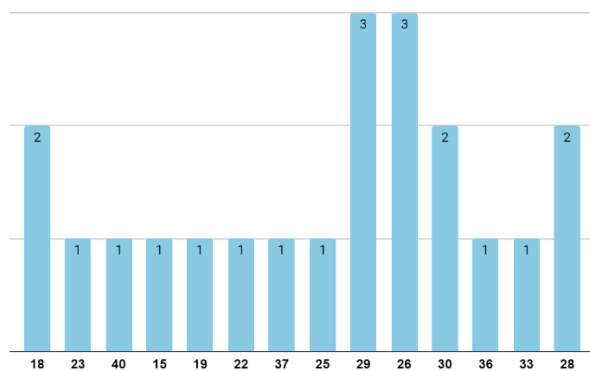
Continuación tendremos la siguiente encuesta que realizamos a una población al azar con el fin de identificar varios criterios como lo son el tipo de conocimiento que pueden tener nuestros clientes con la idea de negocio. Cada pregunta tiene su respectivo análisis de como podremos fortalecer dicha idea

1. ¿Genero?



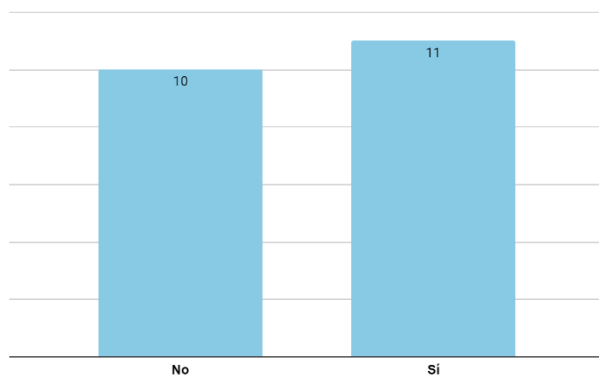
Según los resultados podemos ver que las mayorías de personas que respondió la encuesta fueron mujeres

2. ¿Edad?



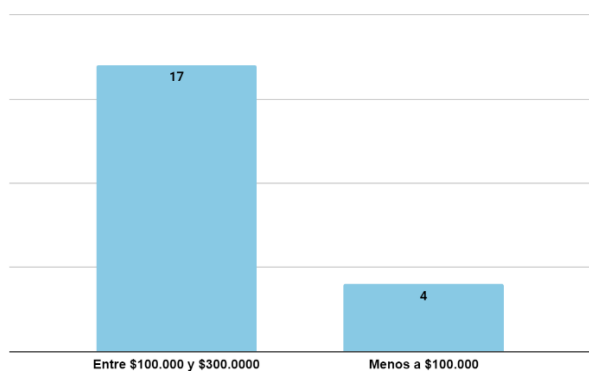
Evidenciamos que la mayor gente es menor de los 30 años en el cual nos permite un buen manejo a las actividades ya que se prestan por ser personas jóvenes y dispuestas a realizar cualquier tipo de actividad

3. ¿Ha realizado deportes extremos?



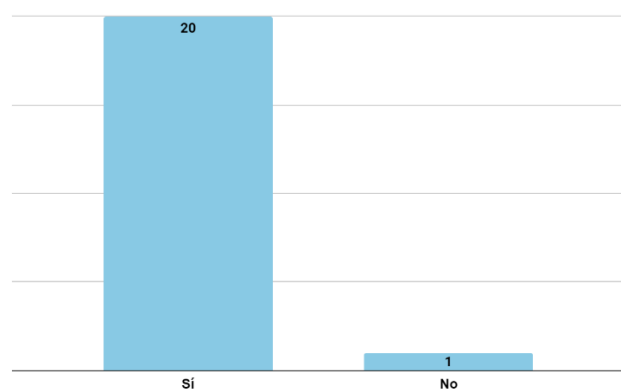
La mitad de las personas no han realizado deportes extremos, a esta gente que no ha tenido esa experiencia podemos aprovecharlas ya que no han probado del mismo servicio con otras empresas

4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plan de deportes extremos?



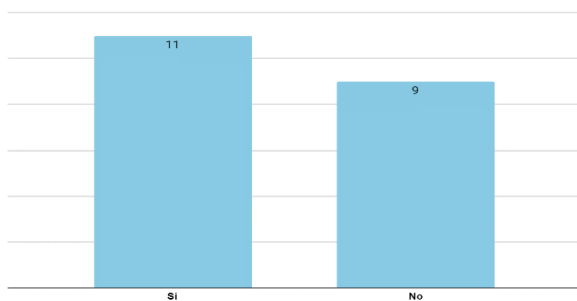
Este resultado nos muestra que los clientes están dispuestos a pagar mas que un plan básico con tal de que tengan una buena experiencia y se diviertan

5. ¿Crees que es saludable practicar un deporte extremo?



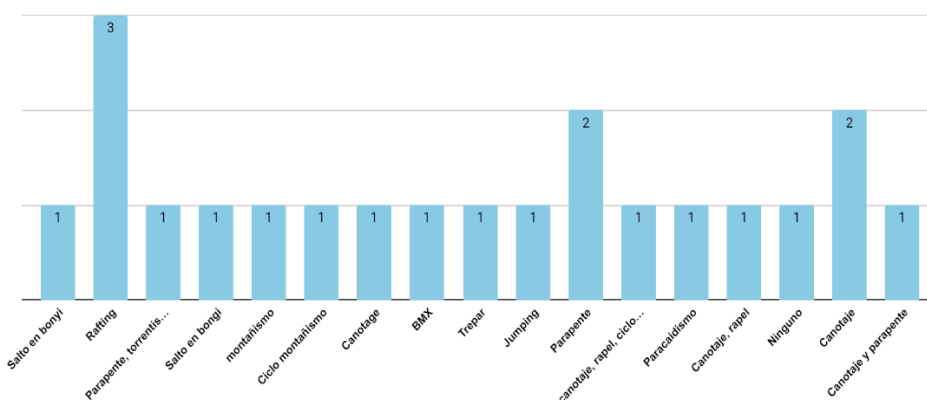
Se refleja en la siguiente que están dispuestos a elaborar las actividades ya que al ser deportes extremos liberan mucha tensión acumulada que tengan por el estrés de la cotidianidad

6. ¿Habías escuchado de los deportes extremos en Utica?



