# Viaje & Vive LTDA

Shelsy Michell Arrieta

Diva Alejandra Cifuentes

Yuliana Sofía Fonseca Ospina

Instructora Margarita Núñez

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos

Tecnólogo en Gestión de Destinos Turísticos

Bogotá D.C

2020

## 1. Tabla de Contenido

Introducción……5

Justificación……5

1. Marco Teórico……...…….6

2. Planeación Estratégica……8

2.1. Misión…...……...8

2.2. Visión……...……8

2.3. Objetivos……...9

2.3.1. Objetivo General……...…...9

2.3.2. Objetivos Generales……..9

2.4. Organigrama……9

2.4.1. Funciones de cada cargo……10

3. Impactos……...……17

3.1. Impacto Social……...……17

3.2. Impacto Económico……17

3.3. Impacto Ambiental…….……18

3.4. Impacto Gubernamental…….18

3.5. Impacto de Mercadeo……18

4. Clasificación de la empresa……...……19

4..1 Propuesta del negocio……..……...……19

5. Diagnóstico FODA……16

5.1. Debilidades…….……16

5.2. Oportunidades……16

5.3. Fortalezas……16

5.4. Amenazas…….……...16

5.5. Estrategias……...17

6. Diagrama de flujo del proyecto……18

6.1. Indicaciones del diagrama de flujo inicio y fin de actividad……19

7. Análisis de mercado……...…..20

7.1. Clasificación del establecimiento en el mercado……..…21

7.2. Mercado objetivo……...22

7.3. Marketing……...……23

7.3.1. Producto……..23

7.3.2. Plaza……...……23

7.3.3. Precio…….24

7.3.4. Promoción……24

7.4. Segmentación de mercados……...……25

7.4.1. Segmentación geográfica……25

7.4.2. Segmentación demográfica……26

7.5. Investigación de mercados……...27

7.5.1. Método de investigación……27

7.5.2. Encuesta……..28

7.5.2.1 Diseño de encuestas……...29

7.5.2.2. Aplicación de encuestas……30

7.5.2.3. Análisis de datos……..….31

7.5.2.4. Análisis de resultados……..…..……...33

7.6. Marca…….…….35

7.7. Plan de ventas……..……..…….36

7.8. Competencia…….……..37

7.8.1. Matriz de competitividad…….39

8.Estructura financiera.....……..40

8.1. Estimación de costos……...……41

8.1.1. Costos fijos……...41

8.1.2. Costos variables……42

8.2. Estado de resultado……43

8.3. Punto de equilibrio……...…….44

9. Conclusiones……46

Bibliografía……..……47

Cibergrafía……49

## Introducción

El presente proyecto tiene por finalidad dar a conocer la propuesta de negocio denominada. "Viaje & Vive Ltda"; la cual consiste en ofrecer turismo de naturaleza, haciendo uso de la parte ecológica en la región. Se plantea la realización de una ruta turística, integrando el avistamiento de flora y fauna; con esta nueva alternativa turística se busca posicionar el municipio como un destino de interés nacional por el desarrollo de actividades ligadas a la naturaleza con prácticas medioambientales, denominado turismo ecológico. La idea va enfocada hacia la naturaleza, con el fin de efectuar actividades complementarias las cuales serán para el disfrute del aire, la vegetación y el compartir en un espacio abierto.

## Justificación

Teniendo en cuenta el EOT (Esquema de Ordenamiento Turístico) y el Plan de Desarrollo Municipal vigente , donde se demuestra que la vocación del municipio es de carácter agrícola, religioso y turístico, fundamentando la sostenibilidad ambiental al conservar elementos naturales de gran valor, así como implementar actividades turísticas. Para que de esta manera se logre un beneficio importante para la comunidad local.

De acuerdo con el EOT (Capítulo I - Marco estratégico).

(ARTÍCULO 3 - VOCACIÓN FUNCIONAL DEL MUNICIPIO Y VISIÓN REGIONAL)

Queremos realizar un proyecto funcional que consiste en implementar las actividades eco turísticas (Senderismo y avistamiento), el cual va enfocado a un desarrollo sostenible que permita aprovechar, conservar y difundir los diferentes elementos del patrimonio cultural e histórico del Municipio.

(ARTÍCULO 4 - POLÍTICAS GENERALES DEL ESQUEMA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL)

La política que orienta al municipio es la búsqueda de un equilibrio entre la defensa del patrimonio, el impulso económico y social de el mismo. El proyecto está bajo los parámetros establecidos por el EOT y el Plan de Desarrollo de Bojacá.

Al momento de visitar el municipio se logró observar una gran riqueza natural, tranquilidad y hospitalidad por parte de los residentes, entre otros aspectos. Al evaluar este potencial, concluimos que Bojacá no ha aprovechado adecuadamente su entorno natural enfocándolo hacia el turismo, por esta razón se decidió plantear una actividad con el fin de dar a conocer una perspectiva diferente del municipio.

## 1. Marco Teórico

Actualmente Colombia es uno de los países más reconocidos a nivel Nacional e Internacional en cuanto al sector turismo, debido a su gran biodiversidad donde resalta su fauna gracias al gran número de especies nativas del país, localizándose a nivel mundial como el país #1 en avistamiento de aves; igualmente, su flora se caracteriza por las grandes cantidades de diferentes especies naturales que el país posee, además de los diferentes grupos étnicos que lo conforman, resaltando su cultura, costumbres, gastronomía y creencias.

El turismo en Colombia empieza históricamente desde el 17 de junio de 1954 con la creación de ACOTEL (Asociación Colombiana de Hoteles) en Barranquilla y de las diferentes entidades que regirían el turismo anteriormente, tales como: ALAICO

(Asociación de Líneas Aéreas Internacionales en Colombia), ACOGRAN (Asociación Colombiana de Grandes Restaurantes), Instituto de Cultura y Turismo de Bogotá entre otros, entidades que posteriormente serian reemplazadas y renovadas por otras que actualmente se encargan del manejo y control del sector turístico del país. Bajo la ley 300 de 1996, en lo cual se establece el turismo como una industria esencial para el desarrollo del país, posibilitando la creación del fondo de promoción turística y más adelante el viceministerio de turismo. En el año 2005 Proexport crea su vicepresidencia de turismo con el fin de promover al país como un producto con calidad de exportación, hoy en día este ente promociona a Colombia como un destino turístico en más de 20 países; posterior a la creación de esta vicepresidencia, el departamento de estado de E.U en el año 2006 por primera vez decidió no recomendar a los ciudadanos abstenerse de viajar a Colombia, igualmente, en este mismo año se crea el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) siendo desde entonces la entidad gubernamental encargada de regir los diferentes aspectos del sector turístico; más adelante la ley 300 de 1996 se ve modificada en determinados artículos por primera vez por la ley 1101 de 2006 y más adelante por la ley 1558 de 2012. Posteriormente, se celebraría la asamblea XVII de la OMT (Organización Mundial de Turismo) en Cartagena de indias en el año 2007; en 2008 tuvo gran importancia los cruceros abordados por primera vez en Colombia, y la demolición del aeropuerto el Dorado que posteriormente se convertiría en el aeropuerto internacional principal del país, factor que ayudaría al actual posicionamiento del país como potencia turística y uno de los destinos turísticos con mayor demanda y oferta en todo el mundo.

Destacándose dentro de Colombia el departamento de Cundinamarca, como uno de los destinos y lugares con mayor influencia turística, ofreciendo gran cantidad de atractivos

turísticos y desarrollo histórico gracias a los diferentes grupos étnicos que habitaron el lugar como lo fueron las culturas muiscas, los panches, calimos y muzos. Antes de la conquista, fueron poblados varios municipios conocidos actualmente por su gran área comercial y sitios de interés destacándose Tena, Chocontá, Tocaima, Santafé, Vergara y Pulí. Tiempo después empezaría la ocupación de dichas tierras para el cultivo de café, y la creación de vías generando migraciones importantes al departamento lo cual a través del tiempo ha beneficiado el desarrollo del mismo. Hoy en día el departamento cuenta con variedad de lugares naturales aptos para el descanso y el ecoturismo resaltando el municipio de Bojacá por la variedad de atractivos que contiene.

