

PROYECTO "TURISMO EN BOGOTÁ Y ALREDEDORES PARA
DISCAPACITADOS"

DIANA ROCIO RODRIGUEZ
WILMAR LOPEZ
JAQUELINE OTÁLORA

DOCENTE
ANGEL EDUARDO MUÑOZ

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC
CPG – GERENCIA COMERCIAL PARA EL SECTOR TURISMO
FACULTAD DE ADMON. DE AEROLINEAS Y AGENCIAS DE VIAJES
BOGOTÁ D,C 2008

TABLA DE CONTENIDO

- I. INTRODUCCIÓN
- II. OBJETIVOS
- III. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO
- IV. QUIENES SOMOS
 - a. Misión
 - b. Visión
 - c. Valores
 - d. Estructura organizacional
 - e. Descripción de cargos y funciones
- V. EVALUACIÓN DEL ENTORNO
- VI. DIAGNOSTICO
 - 1. Externo
 - a. Oportunidades
 - b. Amenazas
 - 2. Interno
 - a. Debilidades
 - b. Fortalezas
 - 3. Matriz de doble entrada
 - 4. Plan de Acción
- VII. PRODUCTO
 - a. Descripción del Producto
 - b. Características
 - c. Cómo satisface las necesidades del cliente
 - d. Marca
 - e. Empaque
- VIII. PRECIO
 - a. Condiciones económicas
 - b. Cual es el valor?
- IX. DISTRIBUCIÓN
- X. COMUNICACIÓN
- XI. CONCLUSIONES
- XII. BIBLIOGRAFIA
- XIII. ANEXOS.

I. INTRODUCCIÓN

Bogotá, ciudad capital, cuenta en este momento con una gran oferta turística desaprovechada por muchos sectores de la sociedad, que por el desconocimiento de las fortalezas y ventajas arquitectónicas, culturales, deportivas, naturales, tecnológicas y por falta de promoción no se apropian de su ciudad y su región circunvecina.

Uno de estos sectores es el segmento de personas con capacidades físicas reducidas que por falta de apoyo y elementos necesarios para desarrollar turismo y recreación no lo practican.

Por medio de este proyecto se pretende crear un operador de turismo receptivo, que inicialmente opere programas turísticos dirigidos esencialmente a este segmento, creciente, falto de apoyo y en el que pocas agencias de viajes desean incursionar.

Gracias a la oferta de atractivos de Bogotá – Región, "**Viajando con los sentidos**" desarrollará paquetes turísticos abarcando diferentes tipos de turismo como el turismo histórico-cultural, agroturismo y ecoturismo, buscando principalmente brindar apoyo a esta población, incentivar positivismo y procurar que se sientan importantes para la sociedad, además de brindar un conocimiento y apropiación de la región, una total diversión y sano esparcimiento, involucrando a los bogotanos y a los distintos operadores de cada destino, aplicando de esta forma uno de los principios de Desarrollo Turístico Sostenible y logrando un beneficio para todas las personas que intervienen en él.

II. OBJETIVOS

- Organizar y promover los programas turísticos en Bogotá y sus alrededores
- Elaborar planes turísticos histórico-culturales logrando incrementar la pertenencia de nuestra ciudad y región.
- Difundir los programas turísticos en entidades distritales y sin ánimo de lucro
- Implementar programas de fidelización de nuestro público objetivo a través de tours que los motiven, los hagan pasar ratos alegres y positivos.
- Hacer campañas para promover y motivar el turismo y recreación de las personas discapacitadas

III. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Viajando con los sentidos desarrolla programas turísticos dirigidos a la población con capacidades físicas reducidas.

Es un servicio nuevo que satisface las necesidades de atención, apoyo, turismo y recreación que tiene este grupo poblacional, además de proporcionar un enriquecimiento cultural y social de su región.

Con los paquetes turísticos de "Viajando con los sentidos" se pretende involucrar a los participantes con las diversas actividades turísticas, culturales y recreo-deportivas que se pueden realizar en Bogotá y alrededores.

Nuestros programas van dirigidos principalmente a todas las personas víctimas de la violencia, de nivel educativo básico estratos bajos todos colombianos.

Normalmente estas personas se sienten desplazadas por la sociedad, relegadas; muchas de ellas son muy humildes y sencillas, pero que a pesar de los problemas que han enfrentado en la vida son muy positivas, estas personas desean sentirse importantes para la sociedad y al igual que las personas sin problemas de discapacidad desean divertirse, conocer y practicar actividades turísticas como cualquier otra persona.

d. Estructura Organizacional

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



e. Descripción de cargos y funciones

- Gerente

Es responsable de dirigir, delegar, controlar las actividades realizadas en cada departamento, enfocado en el departamento de administrativo, brindando una aprobación de los gastos que esta generando la empresa, y a su vez estará encargado de elegir el personal que conformara su empresa.

Tiene el manejo total de la empresa, tendrá acceso a toda la información de la empresa, reportes diarios, manejo de los clientes que están fidelizados con la empresa.