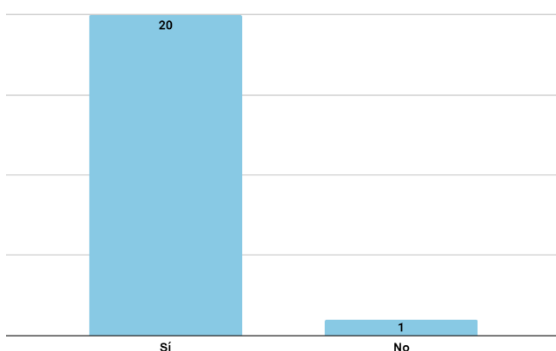
La gente sabe y/o ha tenido buenas experiencias con los ambientes que nos presta este municipio para realizar estas actividades

7. ¿Cuál o que deporte extremo te gustaría practicar?



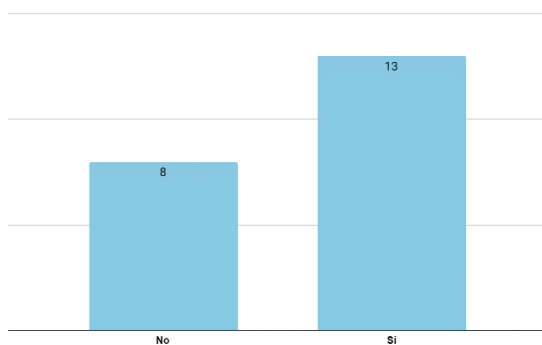
Con estas respuestas nos ayudaron a visualizar cuales son las actividades que mas les gustan hacer para así nosotros implementarlas en los planes e innovar con las actividades que no tenemos implementadas ver la mejor manera para estructurarlas

8. ¿Estaría dispuesto a tomar capacitaciones ambientales con deportes extremos?



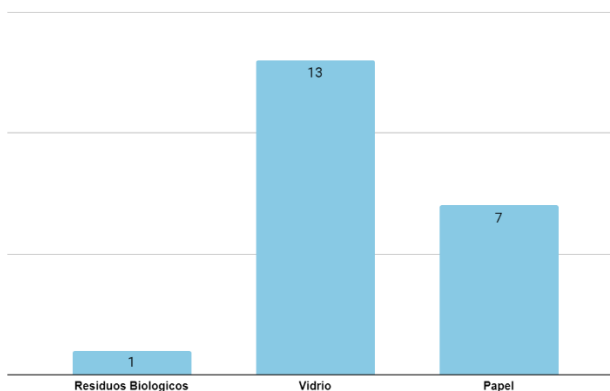
Según estos resultados podemos ver que la gente está dispuesta a tomar las capacitaciones del cuidado del medio ambiente, de la misma forma evidenciamos que nuestra idea de innovación funcionaria para implementarla en nuestros planes

9. ¿Usted recicla?



Evidenciamos que un poco mas de la mitad de la gente recicla y tiene conocimiento del cuidado del medio ambiente y su importancia

10. ¿Qué materiales se depositan en esta caneca?



Este resultado nos muestra que la gente tiene un buen conocimiento sobre el reciclaje y les puede interesar que se hable de estos temas dentro de la capacitación para profundizar

Bibliografía

Cáceres, N. D. (22 de Septiembre de 2015). *La creación del valor compartido*. Obtenido de La creación del valor compartido:

<https://editorial.ucatolica.edu.co/index.php/RevClat/article/view/1629/1505>

CEUPE. (2020). *Centro Europeo de Postgrado y Empresa*. Obtenido de

<https://www.ceupe.com/blog/las-agencias-de-viajes.html>

Ecolombia Experience. (s.f.). *Ecolombia Experience*. Obtenido de Ecolombia Experience:

<http://sangildeportesextremos.com/>

El Congreso de la Republica. (26 de 07 de 1996). *El Congreso de la Republica*. Obtenido de El

Congreso de la Republica:

https://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/Ley_300_1996.pdf

Funcion Publica. (12 de 09 de 2019). *Funcion Publica*. Obtenido de Funcion Publica:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=100164>

Isootools. (2020). *Isootools*. Obtenido de Isootools: <https://www.isootools.org/2015/07/27/5->

[ejemplos-de-indicadores-de-calidad-que-no-pueden-faltar-en-tu-plan/](https://www.isootools.org/2015/07/27/5-ejemplos-de-indicadores-de-calidad-que-no-pueden-faltar-en-tu-plan/)

SurveyMonkey. (2020). *SurveyMonkey*. Obtenido de SurveyMonkey:

<https://es.surveymonkey.com/mp/setting-survey-goal/>

Utica Extrema. (2018). *Utica Extrema*. Obtenido de Utica Extrema: <https://uticaxtrema.com/plan->

[empresa/](https://uticaxtrema.com/plan-empresa/)

Virgüez, M. (2013). *CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA*. Obtenido de

CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA:

<http://leyes.senado.gov.co/proyectos/images/documentos/Textos%20Radicados/proyectos%20de%20ley/2013%20-%202014/PL%2030-13%20S%20Deporte%20Extremo.doc>