Bojacá es un pueblo precolombino, ubicado dentro de la Provincia de Sabana Occidente, con una distancia de 40 kilómetros de Bogotá. El Municipio de Bojacá se caracteriza por tener una histórica tradición religiosa, la cual ha atraído a un gran número de visitantes cada año y siendo más fuerte, en las fechas especiales para la religión católica, además de ser llamativo también por sus artesanías, arquitectura, hospitalidad y su amplia parte natural, como se puede observar en el Parque Arqueológico Piedras de Chivonegro. Esta parte ha sido aprovechada por los visitantes para realizar diferentes actividades, específicamente los fines de semana, tales como, el ciclo montañismo y senderismo, impulsando nuevas formas de realizar turismo y generando nuevas ideas para mejorar el futuro de Bojacá.

# 2. Planeación Estratégica

## 2.1.Misión

Fomentar el desarrollo competitivo y sostenible de la industria del turismo, a través de una ruta turística aprovechando responsablemente el espacio natural y la riqueza cultural,

contando con la inclusión diferenciada de la comunidad e innovación en los productos y servicios que se ofertan en el municipio de Bojacá.

## 2.2.Visión

Para el año 2025, Viaja & Vive Ltda. será una empresa legalmente constituida y reconocida, como una nueva alternativa de elección de atractivos turísticos a conocer, prestando un servicio de calidad, en recorridos turísticos en el Municipio de Bojacá, optimizando nuestros servicios ofertados y asegurando una actividad turística estable, promoviendo un ambiente de buenas relaciones y obteniendo la mayor satisfacción de nuestros clientes.

## 2.3.Objetivos

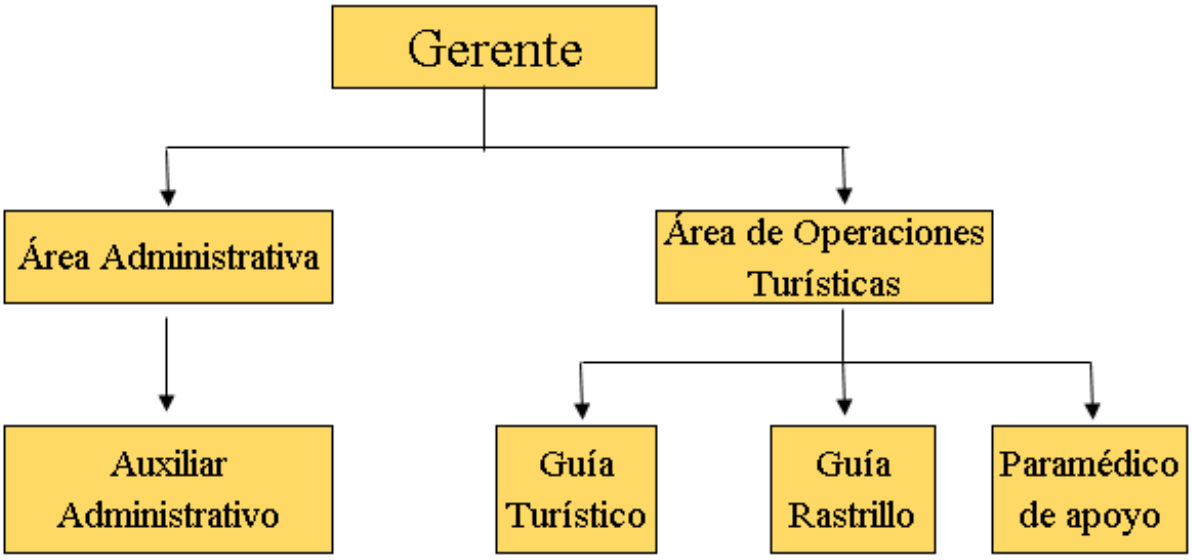
### 2.3.1. Objetivo General

Diseñar una ruta turística en el municipio de Bojacá, integrando el avistamiento de flora y fauna como actividad principal, con el fin de ampliar la imagen turística de la región.

### 2.3.2. Objetivos Específicos

1. Mantener constante capacitación del talento humano de la empresa para lograr prestar una atención personalizada a nuestros clientes, logrando aumentar de manera efectiva las ventas de cada uno de los servicios prestados.
2. Impulsar y garantizar la promoción turística de la actividad, brindando una información detallada del circuito a los residentes y visitantes.
3. Establecer una tendencia de consumo novedosa, rentable y respetuosa del medio ambiente.

**2.4.Organigrama**



### 2.4.1. Funciones de cada cargo

| DESCRIPCIÓN DEL CARGO | |
|---|---|
| Denominación del cargo | **Gerente** |
| Número de personas a cargo | 2 |
| FUNCIONES | |
| • Verificar y hacer seguimiento a los actos de administración y gestión que desarrolle el área administrativa dentro de la empresa.<br>• Garantizar la máxima eficiencia de los procesos de la empresa.<br>• Afianzar el buen desarrollo de las operaciones en los diferentes grupos de trabajo.<br>• Tiene la responsabilidad de impulsar los resultados de la empresa, sin alterar los costos que cada proceso implique.<br>• Administrar eficazmente los recursos de la empresa, llevar el control de la contabilidad. | |
| Perfil del cargo | Este cargo requiere una persona empática y entusiasta que conozca el manejo de herramientas ofimáticas, de contar con inglés básico. Proactividad, capacidad de organización, adaptación, trabajo en equipo, ser organizado y metódico. |
| Requisitos de educación y experiencia | Administrador de empresas o economista. Inglés básico. Experiencia mínima de 1 año |
| Otros requisitos | Debe tener disponibilidad para trabajar días festivos y fines de semana. |

<table>
<tr><td colspan="2">DESCRIPCIÓN DEL CARGO</td></tr>
<tr><td>Denominación del cargo</td><td>Área Administrativa</td></tr>
<tr><td>Número de personas a cargo</td><td>1</td></tr>
<tr><td colspan="2">FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">• Realizar los actos de administración y gestión de la empresa, incluyendo el pago a proveedores y servicios tanto públicos como privados, y todo lo que la empresa requiera para el desarrollo efectivo de las actividades.<br>• Analizar las contingencias que pueden afectar a la empresa y planificar el modo a actuar para cumplir los objetivos y metas planteadas.<br>• Organizar el capital humano de forma eficiente, esto incluye el manejo de contratación que cumpla con los requisitos mínimos de calificación, además de encargarse de la capacitación y formación de los trabajadores.<br>• Supervisar el día a día de los subordinados, orientando a los trabajadores y motivándolos para cumplir con los objetivos propuestos.<br>• Controlar que las actividades de la empresa se ajusten a las políticas y objetivos de la empresa en general. Debe revisar y verificar que todo se haga conforme lo planteado y a las directrices.</td></tr>
<tr><td>Perfil del cargo</td><td>Este cargo requiere una persona proactiva y con dinamismo con manejo de herramientas ofimáticas. Capacidad de organización personal y de equipo, adaptación, trabajo en equipo, capacidad de negociación.</td></tr>
<tr><td>Requisitos de educación y experiencia</td><td>Técnico en asistencia administrativa o Gestor empresarial. Conocimientos en Marketing. Experiencia mínima de 6 meses. Manejo de inglés a nivel intermedio, escrito y hablado (indispensable).</td></tr>
<tr><td>Otros requisitos</td><td>Debe tener disponibilidad para trabajar días festivos y fines de semana.</td></tr>
</table>

| DESCRIPCIÓN DEL CARGO | |
|---|---|
| Denominación del cargo | **Auxiliar Administrativo** |
| Número de personas a cargo | N/A |
| FUNCIONES | |
| • Gestionar los documentos y archivos de la empresa, incluyendo la administración, almacenamiento y organización.<br>• Planificar los eventos y reuniones, contactar proveedores y estar al día con el cronograma de la empresa.<br>• Monitorear y registrar los movimientos contables de la empresa.<br>• Garantizar el funcionamiento adecuado de las herramientas necesarias para el desarrollo de las funciones de la empresa. | |
| Perfil del cargo | Este cargo requiere una persona proactiva, que cuente con predisposición para el trabajo a desempeñar, adaptación, trabajo en equipo. Debe conocer el manejo de herramientas ofimáticas. |
| Requisitos de educación y experiencia | Técnico en asistencia administrativa o Gestor empresarial, conocimiento sobre finanzas. Experiencia mínima de 6 meses. |
| Otros requisitos | Debe tener disponibilidad para trabajar días festivos y fines de semana. |