- Director Administrativo

Es el responsable de supervisar todos los movimientos financieros realizados de la empresa, también tendrá a su cargo el bienestar de los empleados. Estará encargado de generar los reportes correspondientes del movimiento financiero de la oficina, pagara y facturara a proveedores,

- Contador

Es el responsable de supervisar los registros contables de la empresa tales como ventas, activos, utilidades, presentar los balances e informes financieros.

Tendrá la información general del estado financiero de la empresa y estará en la obligación tener esta información es confidencial, flujos de ingresos, egresos y todos los movimientos generados.

- Director Comercial

Es el responsable de la comercialización de los productos turísticos que ofrece la empresa.

A su cargo se encuentran los asesores comerciales y los ejecutivos de cuentas, para que por intermedio de ellos se pueda vender los productos turísticos.

También será responsable de la implementación de nuevas estrategias de para el mercado en el que se desenvuelve, debe tener buenas relaciones comerciales con los proveedores de servicios y también de buscar captar mas clientela.

Debe supervisar las ventas y metas propuestas de las personas a su cargo.

Es el responsable de revisar y crear planes turísticos, para su misma comercialización debe siempre diseñar las formas de los planes basándose en que los productos sean competitivos.

Es el responsable de realizar y organizar los planes turísticos, de diseñar su estructura, también será el responsable de diseñar la publicidad que utilizará la empresa.

- Asesor Comercial

Es el responsable de estar en contacto directo con el cliente, y su principal actividad es vender los productos turísticos que tiene la Agencia.

- Ejecutivo de Cuenta

Es el responsable de realizar la comercialización de los planes turísticos de la empresa, visitando todas las zonas de nuestra ciudad, visita de nuestros clientes para mantenerlos actualizados.

V. EVALUACIÓN DEL ENTORNO SOCIAL

Perfil socio demográfico

En el censo de población y vivienda de 1993, la ciudad de Bogotá reportó un total de 63.372 personas con deficiencias severas y una prevalencia de 1.29%.

En el censo de 2005 se identificaron 331.301 personas con limitaciones permanentes, para una prevalencia del 4.9%, según sus resultados obtenidos con la aplicación del registro para la localización y caracterización de las personas con discapacidad se han registrado 173.587 personas de prevalencia del 2.6%, quedando un total por registrar de 157.714

Bogotá Población con registro y población proyectada, según la totalidad de residencia-2007

DEPARTAMENTOS Y ÁREAS	TOTAL	POBLACION CON ALGUNA DISCAPACIDAD	CEGUERA	SORDERA	MUDEZ	RETRASO O DEFICIENCIA MENTAL	PARÁLISIS O AUSENCIA DE MIEMBROS SUPERIORES	PARÁLISIS O AUSENCIA DE MIEMBROS INFERIORES	NINGUNA DE LAS ANTERIORES
TOTAL NACIONAL	32'132.721	593.546	234.916	169.528	41.368	113.270	60.727	62.004	31'539.175
CABECERA	23'317.693	425.429	177.474	117.358	24.358	76.325	44.080	46.131	22'892.264
RESTO	8'815.028	168.117	57.442	52.170	17.010	36.945	16.647	15.873	8'649.911
BOGOTÁ D.C	4'922.825	63.372	24.116	17.278	2.998	10.992	7.417	8.309	4'859.453
CABECERA	4'910.477	63.192	24.074	17.229	2.977	10.942	7.391	8.282	4'847.285
RESTO	12.348	180	42	49	21	50	26	27	12.168

Diferencias según sexo y edad

En Bogotá existen diferencias entre el número de hombres y mujeres en situación de discapacidad, ya que 102.686 de ellas son mujeres (58.9%) y 71.301 son hombres (41.1%).

Características de la discapacidad

Deficiencias

Prevalencia según tipo de diferencia

Dentro de las estructuras o funciones corporales que más frecuentemente se ven afectadas se encuentran relacionadas con el movimiento del cuerpo, presentes en el 54.2% de las personas.

Barreras físicas

Además de actitudes negativas, existen en el entorno barreras que limitan la autonomía de las personas con discapacidad, el 62% de ellas encuentra este tipo de barreras en su residencia (dormitorio, escalera, pasillos, sala, comedor, etc), el 65% en la vía pública (andenes y calles), el 55% en los vehículos de transporte público, paraderos y terminales, el 18% en centros de salud, el 33% en los parques, el 28% en centros comerciales y tiendas, el 15% en centros educativos y en su lugar de trabajo 16%.

Salud y aspectos relacionados

Afiliación SGSSS

Identificar la cobertura de aseguramiento alcanzado por el sistema General De Seguridad Social en Salud en la población que se encuentra en situación de discapacidad, es esencial a la hora de analizar su situación de salud.

