

**Diseño de un paquete turístico especializado en el arte del tatuaje en las localidades  
Chapinero y Candelaria de la ciudad de Bogotá**

Laura Daniela Bejarano Vásquez  
Nelson Enrique Medina Barragán

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Hotelería y Turismo  
Bogotá, DC  
2019

**Diseño de un paquete turístico especializado en el arte del tatuaje en las localidades  
Chapinero y Candelaria de la ciudad de Bogotá**

Laura Daniela Bejarano Vásquez  
Nelson Enrique Medina Barragán

Director  
Jorge Alexander Mora

Trabajo de grado para optar al título de Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Hotelería y Turismo  
Bogotá, DC  
2019

## **Dedicatoria**

Dedicamos este trabajo de grado primeramente a Dios por llenarnos de sabiduría, paciencia y enviarnos personas tan importantes que fueron grandes guías para la ejecución del mismo, a nuestros padres por apoyarnos desde el primer momento, siempre brindándonos motivación y enseñándonos que con pasión todo se puede lograr. El camino no fue fácil pero siempre tuvimos grandes personas que nos impulsaron para nunca desfallecer y lograr finalmente la realización de este proyecto de vida que está próximo a concluir.

*Laura Daniela Bejarano Vásquez*

*Nelson Enrique Medina Barragán*

## **Agradecimientos**

Agradecemos primeramente a Dios que siempre nos acompañó y nos bendijo en cada peldaño que escalamos, a nuestras familias que fueron las primeras personas en apoyarnos cuando emprendimos esta carrera.

A nuestro tutor Jorge Alexander Mora Forero y el docente Alvelayis Nieto quienes fueron nuestra guía en el proceso de investigación y siempre estuvieron prestos a brindarnos su conocimiento.

También queremos agradecer a los estudios de tatuaje Big Brother, La Chirinola Tattoo y Body Art que siempre estuvieron dispuestos a colaborar y fueron muy amables en cada visita que realizamos.

*Laura Daniela Bejarano Vásquez*

*Nelson Enrique Medina Barragán*

## **Resumen**

El presente trabajo es una propuesta de un paquete turístico llamado arte y tinta que pretende lograr el desarrollo de productos nuevos del turismo creativo, con actividades relacionadas con el turismo de tatuajes en dos localidades de Bogotá: Candelaria y Chapinero, considerando que la ciudad cuenta con una gran cantidad de establecimientos de tatuajes con gran potencial que permiten el desarrollo de esta actividad. Se tuvieron en cuenta conceptos como producto turístico experiencial, arte, turismo creativo, entre otros importantes.

La metodología utilizada fue de enfoque mixto, que permitió identificar la oferta de establecimientos de tatuajes, además de identificar el perfil del cliente potencial para desarrollar la actividad. Finalmente se logró diseñar un paquete turístico al que se le dio el nombre “Arte y tinta” que involucra actividades en establecimientos de tatuajes y actividades culturales y creativas que permiten al turista empaparse de este arte.

*Palabras clave:* Industria creativa, paquete turístico, turismo de tatuajes, tatuaje, innovación.

## **Abstract**

The following paper present a proposal of a tourist package called Art and Ink that aims to achieve the development of new products of creative tourism, with activities related to tattoo tourism in two locations in Bogotá: Candelaria and Chapinero, considering that the city has a lot of tattoo establishments with great potential that allow the development of this activity. Concepts as a tourist product were taken into account experiential, art, creative tourism, among other important.

The methodology used was a mixed approach, which allowed identifying the supply of tattoo establishments, in addition to identifying the profile of the potential client to develop the activity. Finally it was possible to design a tourist package that was given the name Art and ink ;that involves activities in tattoo establishments and cultural and creative activities that allow tourists to soak up this art.

*Keywords:* Creative industry, tourist package, tattoo tourism, tattoo, innovation

## Tabla de contenidos

1. Introducción.....	9
2. Problema de investigación.....	10
2.1 Formulación del problema .....	10
2.2 Descripción del problema.....	10
2.3 Justificación.....	11
3. Marco de referencia .....	12
3.1 Marco teórico .....	12
3.2 Marco conceptual .....	14
3.3 Marco geográfico .....	14
3.4 Delimitación .....	15
3.5 Marco legal.....	16
3.5.1 Acuerdo 103 de 2003. ....	16
3.5.2 Resolución 2263 de 2004. ....	17
3.5.3 Política de turismo cultural. ....	17
4. Objetivos.....	18
4.1 Objetivo general .....	18
4.2 Objetivos específicos.....	18
5. Metodología.....	19
5.1 Enfoque y tipo de investigación .....	19
5.1.1 Enfoque mixto.....	19
5.2 Tipo de investigación .....	19
5.2.1 Investigación exploratoria. ....	19
5.3 Técnicas de recolección .....	19
6. Capítulo I Oferta de los establecimientos de tatuajes en la candelaria y chapinero y su incidencia para el desarrollo del turismo .....	21
6.1 Fichas técnicas establecimientos de tatuajes .....	25
6.2 Tipología del tatuaje.....	29
6.3 Entrevistas a tatuadores.....	32
6.4 Consideraciones finales.....	34
7. Capítulo II Mercado potencial del turismo de tatuajes en la ciudad de Bogotá .....	35
7.1 Las motivaciones de los turistas.....	35
7.2 La economía naranja y la industria creativa.....	36