| DESCRIPCIÓN DEL CARGO | |
|---|---|
| Denominación del cargo | **Área de Operaciones Turísticas** |
| Número de personas a cargo | 3 |
| FUNCIONES | |
| • Organizar y liderar todo lo operativo, responsable del éxito de los servicios que la empresa ofrece. Atención al cliente, coordinación con el área reservas, despachos, recepción, servicios adicionales y otros relacionados a lo operacional como la elaboración de presupuestos con su respectiva rendición, programación de transporte y guías.<br>• Responsable de administrar y actualizar la página web y redes sociales de la empresa.<br>• Administrar y actualizar todas las hojas de costo y liquidaciones de los trabajadores a su cargo.<br>• Garantizar el funcionamiento adecuado de las herramientas necesarias para el desarrollo de las actividades para la prestación de servicios. | |
| Perfil del cargo | Este cargo requiere una persona proactiva, con capacidad de planificación, organización, resolución de problemas, trabajo en equipo, orientación al cliente. Debe conocer el manejo de herramientas ofimáticas. |
| Requisitos de educación y experiencia | Profesional en Turismo y/o Administración de empresas/hoteleras o carreras afines. Manejo de inglés a nivel intermedio, escrito y hablado (indispensable). Experiencia mínima de 1 año en sector turismo. |
| Otros requisitos | Debe tener disponibilidad para trabajar días festivos y fines de semana. |

<table>
<tr><td colspan="2">DESCRIPCIÓN DEL CARGO</td></tr>
<tr><td>Denominación del cargo</td><td>Guía Turístico</td></tr>
<tr><td>Número de personas a cargo</td><td>1</td></tr>
<tr><td colspan="2">FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">• Guiar y conducir el recorrido turístico, liderando el grupo de turistas con eficiencia y con las normas básicas de seguridad cumpliendo con las normas estipuladas frente al COVID-19.<br>• Ofrecer la información precisa necesaria y requerida, brindando un trato amable y cortés en todo momento al cliente. El guía de turismo es responsable de reunir y tener a su disposición el material necesario para cumplir satisfactoriamente la actividad.<br>• Realizar las coordinaciones necesarias y cumplir con el itinerario establecido para cada recorrido.<br>• Asistir al cliente en todo momento, pretendiendo su satisfacción y bienestar.<br>• Verificar el estado de los implementos de seguridad y herramientas necesarias para cada actividad.</td></tr>
<tr><td>Perfil del cargo</td><td>Este cargo requiere una persona con proactividad, empatía, buen manejo del lenguaje corporal, capacidad de planificación, organización, resolución de problemas, trabajo en equipo, orientación al cliente.</td></tr>
<tr><td>Requisitos de educación y experiencia</td><td>Tecnólogo en Guianza Turística con tarjeta como guía de turismo vigente ONT. Manejo de inglés a nivel avanzado, escrito y hablado (indispensable), conocimiento sobre otros idiomas. Experiencia mínima de 6 meses como guía turístico.</td></tr>
<tr><td>Otros requisitos</td><td>Debe tener disponibilidad para trabajar días festivos y fines de semana.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="2">DESCRIPCIÓN DEL CARGO</td></tr>
<tr><td>Denominación del cargo</td><td>Guía Turístico (Rastrillo)</td></tr>
<tr><td>Número de personas a cargo</td><td>N/A</td></tr>
<tr><td colspan="2">FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">• Asistir en todo momento al guía turístico principal y tener manejo total del grupo de turistas, evitando la dispersión de algún cliente.<br>• Guiar y conducir el recorrido turístico, liderando el grupo de turistas con eficiencia y con las normas básicas de seguridad cumpliendo con las normas estipuladas frente al COVID-19.<br>• Ofrecer la información precisa necesaria y requerida, brindando un trato amable y cortés en todo momento al cliente. El guía de turismo es responsable de reunir y tener a su disposición el material necesario para cumplir satisfactoriamente la actividad.<br>• Realizar las coordinaciones necesarias y cumplir con el itinerario establecido para cada recorrido.<br>• Asistir al cliente en todo momento, pretendiendo su satisfacción y bienestar.<br>• Verificar el estado de los implementos de seguridad y herramientas necesarias para cada actividad.</td></tr>
<tr><td>Perfil del cargo</td><td>Este cargo requiere una persona con proactividad, empatía, buen manejo del lenguaje corporal, capacidad de planificación, organización, resolución de problemas, trabajo en equipo, orientación al cliente.</td></tr>
<tr><td>Requisitos de educación y experiencia</td><td>Tecnólogo en Guianza Turística con tarjeta como guía de turismo vigente ONT. Manejo de inglés a nivel avanzado, escrito y hablado (indispensable), conocimiento sobre otros idiomas. Experiencia mínima de 6 meses como guía turístico.</td></tr>
<tr><td>Otros requisitos</td><td>Debe tener disponibilidad para trabajar días festivos y fines de semana.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="2">DESCRIPCIÓN DEL CARGO</td></tr>
<tr><td>Denominación del cargo</td><td>Paramédico de apoyo</td></tr>
<tr><td>Número de personas a cargo</td><td>N/A</td></tr>
<tr><td colspan="2">FUNCIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">• Su función principal es asegurar el bienestar del cliente dentro de las actividades planteadas por la empresa.<br>• Cumplir a cabalidad con los parámetros de bioseguridad estipulados en las normas vigentes.<br>• Verificar el estado de los implementos de seguridad y herramientas necesarias para cada actividad.</td></tr>
<tr><td>Perfil del cargo</td><td>Este cargo requiere una persona con empatía, buen manejo del lenguaje corporal, organización, resolución de problemas, trabajo en equipo, orientación al cliente.</td></tr>
<tr><td>Requisitos de educación y experiencia</td><td>Auxiliar en Paramédico de Apoyo con tarjeta vigente. Experiencia mínima de 1 año como APH. Manejo de inglés a nivel intermedio.</td></tr>
<tr><td>Otros requisitos</td><td>Debe tener disponibilidad para trabajar días festivos y fines de semana.</td></tr>
</table>

# 3. Impactos

## 3.1. Impacto social

El valor educativo y de divulgación del patrimonio cultural, rural, natural de la práctica de esta actividad, el intercambio cultural, el bienestar personal y la salud. El senderismo es un valor añadido para la población local, los gastos de los senderistas proveen beneficios significativos para las economías locales en términos de renta y generación de empleo. También se pueden presentar impactos negativos como pérdida de la cultura y tradiciones, crecimiento de problemas sanitarios y de salud.

## 3.2.Impacto económico

El eco turismo tiene un impacto económico importante, dado que este estimula todo lo referente a la creación de micro, pequeños y medianos negocios tanto rurales, como urbanos. Por otro lado, el eco turismo involucra un mercado más amplio como lo son turistas extranjeros y turistas nacionales de diferentes regiones, este efecto puede resultar tan exitoso para la región que puede llegar a incrementar la oferta de la manufactura local y el reconocimiento de este a nivel nacional.

Para poder llevar a cabo este modelo con éxito, es necesario tener en cuenta la conservación de ambientes, ya que como en dicho lugar hay variedad de senderos y esos senderos están construidos por sus ancestros como rutas comerciales y de fácil acceso, para el equipo es de vital importancia la preservación de dichos ambientes, por lo cual el acompañamiento por parte de habitantes del sector es de suma importancia para el cuidado de la flora y fauna, por otra parte es importante para ellos ya que es una manera directa e indirecta de generar ingresos.

### 3.3. Impacto ambiental

Bojacá tiene varios impactos ambientales que son:

- En Bojacá tiene actividades a desarrollar como la disposición de residuos sólidos en el cual operan los rellenos sanitarios Mondoñedo donde reciben los residuos de 80 municipios de los departamentos de Cundinamarca, causando impacto en el paisajismo.
- El proyecto de transición de energía 500 mil voltios, esto afecta el paisaje, el aire y la tranquilidad por motivos de la transmisión de energía eléctrica por su alta exposición continua, afectando la fauna y flora en bosques y zonas de conservación.
- El proyecto de infraestructura vía 3re carril de Mosquera la mesa Anapoima donde fue realizada la ampliación de vías en la cual intervinieron las fuentes hídricas como las quebradas y algunas lagunas dando su mayor impacto ambiental en los bosques por la reducción de sus áreas y la tala de algunas especies de fauna silvestre.
- También los caminos reales entran en el impacto ambiental ya que están a punto de desaparecer sobre todo Chantilly y Curubital, se encuentran en un descuido por los mismos habitantes del municipio. El mal uso de la separación de las basuras.