VI. DIAGNOSTICO

1. EVALUACION DEL ENTORNO EXTERNO

A. OPORTUNIDADES:

En "Viajando con los sentidos" consideramos que tenemos muchas oportunidades para consolidar nuestro servicio en el tiempo, las siguientes son las más importantes:

- ✓ No existen en el mercado empresas con servicios turísticos diseñados para personas discapacitadas, por tal motivo no tenemos competencia directa.
- ✓ Existe gran público objetivo ansioso por disfrutar de estos planes, ansioso por divertirse y pasar un rato ameno, olvidándose de sus problemas.
- ✓ Contamos con una administración distrital enfocada básicamente en el sector social, con presupuesto suficiente para estos proyectos.
- ✓ Cada vez más se están adecuando los lugares de interés con rampas y señalización adecuada para las personas discapacitadas, ayudándonos a desarrollar con calidad todos nuestros planes.

B. AMENAZAS

Para nuestra organización turística hay muy pocas amenazas, las cuales numeraremos a continuación:

- ✓ Cambios en la administración, es decir que ya no estén tan interesados en apoyar la labor social.
- ✓ Infraestructura deficiente en los atractivos turísticos que nos impida realizar a cabalidad nuestro tours.
- ✓ Infraestructura deficiente en los diferentes medios de transporte para movilizar a nuestro público (carros, trenes, barcos, etc).
- ✓ Empresas turísticas que quieran influir en este campo, puede que dañen el mercado o puede que dejen una imagen de mala calidad.

2. EVALUACION DEL ENTORNO INTERNO

A. DEBILIDADES:

Analizando hacia el interior de la organización detectamos las siguientes debilidades, las cuales debemos trabajar para que salga adelante la empresa.

- ✓ Infraestructura mobiliaria (local, muebles de oficina) no apta para consolidar la empresa.
- ✓ Capital insuficiente para desarrollar el proyecto.
- ✓ No comprensión y tolerancia entre los miembros de la organización.

B. FORTALEZAS:

En "Viajando con los sentidos" creemos que contamos con las siguientes fortalezas dentro de la organización:

- ✓ Motivación por parte de los miembros de la organización, gusto por querer desarrollar el proyecto.
- ✓ Contamos *dentro del grupo de trabajo con personal con bastante experiencia en el área del turismo, y en especial en turismo receptivo que es el área en que inicialmente nos dedicaremos a explotar.*
- ✓ Dentro de nuestro grupo de trabajo también contamos con personal especializado en el trato con la gente, atención al cliente, primeros auxilios, etc, en general, expertas en su área de trabajo.
- ✓ Contactos en entidades distritales, gubernamentales y organizaciones sin ánimo de lucro.
- ✓ Amplio mercado objetivo.

3. MATRIZ DE DOBLE ENTRADA

<p>Análisis Externo</p> <p>Análisis Interno</p>	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contactos con entidades sin ánimo de lucro • Infraestructura 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capital Insuficiente • Infraestructura mobiliaria de la empresa no apta para consolidarla.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • No existe competencia directa. • Gran público Objetivo 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar entidades patrocinadoras mediante promoción directa de nuestro proyecto. • Solicitar préstamos bancarios. • Promoción de nuestro proyecto a organizaciones o socios que deseen invertir e inyectar capital. • Establecimiento de alianzas estratégicas con fundaciones dedicadas a la elaboración de muebles con el resultado de un beneficio mutuo.
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambio de Administración • Infraestructura Inadecuada y eficiente 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar una base de datos con información de entidades públicas y privadas, capacitar a nuestros funcionarios en producto, preparar catálogos y realizar promoción directa a dichas entidades. • Promover proyectos de adecuación y mejoras a los atractivos de la ciudad con la administración distrital y entes privados. • Realizar proyectos de manera conjunta con el sector privado para 	<ul style="list-style-type: none"> •

	adecuar o diseñar transporte apto para movilizar personal discapacitado.	
--	--------------------------------------------------------------------------	--

4. PLAN DE ACCION

Corto plazo: (0 meses a 1 año)

- Organizar y promover los programas en por lo menos 30 fundaciones de personas con discapacidad.
- Elaborar en 6 meses mínimo 10 paquetes turísticos histórico-culturales logrando incrementar la pertenencia de nuestra ciudad y región.
- Difundir los programas turísticos en entidades distritales y sin ánimo de lucro a través de conferencias, volantes para incrementar el interés del público objetivo y de esta forma incrementar el volumen de ventas.
- Incentivar el turismo a nivel regional y nacional, involucrando la población local de cada zona y aplicando conceptos de desarrollo turístico sostenible.

Mediano Plazo: (1 a 3 años)

- Contar con un equipo de trabajo especializado, con una excelente calidad humana y acreditado a nivel nacional.
- Tener un departamento de capacitación que constantemente mantenga actualizados a los guías, asesores, personal de primeros auxilios y demás equipo de trabajo.
- Implementar programas de fidelización de nuestro público objetivo a través de tours que los motiven, los hagan pasar ratos alegres y positivos.
- Desarrollar una campaña de comunicación que capte un segmento amplio de mercado logrando que más entidades nacionales públicas y privadas se vinculen a este proyecto.

Largo Plazo: (de 3 a 10 años)

- Posicionar nuestra empresa a nivel nacional y junto con ello promocionar a Colombia como un destino turístico importante para desarrollar turismo para personas discapacitadas.
- Ampliar nuestra red de servicios en el territorio nacional a través de la apertura de sucursales en las 6 principales ciudades de nuestro país.
- Desarrollar paquetes turísticos diferentes en la etapa de declinación de la empresa con el fin de contrarrestar la liquidación de la empresa.
- Establecer alianzas estratégicas que permitan desarrollar paquetes turísticos a través del tiempo.
- Consolidarnos como la primera empresa turística de las personas discapacitadas

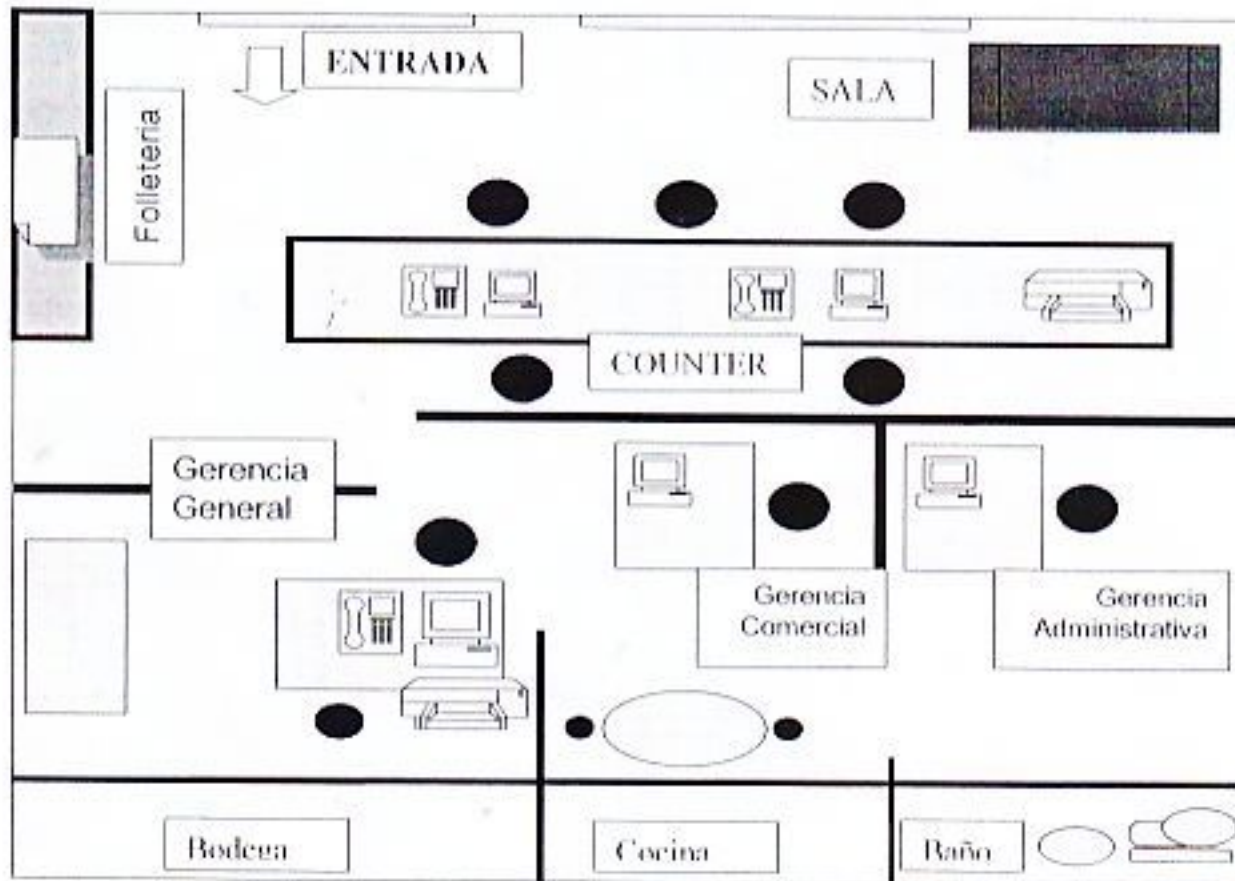
ACCIÓN	DONDE SE EJECUTARA?	CUANTO PRODUCIRÁ	CUANTO COSTARÁ	CUAL SERÁ LA UTILIDAD?	COMO SE MEDIRÁ
Elaborar proyecto de adecuación y mejoras a los atractivos de la ciudad, dirigido a la administración distrital y entes privados.	En la ciudad de Bogota principalmente.	2 proyectos de adecuación para parques y atractivos como el Planetario y Museo 20 de Julio.	Aproximadamente \$ 1.000.000	Adecuación de espacios para poder desarrollar nuestros planes	En aceptación por parte de las entidades receptoras.
Colocar stands en las principales ferias y centros comerciales, con material promocional.	Varios puntos claves de la ciudad: Salitre plaza, Plazas de mercado, Ferias de servicio al ciudadano	Producirá al mes 8 recorridos de 30 personas cada uno.	\$1.500.000 que corresponde a la impresión de afiches, pendones y demás material.	Personas participantes a los recorridos, amplia cobertura de nuestro mercado.	En estadísticas mediante encuestas.
Búsqueda de entidades patrocinadoras. Base de datos.	En la ciudad de Bogotá y en el resto del país.	Producirá una base de datos con información de las mismas.	Nada, la haremos nosotros mismos. Nos tardaremos 2 semanas en armarla.	Mucha porque tendrá información muy importante para contactar a estas entidades y enviarles catálogos y visitarlas.	Se medirá de acuerdo a las entidades que visitemos y personal que acuda a los recorridos.
Elaborar en 6 meses mínimo 10 planes turísticos histórico-culturales.	En Bogotá al interior de la empresa.	10 planes turísticos cada uno que opere 4 veces a la semana con 30 personas cada uno.	El diseño no costará nada, solo trabajo de campo.	Variedad de productos y servicios para nuestros usuarios.	Listado de personas participantes a los recorridos y mediante encuestas de satisfacción.