### 3.4. Impacto gubernamental

Promocionar al municipio como un destino religioso y ecoturístico, de esta manera atraer un tipo de turista diferente, generando más oportunidades para la comunidad, distintas formas de generar ingresos e ideas para desarrollar estas actividades, tomando como base las normas establecidas para el manejo del Covid-19 en actividades turísticas (Resolución N.º 666. Ministerio de salud y protección social, 24 de Abril de 2020 y Resolución Nº 1443. Ministerio de salud y protección social, 24 de Agosto de 2020) las cuales brindan el

direccionamiento a seguir para la prestación de los servicios turísticos, junto con los protocolos y medidas que deben ser cumplidos para el buen desarrollo de las actividades.

### 3.5. Impacto de mercadeo

El municipio de Bojacá tiene el mayor impacto mercantil enfocado en el turismo religioso y agropecuario, dado que su fuerza en el comercio se da mayormente los fines de semana, y festivos y siendo poco visitado entre semana. Con esta idea se quiere implementar el eco turismo y el turismo natural en el municipio para fortalecer otra imagen turística de este municipio.

## 4. Clasificación de la empresa

Viaja & Vive Bojacá LTDA. se clasifica como una micro empresa perteneciente al sector terciario, ubicada específicamente en productos intangibles, siendo privada y ejerciendo sus acciones de manera local en el municipio de Bojacá.

Después de realizar una investigación acerca de las sociedades comerciales, se tomó la decisión de elegir la tipología de sociedad LTDA, la cual se constituye mediante una escritura pública entre mínimo dos (2) socios y máximo veinticinco, (25), en este caso conformado por tres socios.

Estos socios responden con sus respectivos aportes, pero no con su patrimonio personal, además de esto, los socios tienen la posibilidad delegar la representación legal y administración en un gerente, el cual se guiará por las funciones que se establecen en los estatutos.

### 4.1. Propuesta de negocio

Para esta propuesta se utilizó la tipología basada en eco turismo, turismo rural, turismo de aventura, y ciclo turismo, orientado principalmente en el patrimonio cultural material del municipio, en este caso, los caminos reales y aprovechando la riqueza natural de flora y fauna que ofrece Bojacá.

Viaja & Vive Ltda. nace con la idea de ofrecer a los clientes una oferta eco turística diferente en el municipio, ejecutando una ruta turística por los sitios de interés del mismo y conociendo su riqueza ambiental. Esta empresa busca resaltar la historia, cultura, naturaleza y arqueología, además de fortalecer el eco turismo en esta área; recorriendo los caminos reales, admirar la flora y fauna, conocer las costumbres de los residentes, entre otros aspectos representativos de la cultura bojacence, procurando siempre su sostenibilidad tanto ambiental como económica y el disfrute sano de nuestros clientes y visitantes.

- Desarrollo de la ruta:

El circuito se realizará con un grupo de máximo 15 personas entre los 25 a 40 años. Las cuales tendrán que hacer una inscripción previa. Tres días antes de la fecha planteada para la actividad, se le enviará al correo electrónico una información a los participantes con las recomendaciones para la realización de la actividad de senderismo. La actividad tendrá acompañamiento de un guía especializado, un rastrillo y una persona capacitada en primeros auxilios.

El punto de encuentro será el Santuario de Nuestra Señora de la Salud. Se iniciará el recorrido a la hora propuesta. Los puntos de paradas técnicas son los siguientes: Alto de la Virgen, Casa de la Palma, intersección Chilcal- Roble Hueco y Alto de Roble Hueco.

Antes de empezar con el recorrido se invitará a los participantes a desayunar en el restaurante Porta Morada ubicado en la plaza central del municipio. En este lugar podrán elegir entre tres opciones de desayuno y también se darán las especificaciones del recorrido, explicando detalladamente lo que se va a realizar, el itinerario y las normas que deben tener en cuenta para el desarrollo exitoso de la actividad.

Opción 1: Combo de peto en leche

Peto en leche, acompañado de pan con mantequilla y queso o cuajada (a elección del visitante)



Opción 2: Combo de tinto con envuelto



Opción 3: Combo de mazamorra

Tradicional mazamorra cundiboyacense acompañada con pan con mantequilla y queso o cuajada (a elección del visitante)



La ruta se desarrolla por los siguientes lugares:

1.Santuario Nuestra Señora de la Salud



En este atractivo los turistas podrán conocer la historia Bojacence y del Santuario, el cual es el atractivo más importante y reconocido de este municipio.

2. Alto de la Virgen





Aquí los turistas tendrán la oportunidad de realizar una actividad ecológica, la cual consiste en un mini concurso de fotografía, además se harán ejercicios de pausas activas.

3. Casa de la Palma



En este sitio se desarrollarán las siguientes actividades: Punto de hidratación, descanso y pausas activas, de igual forma se premiará al ganador del concurso de fotografía.

4. Alto de Roble hueco





Se realizará una retroalimentación de lo realizado en los puntos anteriores, dando un espacio para la toma de fotos, realizando 3 actividades recreativas con una duración de 5 minutos cada una, las actividades serán las siguientes: Bienvenida, rompehielos, y despedida.



El recorrido finaliza en el punto de partida (Santuario Nuestra Señora de la salud) donde se hará la despedida, agradecimiento y entrega de recordatorios.

# 4. Diagnóstico FODA

**1.**

| **DOFA** | **Debilidades** | **Fortalezas** |
|---|---|---|
| | • Contar con una única ruta para los recorridos que incluyan ciclo montañismo.<br>• Falta de sensibilización a la comunidad.<br>• Desconocimiento por parte de la comunidad y visitantes acerca de los sitios turísticos existentes en el municipio.<br>• El municipio es reconocido principalmente en el aspecto religioso e histórico, y esto genera que no se conozcan las demás actividades alternativas. | • Personal capacitado y certificado para la atención y prestación de servicios.<br>• Variedad de atractivos turísticos.<br>• Bojacá cuenta con una amplia zona rural, la cual puede ser aprovechada para actividades ecoturísticas.<br>• Alternativa turística no masificada y pocas saturadas. |
| **Oportunidades**<br>• Apoyo de los residentes y la alcaldía Municipal.<br>• Generación de empleos en la región.<br>• Reconocimiento del sector turístico. | **Estrategias DO**<br>• Diseñar rutas alternas que cumplan con los mismos servicios que la ruta principal.<br>• Divulgar información a través | **Estrategias FA**<br>• Personal capacitado y certificado para la atención y prestación de servicios<br>• Variedad de atractivos turísticos<br>• Bojacá cuenta con una amplia zona rural, la cual puede ser aprovechada para actividades eco turísticas. |

| | | |
|---|---|---|
| • Posibilidad de competir en un turismo de calidad, no masivo.<br>• El turismo natural es un mercado en apertura y expansión. | de folletos fomentando espacios de aprendizaje.<br>• Realizar una feria de exposición fotográfica abierta al público, con los atractivos turísticos, incluyendo la información necesaria de cada atractivo.<br>• Implementar estrategias de mercadeo y marketing con el fin de darnos a conocer incrementando la demanda en el municipio. | • Alternativa turística no masificada y pocas saturadas.<br>• Mejorar nuestros servicios y productos los cuales se conviertan en preferencia para los clientes, donde no se nos vea como una competencia. Diseñar estrategias de marketing con la finalidad de atraer al público buscando una fidelización.<br>• Creación página we |
| **Amenazas**<br>• Infraestructura vial.<br>• Falta de seguridad en la región (Vandalismo Hurto, Secuestro, Homicidio) etc.<br>• Competencia.<br>• Clima.<br>• Temor por parte de los turistas, al momento de participar en actividades turísticas debido a la emergencia nacional sanitaria. | **Estrategias DA**<br>• Organizar las rutas de acuerdo a los posibles problemas de clima, teniendo todas las precauciones, tanto para los días soleados, como para los días lluviosos, etc.<br>• Crear una red de seguridad con personal y cámaras, por las rutas. Con el fin de buscar la seguridad de todos aquellos posibles clientes<br>• Ofrecer los servicios con todos los | **Estrategias FO**<br>• Generar empleos directos para la región bojacense es decir: personas pertenecientes al municipio de Bojacá con el fin de generales empleos.<br>• Sensibilizar a la comunidad sobre los diferentes turismos existentes en la región.<br>• Ofrecer nuestros servicios de una manera colectiva donde no se vea saturado el municipio. |