VII. PRODUCTO

A. DESCRIPCIÓN

Somos un **OPERADOR DE TURISMO RECEPTIVO** dedicado básicamente a desarrollar programas turísticos dirigidos a la población con capacidades reducidas. Este proyecto surge de nuestros deseos de realizar acción social y de poner atención a las necesidades de recreación y esparcimiento de este grupo poblacional.

DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



B. CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

Recorridos turísticos en Bogotá y alrededores para personas discapacitadas (niños a partir de los 10 años, jóvenes y adultos hasta los 60 años); inicialmente afectados por la violencia que vivan en Bogotá y municipios cercanos como Soacha, Cajica y Chia; en un futuro pretendemos traer de visita a personas de otras ciudades.

Se cuenta con un grupo de profesionales calificados, especializados y acreditados a nivel nacional para ejecutar cada uno de los programas que se ofrecen. "Viajando con los sentidos" ofrece profesionalismo, calidad, y servicio personalizado, además de variedad involucrando diferentes destinos cercanos a Bogotá como Cajica, Chia, Zipaquirá entre otros.

Para "Viajando con los sentidos" es importante que nuestros clientes después de un recorrido o tour queden muy felices con nosotros, que terminen con bastantes amigos y con el deseo de realizar un nuevo paseo.

Nuestros recorridos estarán dirigidos a niños a partir de los 10 años, jóvenes y adultos hasta los 60 años; inicialmente afectados por la violencia que vivan en Bogotá y municipios cercanos como Soacha, Cajica y Chia; en un futuro pretendemos traer de visita a personas de otras ciudades.

Se tiene como finalidad presentar en un proyecto ante el Distrito estos programas turísticos, con el objetivo de que nos patrocinen y los servicios se brinden de manera gratuita a todo nuestro público objetivo, nuestro proyecto es de carácter social.

El diseño de los servicios turísticos está estructurado por personas idóneas y profesionales, que a través de los años han adquirido la suficiente experiencia y conocimiento del sector turístico. Cabe resaltar que los servicios que ofrece "Viajando con los sentidos" son innovadores, puesto que en Bogotá no existen Agencias de Turismo que cuenten con servicios especializados enfocados al segmento de personas con discapacidades reducidas. Además es amplia la demanda de estos servicios por parte este mercado, que desean conocer y divertirse desarrollando actividades de turismo y recreación.

Por otro lado en cuanto a la legislación actual para el desarrollo de actividades turísticas la agencia de viajes cuenta con todos los documentos necesarios y sigue las normas vigentes según la ley.

C. COMO SATISFACE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

Los productos que se quieren ofrecer son paquetes turísticos para personas discapacitadas en la ciudad de Bogotá y ciudades circunvecinas, desarrollando turismo histórico - cultural y paquetes de turismo de ecológico operados en municipios cercanos a la ciudad. En un futuro "Viajando con los sentidos" estará a la vanguardia del mercado ofreciendo novedosos productos e incluyendo otros destinos y nuevas actividades, así crecerá a nivel empresarial y personal.

FACTORES CLAVES DE EXITO

- Información veraz de cada uno de los sitios de interés.
- Profesionalismo de los diferentes operadores en los destinos.
- Servicios complementarios adicionales sin costo adicional. (servicio de enfermería, recreadores y psicólogos).
- Responsabilidad y compromiso con nuestros usuarios.
- Variedad de actividades turísticas, culturales y recreodeportivas.
- Incentivos para nuestros usuarios.

D. MARCA

Razón Social: **VIAJANDO CON LOS SENTIDOS**

Slogan: **¡Una Experiencia para ti!**

LOGO:







**RECORRIDOS TUE...USTUGOS
PARA PERSONAS DISCAPACITADAS IS
GRATUITOS!**

Ven y participa de sensaciones recorridos por el Centro Histórico de Bogotá.