| | | |
|---|---|---|
| | protocolos de bioseguridad | |

# 7. Análisis de mercado

## 7.1. Clasificación del establecimiento en el mercado

La clasificación en el mercado es una empresa ecoturística, la cuál sería una microempresa, ya que principalmente iniciamos siendo una empresa pequeña, ya que inicialmente se iniciará con una cantidad mínima de trabajadores, también nos veremos involucradas como trabajadoras de la empresa. Se busca llegar a ser una empresa grande en el mercado con el fin de generar trabajo a más de 500 personas pertenecientes al municipio o alrededores, también se busca crear diferentes puntos de ubicación, con el fin de generar nuevos servicios en otros municipios.

## 7.2. Mercado objetivo

Se busca brindar el servicio teniendo en cuenta:

**El Lenguaje:** el cuál se espera ofrecer principalmente en español, es decir, personas que hablen español, cómo idioma secundario inglés, con el fin de generar inclusión lingüística.

**Patrones de gasto y poder adquisitivo:** Hace referencia a personas que normalmente generen gastos en actividades como estás.

**Intereses:** Se busca que nuestro público objetivo tenga como interés primario, actividades de ocio, diversión, distracción, productos como lo son los de nuestra empresa. Es decir que si interés sea visitar atractivos naturales.

**Geografía:** Primeramente, buscamos brindar nuestros servicios a personas de Bogotá, Bojacá, Madrid, Facatativá y Soacha a nivel nacional, también se busca crear un alcance a nivel internacional.

**Edad:** 18 años a 38 años

**Género (sexo)** Mixto, comunidad LGTBI

**Perfil social:** Deportistas, ciclistas, eco turísticas, empresarios, etc.

### 7.3. Marketing

Se implementará el marketing las siguientes maneras:

- Marketing Digital: Una de las estrategias de marketing es el digital, ya que se busca interactuar y brindar una imagen segura con los posibles clientes, para esta acción se utilizarán las redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter) Pagina web, can de videos (YouTube) blog, Email, Google.
- Marketing Social: Con esta estrategia de marketing se busca obtener el patrocinio de grandes empresas, con el fin de generar una imagen positiva de la marca frente a la población.
- Marketing Productivo: Se busca encontrar los consumidores correctos, para la determinación del producto buscando la forma de venderlos causando el interés del consumidor, para esto se tendrá presente; el posicionamiento del producto, armar el diferencial competitivo del producto frente a la competencia.

Marketing de Fidelización: Con esta estrategia se busca fidelizar a los consumidores, para esto se le hace ver que nos importa como cliente, generando encuestas de satisfacción, para descubrir cuáles fueron sus intereses de mayor alcance también se busca manejar estrategias como lo son: ofertas, regalos, descuentos, o productos exclusivos.

- Email- marketing: Para llevar a cabo esta estrategia se busca tener acceso a los datos de las personas por medio de encuestas con el fin de obtener sus correos electrónicos donde se les enviara información acerca de las rutas turistas y promociones existentes.

  Adicional a eso se manejará con las 4p's del Marketing.

7.3.1. Producto

Existen 4 etapas del ciclo de vida en ellas encontramos: introducción, crecimiento. En este caso nuestro producto se encuentra en la etapa de introducción, se busca alcanzar la etapa de madurez con satisfacción.

La Ruta Turística Incluye: 5 paradas técnicas, recorrido por los caminos reales, bosque de niebla, santuario de nuestra señora de la salud, pausas activas, desayuno, refrigerio, y un recordatorio al final.

7.3.2. Plaza

Las actividades se desarrollarán en el municipio de Bojacá. Canales de distribución: canal directo y corto.

7.3.3. Precio

Se manejarán precios asequibles al cliente, con tarjetas débitos, créditos, transferencias y efectivo.

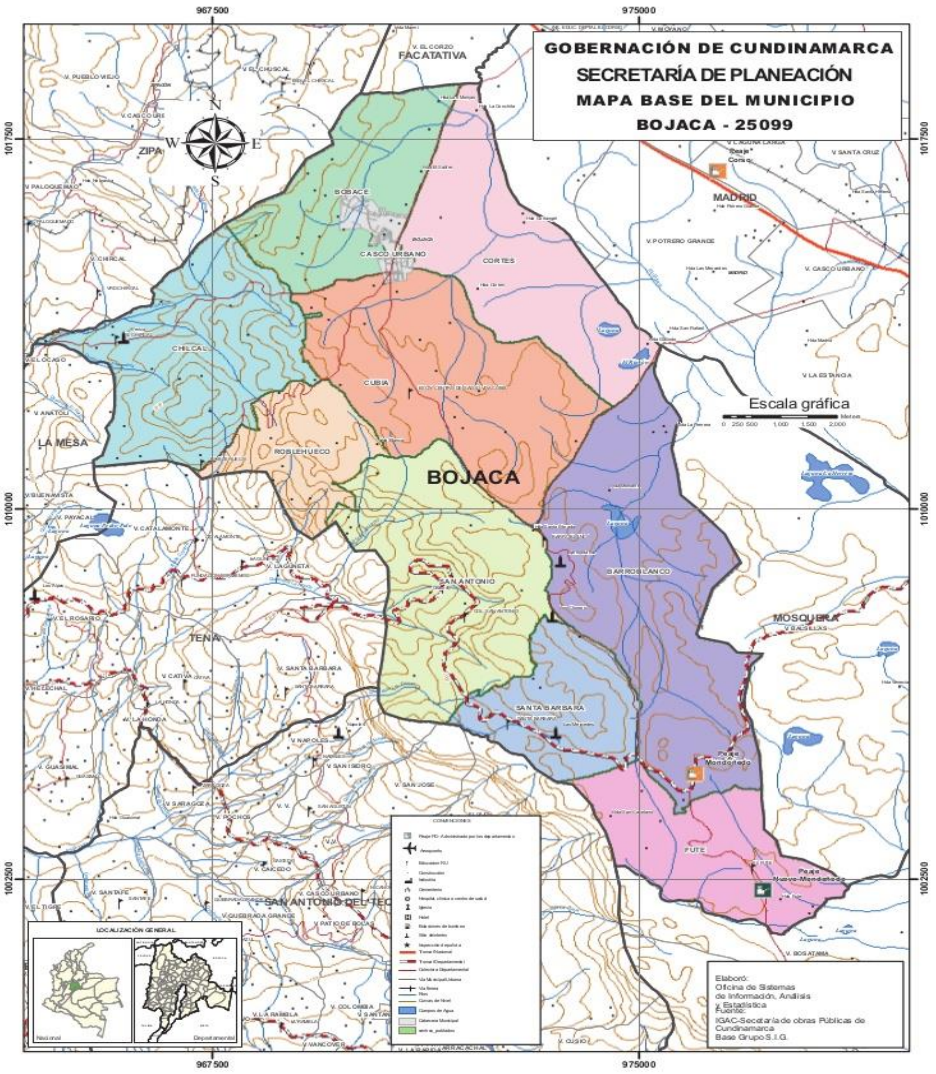
7.3.4. Promoción

Se manejarán promoción en los precios, en el producto, promociones de motivación (regalos, descuentos) , se manejarán páginas web ,  Facebook, twitter, Instagram.

**7.4. Segmentación de mercados**

7.4.1. Segmentación geográfica

Segmentación geográfica Bojacá se encuentra ubicado en la Provincia de la Sabana Occidente, a 40 km de Bogotá. Con un clima de 14°C.