Recorridos especiales para personas con discapacidad, que le permiten conocer la ciudad, sus atractivos y disfrutar de un rato ameno, lleno de diversión y elegancia.

Participa con nosotros los recorridos incluyen:

- ✓ Visita a los principales sitios de interés en el sector del Centro Histórico de La Candelaria
- ✓ Plaza de Bolívar y alrededores
- ✓ Museo Bolero y Casa de la Mariposa
- ✓ Museo Nacional
- ✓ Transporte especial
- ✓ Guía Profesional de Turismo
- ✓ Enfermero

Contactenos: Calle 53 Carrera 17 esquina, Teléfono: 6813631
E-mail: visitabogota@ciudaddebogota.gov.co o Móvil 3105588008.

VII. PRECIO

A. Condiciones Económicas

COSTO VARIABLE UNITARIO:

PLAN VIVA Y RECORRA BOGOTÁ			
COSTO UNITARIO POR PAX			
Transporte			8.000
Guia			5.000
Almuerzo Especial			22.000
Refrigerios			8.000
Museo del Oro			3.000
Enfermera			5.000
COSTO VARIABLE DEL PAQUETE A PRODUCIR			\$ 51.000
UNIDADES A PRODUCIR	1	COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 51.000

Utilidad 10%: \$ 5.100

VALOR PAQUETE PARA LA VENTA: \$56.100

El plan incluye:

- Traslados en busetas o buses de turismo de lujo con la infraestructura adecuada para movilizar personal discapacitado.
- Recorrido guiado por el Centro Histórico "La Candelaria" visitando sus principales sitios de interés.
- Ingreso al museo del oro, recorrido guiado.
- Ingreso al Museo Botero, recorrido guiado
- Almuerzo y refrigerios de media mañana.
- Guia Profesional durante todo el recorrido.
- Enfermera profesional durante todo el recorrido

El precio no incluye

Gastos no especificados en el programa

B. Valores del Producto

- ✓ Producto nuevo y llamativo para este grupo de mercado.
- ✓ Ofrecemos seguridad, conocimiento, recreación y diversión
- ✓ Vivencia de nuevas experiencias
- ✓ Sano esparcimiento
- ✓ Integración e inclusión a la sociedad
- ✓ Tolerancia
- ✓ Rehabilitación Integral

IX. DISTRIBUCIÓN

"VIAJANDO CON LOS SENTIDOS", Operador de turismo receptivo se dedica exclusivamente a diseñar, organizar, comercializar y operar paquetes turísticos para disfrutar de los atractivos naturales, culturales e históricos de la ciudad de Bogotá y su región. Actuando con intermediarios: Fundaciones para desplazados, discapacitados, algunos hoteles, guías de turismo certificados, impulsando, promocionando y posicionando a la capital y las ciudades que conforman su Región como grandes destinos turísticos de cultura, historia y recreación.

- FUNDACIONES

FUNDACION MI SANGRE:

Colombia es el país del mundo más afectado por las minas antipersonal con una víctima de 8 horas y en promedio 3 víctimas diarias, por eso la Fundación mi Sangre desea contribuir a minimizar el impacto que esta problemática genera en las víctimas ofreciendo soluciones integrales en educación para su reintegración social y económica a través de instituciones visibilizando el problema en Colombia



TELETON

La Fundación Teletón en sus treinta años de compromiso con la población con discapacidad, ha tenido una interesante evolución de lo clínico a lo social. Esta nueva aproximación le ha permitido desarrollar una dinámica diferente, acorde con las nuevas tendencias conceptuales de la percepción de la discapacidad, en donde, como usted bien sabe, los gobiernos, el entorno internacional y la sociedad civil en general, juegan un papel relevante.

FUNDACION
teletón

La continua búsqueda de la garantía de los derechos se estructura como el garante de lo que hemos llamado "la equiparación de oportunidades", herramienta fundamental para la inclusión de la población con discapacidad.

Para la Fundación Teletón es clara la necesidad de darle continuidad a los procesos de intervención que requieren estas personas, y que, finalmente nos permitirán dirigirlos hacia una verdadera inclusión sociolaboral y a la posibilidad de lograr su plena autonomía y autodeterminación.

FUNDACION CORAZON VERDE



La Fundación Corazón Verde trabaja día a día desarrollando diferentes programas para mejorar la calidad de vida de viudas y huérfanos de Policías fallecidos en servicio activo, apoyándolos en la solución de sus necesidades básicas como educación, vivienda, empleo y, además, brinda apoyo psicológico para superar el duelo causado por la muerte de sus seres queridos, a través de sus programas Grado 11, Bajo Techo y Presentes.

Desde su creación, la Fundación Corazón Verde ha entregado aproximadamente 2.254 auxilios educativos con su programa Grado 11; ha entregado 130 soluciones de vivienda con el programa Bajo Techo y ha atendido 2.520 personas familiares - viudas, huérfanos y padres- de policías fallecidos en servicio activo con el programa Presentes.