7.4.2. Segmentación demográfica

Servicio destinado para personas de 25 a 40 años de edad, con ingresos medios bajos y medios altos, dirigido a todos los géneros, con cualquier estado civil y tipo de nivel educativo, sin preferencia de clase social y perteneciente a los estratos 2, 3, 4,5 y 6, y el ciclo de vida familiar aplica para todos y para cualquier tipo de población.

## 7.5. Investigación de mercados

### 7.5.1. Método de investigación

Herramienta utilizada: Encuesta virtual.

Objetivo: Medir la viabilidad del proyecto en el municipio y determinar la demanda de los recorridos establecidos.

Muestra: 15 personas.

Población encuestada: Habitantes de Bogotá D.C, Soacha, Tena, Mosquera y Madrid.

Encuestadores: Diva Cifuentes, Yuliana Fonseca, Shelsy Arrieta.

Fecha de realización: 19 de octubre del 2020.

Lugar de realización: Difusión vía WhatsApp, conocidos, familiares de municipios alternos de Cundinamarca.

### 7.5.2. Encuesta

La presente encuesta se aplicó a 15 personas de Bogotá D.C. y municipios aledaños como Soacha, Tena, Mosquera, y Madrid.

#### 7.5.2.1. Diseño de encuesta

https://forms.gle/9jf48srKz29rWPS39

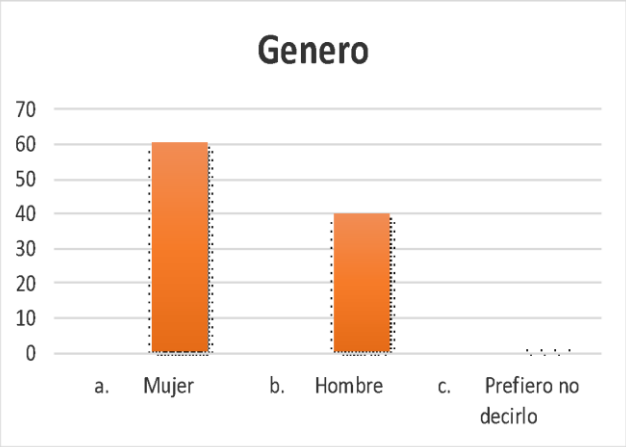
7.5.2.2. Aplicación de encuestas

1. Género.

a. Mujer

b. Hombre

c. Prefiero no decirlo



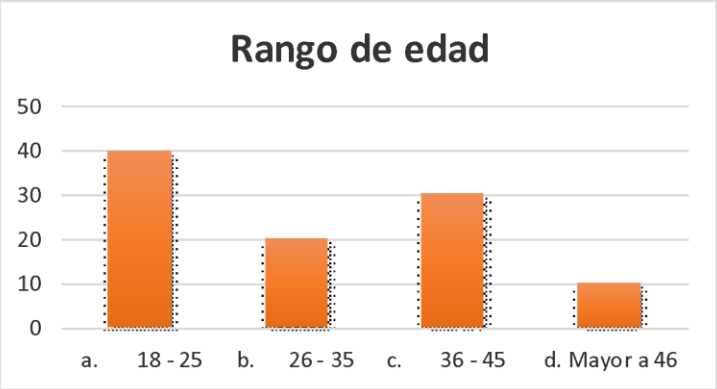

2. Rango de edad.

a. 18 - 25

b. 26 - 35

c. 36 – 45

d. Mayor a 46

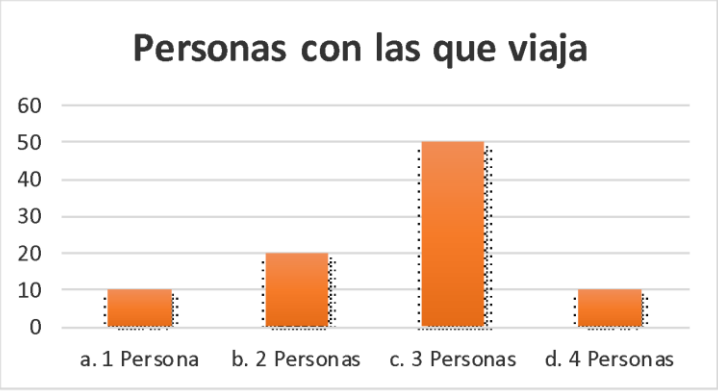



3. ¿Con cuantas personas viaja usted?

a. 1 Persona

b. 2 Personas

c. 3 Personas 4 personas



4. ¿Con que frecuencia visita el municipio de Bojacá?

a. Cada 8 días

b. Cada 15 días

c. Cada mes

d. Cada año




5. ¿A visitado antes el Municipio de Bojacá?

a. Si

b. No



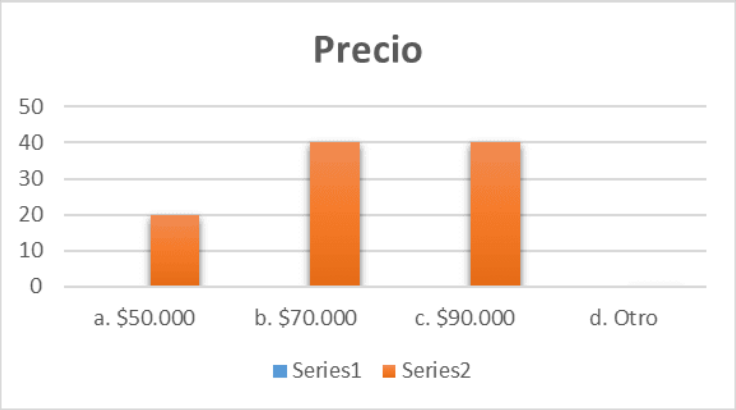

6. En promedio, ¿Cuál es el monto que estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico?

a. $50.000

b. $70.000

c. $90.000

d. Otro




7. ¿Cuál es la temporada del año en la que prefiere salir de viaje?

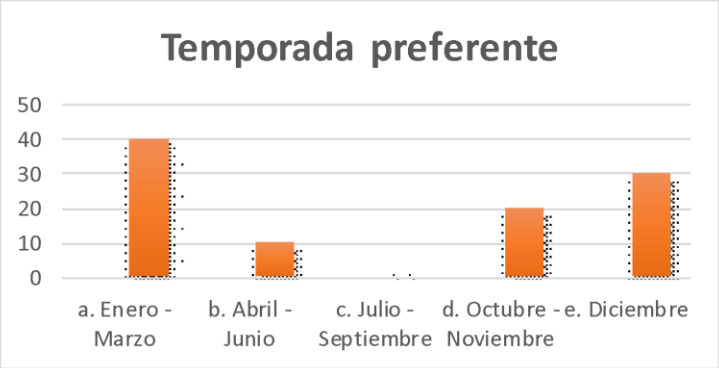
a. Enero – Marzo

b. Abril – Junio

c. Julio – Septiembre

d. Octubre – Noviembre

e. Diciembre




8. ¿Cómo se enteró de la existencia del municipio de Bojacá?

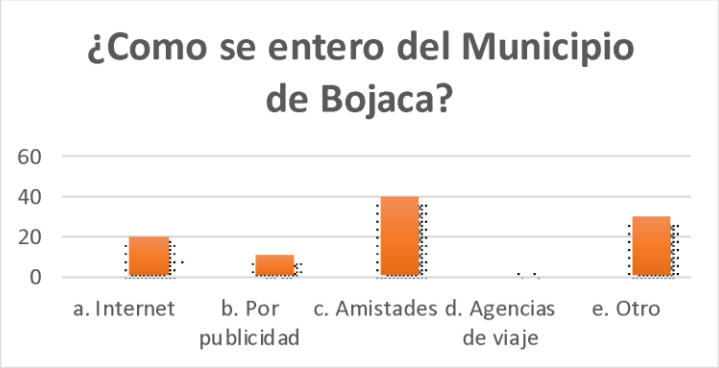
a. Internet

b. Por publicidad

c. Amistades

d. Agencias de viaje

e. Otro



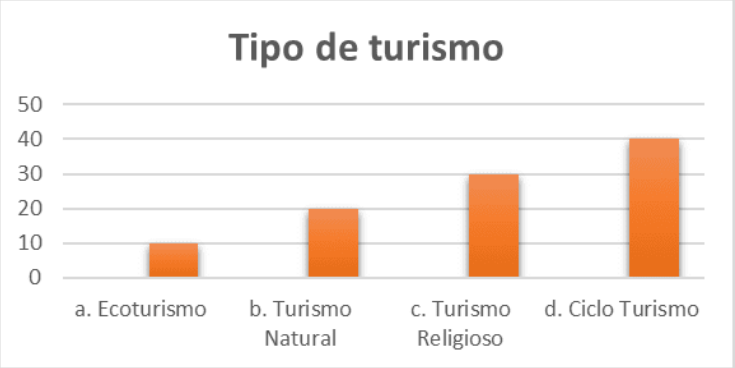
9. ¿Qué tipo de turismo le gusta realizar cuando visita el municipio Bojacá?

a. Ecoturismo

b. Turismo Natural

c. Turismo Religioso

d. Ciclo Turismo




10. ¿Cuáles fueron los factores que influyeron para que visitara el municipio?