CIREC



Es una entidad sin ánimo de lucro que se encarga de rehabilitar integralmente a la población con deficiencias del sistema músculo-esquelético para lograr el mejoramiento de su calidad de vida a través del fortalecimiento de su capacidad funcional.

Además de la atención directa en rehabilitación, CIREC cuenta con diferentes programas que buscan ayudar a la población afectada por discapacidades en su interacción con la vida

Canales de distribución

Para distribuir nuestro producto necesitamos utilizar unos canales de distribución como los siguientes:

VIAJANDO CON LOS SENTIDOS –Cliente directo (Administración pública, entidades privadas y públicas, organizaciones sin ánimo de lucro)
VIAJANDO CON LOS SENTIDOS –Cliente (Personas discapacitadas)
VIAJANDO CON LOS SENTIDOS – Guías de Turismo – Cliente
VIAJANDO CON LOS SENTIDOS - Hotel – Cliente

El canal más visible es el dirigido directamente a las empresas públicas y privadas, ya que el gran número de paquetes turísticos se ofrecen directamente a nuestro cliente directo, siendo VIAJANDO CON LOS SENTIDOS LTDA la mayorista y creadora de planes turísticos para luego ser distribuida a los intermediarios como lo son los guías de turismo y hoteles y de esa forma llegar de manera más amplia al consumidor.

X. COMUNICACIÓN

Para poder vender todos nuestros productos es necesario darlos a conocer, a través de una fuerza de ventas implementando cuatro estrategias consideradas de gran importancia; estos son: medios visuales, familiarización con el producto, medios de comunicación y ventas personalizadas.

- Folletos *

Contienen información o reseña histórica del destino deseado, el logo y slogan de la agencia de viajes, fotos, mapas y servicios incluidos. Estos folletos deben fabricarse en el mejor papel y con el mejor diseño, además resaltando los servicios para las personas discapacitadas.

- Pancartas *

Las pancartas irán situadas en la agencia de viajes y los stands, son grandes y contienen nuestro logo, fotos e información de los destinos turísticos que promociona la agencia.

- Afiches *

Los afiches deben ser bien ilustrados, de un contenido preciso de información de todos nuestros servicios a ofrecer; deben llevar el logo y slogan de la empresa, además dentro de las instalaciones de la Agencia se deben colocar afiches de los destinos turísticos y de las diferentes actividades turísticas y recreativas que la agencia realiza.

- Otros Elementos de comunicación; *

Contamos con almanaques, camisetas y cachuchas con el Logo de la empresa y fotos para regalar a nuestros mejores y constantes clientes.

* Ver Anexos

Medios de Comunicación

- **Prensa**

Se realizarán publicaciones que contengan información exacta y corta acerca de los servicios que ofrece Viajando con los sentidos, y se incluirá el logo, slogan y contactos telefónicos.

- **Radio**

Se realizarán cuñas de 30 segundos cada una para transmitir las 3 o 4 veces al mes por emisoras Emisora Minuto de dios, Emisoras e las universidades como la Universidad Javeriana y Jorge Tadeo Lozano, Emisoras del FM y Candela Stereo.

- **Página Web**

Viajando con los sentidos contará con una página en Internet, explicando sus servicios, mostrando videos de los tours, fotografías de los atractivos que se visitan, del transporte, de los profesionales que los atenderán, etc; además de tener información básica de todos destinos turísticos del país, noticias turísticas y mapas interactivos; esta página se actualizará cada mes y se encontrará en varios idiomas: español, inglés, francés y alemán.

Promoción y ventas Personalizadas

La promoción y venta de nuestros paquetes turísticos se realizarán por medio de personal altamente capacitado capaz de satisfacer las necesidades de los clientes, con amplio conocimiento de los productos y servicios que ofrece la agencia, con la capacidad de responder a sus inquietudes; también deben ser personas de alta calidad humana, amables, serviciales, con conocimientos en diferentes recursos geográficos, en turismo, en relaciones públicas y en negocios.

Es muy importante que un representante de ventas o asesor comercial visite la mayoría de entidades públicas y privadas, fundaciones y organizaciones encargadas de velar por la integridad de las personas con capacidades reducidas de Bogotá y municipios cercanos, y a su debido tiempo se expandan a todo el territorio nacional.

Los stand también hacen referencia a promoción personalizada; en ellos se recibirá al público objetivo, es decir, las personas discapacitadas, siendo los stand pequeños centros de información y acercamiento de la empresa al consumidor.

Familiarización del servicio

Esta familiarización se realiza participando en Ferias Turísticas, Ferias o eventos en las Fundaciones y organizaciones de carácter social, allí la agencia contará con Stands y representantes de ventas, debidamente preparados con folletería y elementos propagandísticos, durante los cuales se realizará una fuerte motivación a nuestros clientes potenciales dándoles a conocer los beneficios que recibirán al adquirir nuestros productos.

- **Stands**

Los stands serán uno de los objetivos a mediano plazo, estarán ubicados en centros comerciales de la ciudad y en algunas fundaciones de carácter social, estos constarán de una mesa y un afiche largo de fondo donde estará el logo de la empresa, el slogan, los servicios, lo que se incluye y fotografías llamativas de las actividades que se realizan durante ellos.

En los stands se mostrará de forma directa al público toda la variedad de productos a ofrecer por medio de folletos, afiches y con personal altamente calificado con alta calidad humana y vocación de servicio al cliente.

- **Representantes de ventas**

Las diferentes gerencias actuarán como representantes de ventas en la ciudad de Bogotá, visitando todas las entidades y organizaciones encargadas de apoyar a este segmento del mercado para que promuevan los paquetes turísticos. Se sectorizará la ciudad para que cada representante cubra una zona específica.

- **Eventos de Carácter Social**

Se participará en eventos realizados por la Alcaldía Mayor de Bogotá, el Instituto Distrital de Turismo, ANATO (Asociación Nacional de Agencias de Viajes) y demás Ferias y eventos, para dar a conocer los productos a todo el gremio turístico.

- **Realización de concursos para los clientes**

Se realizarán concursos de Concentrece, de Quién quiere ser millonario, etc, los ganadores de estos concursos obtendrán recorridos en Bogotá gratis, camisetas, cachuchas, mugs, etc.

- **Kits**

Los kits personales son esenciales a la hora de captar la curiosidad del cliente y consentirlo para llegar a conquistarlo, ya que estos pueden ser ilustrados y con gran contenido de productos como chocolates, dulces, flores, llaveros, y muestras de nuestros servicios por medio de folletos, afiches, DVDs, etc.

XI. CONCLUSIONES

- Se diseñó el portafolio de productos de nuestra empresa, deduciéndose que los clientes necesitan encontrar los servicios que ofrecemos en un solo lugar y que la empresa sea efectiva en las actividades que organiza, teniendo en cuenta como punto de partida la creatividad, el transporte adecuado e infraestructura, de tal manera que lo programado llegue a un buen término en el aspecto empresarial, social y de servicio
- Como valor supremo, la diversión y la seguridad es el pre-requisito para la permanencia y el éxito de nuestro negocio. Gracias al rigor de nuestros procedimientos técnicos operacionales y administrativos, es posible brindar un servicio puntual, ágil y con la mayor de las diversiones y experiencias posibles aprovechando la rica cultura de la ciudad
- Reflejar amor a la vocación y el gusto propio por la asistencia a los demás. Es la afectividad, la cordialidad, el respeto y la amabilidad en el trato con nuestros clientes, viajeros socios y demás interlocutores. Es el sello de viajando con los sentidos

XII. BIBLIOGRAFIA

PAGINAS WEB

FUNDACION CORAZON VERDE
FUNDACION MI SANGRE
TELETON
SOLIDARIDAD POR COLOMBIA
EL TIEMPO
MUSEO NACIONAL
ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA
CIREC
BOGOTA POSITIVA

MATERIAL PROMOCIONAL

1. FOLLETOS

operatividad@cooperativadesentidos.org.co o en Móvil 3105588008'."/>

**RECORRIDOS TUE...ESTUCOS
PARA PERSONAS DISCAPACITADAS ¡¡
GRATUITOS!**

Ven y participa de sensacionales recorridos por el Centro Histórico de Bogotá.

Recorridos especiales para personas con discapacidad, que le permiten conocer la ciudad, sus atractivos y disfrutar de un rato ameno, lleno de diversión y alegría.

Participa con nosotros, los recorridos incluyen:

- ✓Visita a los principales sitios de interés en el sector del Centro Histórico de LaCandelaria
- ✓Plaza de Bolívar y alrededores
- ✓Museo Botero y Casa de la Moneda
- ✓Museo Nacional
- ✓Transporte especial
- ✓Guía Profesional de Turismo
- ✓Enfermera

Contáctenos: Calle 53 Carrera 17 esquina, Teléfono: 681 3831
E-mail: operatividad@cooperativadesentidos.org.co o en Móvil 3105588008

2. ALMANAQUES



Contactos: Calle 52 Carrera 17 esquina Tel Aviv 5813921
Email: viajandoconlossentidos@gmail.com Móvil: 3105580008

enero	febrero	marzo
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
abril	mayo	junio
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
julio	agosto	septiembre
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
octubre	noviembre	diciembre
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

3. DEMAS MATERIAL PROMOCIONAL



CACHUCHAS

CAMISETAS

POCILLOS

2. ALMANAQUES



Calle Comercio 571 Carrera 12 Bogotá Teléfono: 5013821
 Email: viajes@viajandoconlos sentidos.com Móvil: 3105580008

enero	febrero	marzo
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
abril	mayo	junio
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
julio	agosto	septiembre
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
octubre	noviembre	diciembre
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

3. DEMAS MATERIAL PROMOCIONAL



CACHUCHAS



CAMISETAS



POCILLOS

4. DISEÑO DE PAGINA WEB