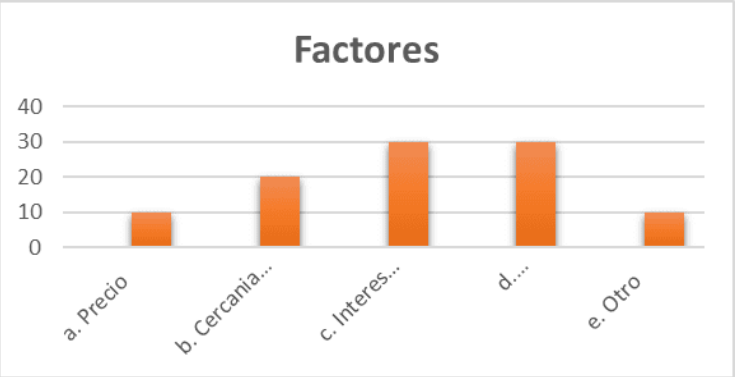
a. Precio

b. Cercanía del lugar de origen

c. Interés por conocer

d. Recomendaciones

e. Otro




7.5.2.4. Análisis de resultados

Según la encuesta aplicada en Bogotá D.C, Soacha, Tena, Mosquera y Madrid, se puede concluir:

- Las encuestas nos permitieron ver viable la propuesta establecida. Con porcentajes.


Personas con las que viaja
60
50
40
30
20
10
0
a. 1 Persona
b. 2 Personas
c. 3 Personas
d. 4 Personas


Frecuencia con la que visita el municipio
80
60
40
20
0
a. Cada 8 dias
b. Cada 15 dias
c. Cada mes
d. Cada año

## 7.7. Plan de ventas

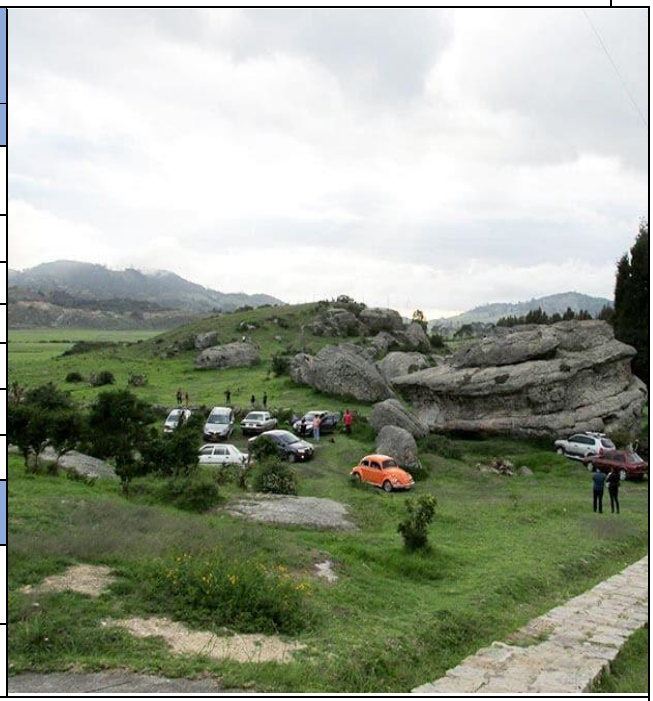
| ITINERARIO VIAJA&VIVE | | |
|---|---|---|
| **Valor $** | | |
| 7:00 a.m. | Recoger Turistas | Punto de encuentro Santuario de Nuestra Señora de la Salud, ubicada en la plaza central del municipio. |
| 7:30 – 8:00a.m | Desayuno Porta Morada | Podrán deleitarse con el peto en leche, acompañado de cuajada, o queso. Tinto con envuelto, o mazamorra tradicional cundiboyacense. |
| 8:15 a.m. | Plaza central del municipio. | Indicaciones y recomendaciones de seguridad, actividad de calentamiento e inicio caminata hacia el "Alto de la Virgen". |
| 8:50 a.m. | Salida hacia el "Alto de la virgen" | Se realizará una actividad de reflexión (Historia de Bojacá) |
| 9:30 a.m. | "Casa de la Palma" | Pausa activa, y punto de hidratación. |
| 11:45 a.m. | "Intersección Chilcal – Roble Hueco." | Retro alimentación de lo que se realizó, se abre un espacio para la captura de imágenes |
| 1:30 p.m. | Almuerzo | Se dará un tiempo para que los participantes compartan entre ellos, y almuercen. |
| 2:00 p.m. | Retorno a "Santuario de Nuestra Señora de la salud" | Disfrutaremos del paisaje, y se hará avistamiento de flora y fauna. |
| 3:30 p.m. | "Nuestra señora de la Salud" | Agradecimientos, y recordatorios. |

7.7.1. Ficha técnica

| FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS<br>FORMULARIO 1. PATRIMONO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL<br>Bienes Culturales Inmuebles y Muebles | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **1. GENERALIDADES** | | | | | | | | |
| 1.1 Nombre | **MUNICIPIO DE BOJACA.** | | | | | | | |
| 1.2 Departamento | Cundinamarca | 1.3 Municipio | BOJACÁ | | | | | |
| 1.4 Corregimiento, vereda o localidad | Centro Histórico | | | | | | | |
| 1.5 Administrador o propietario | Alcaldía Municipal | | | | | | | |
| 1.6 Dirección / Ubicación | CRA 6 # 6 – 91 Cundinamarca (40Km de Bogotá) | | | | | | | |
| 1.7 Teléfono /fax | No aplica | | | | | | | |
| 1.8 Distancia | 11.2 KM | 1.9 Tipo de acceso | | | | | | |
| | Terrestre | **X** | Acuático | | Férreo | | Aéreo | |
| 1.11 Indicadores para el acceso | Ingreso por la calle 13 desde Bogotá DC. | | | | | | | |
| **2. CARACTERÍSTICAS** | | | | | | | | |
| 2.1 Código asignado | 1.2.2 | | | | | | | |
| 2.2 Descripción: | | | | | | | | |

| | |
|---|---|
| El parque o plaza principal de Bojacá es de gran importancia, pues allí se realizan actividades culturales y es el lugar de bendición de los vehículos, además se encuentra dentro del marco de la plaza los sitios más emblemáticos del municipio como la alcaldía y restaurantes de época. |  |

| **3. PUNTAJES DE VALORACION** | |
|---|---|
| **Calidad** | **Puntaje** |
| Estado de conservación (21) | 21 |
| Constitución del bien (21) | 21 |
| Representatividad General (28) | 28 |
| | |
| | |
| | |
| Subtotal | 70 |
| **SIGNIFICADO** | |
| Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30) | 6 |
| TOTAL | 76 |



| | |
|---|---|
| Fuente: Sitio oficial Bojacá – Cundinamarca | |
| Diligenciado por: | Diva Cifuentes, Yuliana Fonseca, Shelsy Arrieta. |
| Fecha: 24 de noviembre 2020. | |

**7.8. Competencia**

7.8.1. Matriz de competitividad

1 Parque Natural Chicaque

2 Parque Ecológico Boquemonte

3 Parque Ecológico Matarredonda

4 Reserva Ecológica el Delirio

5 Cascada Las Delicias

6 Sendero Ecológico San Francisco Vichada

7 Parque Ecológico Jericó

# 8. Estructura financiera

## 8.1. Gastos de personal

| Cargo | Valor mensual | Valor prestacional |
|---|---|---|
| Gerente | $ 1.500.000 | $ 2.239.000 |
| área operaciones turísticas. | $ 1.400.000 | $ 2.100.000 |
| jefe area operaciones | $ 1.400.000 | $ 2.100.000 |
| Auxiliar administrativo | $ 877.803 | $ 1.093.100 |
| Asesor contable | 500.000 | $ 500.000 |
| TOTAL | $ 5.677.803 | $ 7.532.100 |

Se van a cancelar honorarios por prestación de servicios a los siguientes cargos:

Guía de turismo y APH.

8.2 Gastos de oficina

| CONCEPTO | UNIDAD | VALOR UNIT | VALOR TOTAL |
|---|---|---|---|
| Escritorio | 4 | 300.000 | 1.200.000 |
| Internet | Mensual | 81.900 | |
| Computador | 4 | 845.000 | 3.380.000 |
| Papelería | Mensual | 60.000 | |
| Impresora | 1 | 570.000 | 570.000 |
| Sillas | 5 | 130.000 | 650.000 |
| Caneca papelera | 5 | 40.000 | 200.000 |
| TOTAL | | $ 2.026.900 | $ 6.000.000 |

Total Gasto equipos de oficina $ 6.000.000
Internet anual : 982.000
Papelería anual 1.200.000

$ 8.182.800

8.3. Gastos administrativos

| CONCEPTO | Valor Total |
|---|---|
| Página web | $ 35.059 |
| Publicidad impresa | $ 56.000 |
| Publicidad digital | $ 300.000 |
| Servicios públicos | $ 200.000 |
| Arriendo | $ 800.000 |
| Servicios Generales | $ 60.000 |
| Cafetería | $ 60.000 |
| Implementos de bioseguridad | $ 97.000 |
| TOTAL | $ 1608.059 |

8.4 Gastos operacionales

| CONCEPTO | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|---|---|---|---|
| Celulares | 2 | $ 400.000 | $ 800.000 |
| micrófonos portátiles | 2 | $ 200.000 | $ 400.000 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| walkie talkie | 3 | $ 270.000 | $ 810.000 |
| dispensador de gel antibacterial | 2 | $ 20.000 | $ 40.000 |
| dispensador de alcohol | 2 | $ 20.000 | $ 40.000 |
| tapete limpieza de suelas | 1 | $ 50.000 | $ 50.000 |
| termometro digital | 2 | $ 80.000 | $ 160.000 |
| botiquín | 2 | $ 99.450 | $ 198.900 |
| camilla | 1 | $ 140.000 | $ 140.000 |
| caja de tapabocas | 50 | $ 55.000 | $ 55.000 |
| alcohol personal | 50 | $ 1.700 | $ 85.000 |
| cuerda 20mt | 2 | $ 300.000 | $ 600.000 |
| gel antibacterial personal | 50 | $ 3.500 | $ 175.000 |
| TOTAL EQUIPOS + Gastos anuales de implementos de bioseguridad | | $ | $3.553.900 3.780.000 |

| Gasto escritura cámara de comercio | Valor |
|---|---|
| Escritura y registro cámara de comercio | $300.000 |
| Total registro | $300.000 |

INVERSION ANUAL DEL PROYECTO : 125.497.808

Gastos de personal $ 7.532.100 : 90.385.200
Gastos administrativos $ 1.608.059 : 19.296.708
Gastos de oficina anual $ 6.000.000 + internet y papelería : 982.000 + 1.200.000 = 8.182.000
Gastos operacionales $ 7.333.900 anual
Gasto escrituración: 300.000 anual

INVERSION REQUERIDA INICIAL$10.458.000

8.1.1 Costos fijos: Ruta turística Municipio de Bojacá

| DETALLE DEL COSTO | VALOR POR PERSONA | CANTIDAD | VALOR GRUPAL | VALOR TOTAL OPERACIÓN |
|---|---|---|---|---|
| TRANSPORTE IDA Y REGRESO – Bogotá Bojacá | $ 20.000 | 10 | $ 200.000 | |
| SEGURO DE VIAJE POR UN DÍA | $ 5.000 | 13 | $ 65.000 | |
| PAGO GUÍA LÍDER | $ 20.000 | 10 | $ 200.000 | **$880.000** |
| PAGO GUÍA RASTRILLO | $ 15.000 | 10 | $150.000 | |
| PAGO APH | $ 15.000 | 10 | $150.000 | |
| SOUVENIR+KIT DE BIOSEGURIDAD | $ 11.500 | 10 | $115.000 | |

8.1.2. Costos variables

| PRODUCTO | VALOR POR PERSONA | CANTIDAD | VALOR GRUPAL | VALOR TOTAL OPERACIÓN |
|---|---|---|---|---|
| DESAYUNO | $ 6.000 | 10 | $ 60.000 | |
| REFRIGERIO | $ 4.500 | 10 | $ 45.000 | **$ 105.000** |

8.1.3. Margen de utilidad y precio comercial

| PRECIO COMERCIAL 10 PAX | | COSTO POR |
|---|---|---|
| COSTOS FIJOS | $ 880.000 | |
| COSTOS VARIABLES | $ 105.000 | |
| SUB TOTAL | $ 985.000 | **$ 132.975** |
| 35% UTILIDAD | $ 344.750 | |
| **TOTAL** | **$ 1.329.750** | |
| | | |

## 8.2. PROYECCION DE VENTAS AÑO 2021

| RECORRIDO TURISTICO | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | TOTAL DE VIAJES |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| RECORRIDOS VIAJA Y VIVE BOJACA | | | | | | | | | | | | | |
| BOJACA | 16 | 15 | 15 | 17 | 17 | 17 | 15 | 15 | 16 | 15 | 15 | 17 | 190 |

## 8.3 PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2021

| SERVICIO | TOTAL SERVICIOS | VALOR PERSONA | VALOR TOTAL | PORCENTAJE DE VENTA |
|---|---|---|---|---|
| VIVE Y VIAJA BOJACA | 190 | $ 132.975 | $252.652.500 | 100% |
| | | | | |

Utilidad para la empresa año 2021

| CONCEPTO | VALOR |
|---|---|
| Ingresos por ventas | $ 252.652.500 |
| -Gastos | $125.497.808 |
| UTILIDAD PARA LA EMPRESA | $127.154.692 |

# 9. Conclusiones

El municipio de Bojacá cuenta con una riqueza religiosa, gastronómica, histórica, arqueológica y con diversidad de recursos naturales, flora y fauna y patrimonio cultural, que se puede utilizar para el desarrollo de actividades turísticas. Con base a esto nace el planteamiento del proyecto “Vive & Viaja Bojacá” que consiste en la realización de una ruta turística integrado con avistamiento flora y fauna. Con esta propuesta se busca aprovechar dichas riquezas naturales e históricas y posicionar el municipio como un destino de interés nacional por el desarrollo de actividades ligadas a la naturaleza con prácticas medioambientales, denominado turismo ecológico.

# Bibliografía

Diseñar rutas turísticas sostenibles y socialmente responsables. Comunidad ism. URL: http://www.comunidadism.es/blogs/disenar-rutas-turisticas-sostenibles-y-socialmente-responsables

¿Cómo Se Elabora Un Recorrido Turístico? Prezi. URL: https://prezi.com/s-zbd1y6iq7v/como-se-elabora-un-recorrido-turistico/

Plan de Desarrollo Turístico Municipal 2010-2020 Bojacá. Yumpu. URL: https://www.yumpu.com/es/document/read/14139293/plan-de-desarrollo-turistico-municipal-2010-2020-bojaca

Acuerdo N° 12 Bojacá Cundinamarca. Mi Colombia Digital. URL: https://bojacacundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/bojacacundinamarca/content/files/000022/1077_acuerdo-n0122015eot.pdf

Plan de Desarrollo Territorial de Bojacá Cundinamarca “En Bojacá Seguimos Creyendo”2020-2023.URL: chromeextension://cbnaodkpfinfiipjblikofhlhlcickei/src/pdfviewer/web/viewer.html?file=https://bojacacundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/bojacacundinamarca/content/files/000398/19861_1-pdt-bojaca-23-abril-2020.pdf