7.3 Los 7 mejores lugares para tatuarse en el mundo y sus mejores tatuadores.....	38
7.4 Encuestas.....	40
7.5 Perfil del cliente identificado .....	45
7.6 Consideraciones finales.....	46
8. Capítulo III Diseño de un paquete turístico en la ciudad de Bogotá .....	47
8.1 Paquete turístico .....	47
8.2 Consideraciones para la creación de un paquete turístico.....	47
8.3 Oferta de actividades paquete turístico arte y tinta .....	48
8.4 Murales Graffiti Tour .....	50
8.5 Itinerario del paquete – Opción 1 .....	58
8.5.1 Mapa del recorrido .....	60
8.5.2 Costeo del paquete. ....	60
8.5.3 Punto de equilibrio opción 1 .....	63
8.6 Itinerario del paquete – Opción 2.....	63
8.7 Observaciones .....	65
8.8 Servicios complementarios .....	66
8.8.1 Mapa del recorrido 2 .....	70
8.8.2 Costeo del paquete opción 2.....	71
8.8.3 Punto de equilibrio .....	73
8.9 Aspectos importantes a tener en cuenta .....	73
8.9.1 Derechos y Deberes de los turistas.....	73
8.9.2 Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico. ....	74
8.9.3 Requisitos Legales.....	74
8.10 Consideraciones Finales .....	75
Conclusiones .....	76
Recomendaciones .....	77
Referencias.....	78
Anexos .....	81



## 1. Introducción

En la actualidad Colombia es un destino cuyo valor turístico ha presentado un alto crecimiento, todo esto gracias al reconocimiento que ha ganado en el mundo como un país diverso tanto natural como culturalmente y hoy en día muestra un gran potencial en todo lo referente a la industria creativa que es una de las exigencias del turista actual ya que lo que busca principalmente es el encontrar productos innovadores. Debido a dichas preferencias el Instituto Distrital de Turismo (IDT) promueve el desarrollo de nuevos productos en el ámbito del turismo que respondan a las necesidades del mercado.

Con el fin de desarrollar productos innovadores la ciudad de Bogotá le apuesta a la generación de turismo creativo que se representa mediante la danza, la música, la gastronomía, la fotografía, el arte, entre otros. Dentro de los productos a destacar de esta índole se encuentra el graffiti tour que exhibe la realidad social plasmada por jóvenes artistas locales mediante murales coloridos y muy bien elaborados que se pueden encontrar en lugares representativos de Bogotá como el centro histórico, la candelaria y la avenida carrera séptima, sitios emblemáticos y muy concurridos por viajeros que buscan salir de lo cotidiano.

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo el diseño de un paquete turístico que apunta a la industria creativa por medio del arte de los tatuajes para que el turista tenga una experiencia fuera de lo convencional y le permita empaparse de la cultura del tatuaje y al final llevarse otra perspectiva de la ciudad. Para el logro de este objetivo se utilizó una metodología de investigación exploratoria que Hernández (2003) define así: “la investigación exploratoria se efectúa normalmente cuando el objetivo a examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado ante (p. 1)”.

El proyecto inicia con la identificación de la oferta de establecimientos de tatuajes en las dos localidades investigadas (Chapinero y Candelaria) mediante la observación y elaboración de unas fichas técnicas con datos característicos de estos. Además, se determina el perfil del cliente potencial que podrá adquirir el paquete turístico arte y tinta, en último lugar hace la descripción de este con el fin de una futura realización del mismo.

## **2. Problema de investigación**

### **2.1 Formulación del problema**

¿Cuáles son los elementos para el diseño de un paquete turístico de tatuajes en Chapinero y la candelaria?

### **2.2 Descripción del problema**

El turismo de tatuajes no es una práctica muy conocida en el mundo, actualmente solo países como Japón y Tailandia la practican y son los que más reciben este tipo de turismo no convencional. Aunque en diferentes países se realizan convenciones y festivales que giran alrededor de los tatuajes y sus grandes artistas, aún no se cataloga el tattourism como una fuente potencial de turismo y de economía. De igual forma, países como argentina, España y México son los países que más personas tatuadas tienen según encuestas realizadas por Dalia consultora de Mercado multinacional en el año 2018. Es así como se evidencia que son estos países los que emiten la mayor cantidad de turistas apasionados por los tatuajes y que se desplazan con el fin de realizarse un tatuaje con artistas reconocidos internacionalmente o por el simple hecho de conocer nuevas técnicas y culturas ancestrales que practican este arte.

En Colombia más exactamente en su capital Bogotá existen numerosos establecimientos que realizan tatuajes y procedimientos estéticos ya sea de alto o bajo reconocimiento, estos lugares desconocen un nuevo tipo de turismo que está en auge a nivel mundial. El cual recibe el nombre de turismo de tatuajes o tattourism, que consiste en desplazarse a una ciudad o país determinado para realizarse un tatuaje con diferentes técnicas y con la intención de plasmar en su piel diferentes culturas. El país se ha enfocado en otros tipos de turismo más reconocidos como lo son el turismo ecológico, turismo de negocios, turismo de salud, entre otros. Pero es apenas en el 2019 que se está hablando de turismo creativo y es en este tipo de turismo en donde podemos catalogar y reconocer al tattourism como una fuente de turismo que aporte al desarrollo económico y cultural del país dentro de la industria turística

En Bogotá se desconoce este tipo de turismo cuyo potencial es elevado, ya que la capital colombiana cuenta con una oferta de establecimientos de tatuajes notable pero lamentablemente sin una entidad que introduzca esta práctica a lo cultural. Para que pase de ser solo un negocio convencional a una trascendental forma de que un turista conozca y se lleve consigo una parte de la cultura y creatividad que caracteriza a los artistas colombianos. Se debe contemplar al turismo de tatuajes en Bogotá como una oportunidad de ampliar la oferta turística y llevarla de lo

convencional a lo innovador y a lo cultural, posicionándose en el mercado como un nuevo tipo de turismo que capte la atención de un público más joven que se interese y quiera visitar la ciudad, pues la mayor cantidad de turistas que visitan el país son personas de edades entre los 40 y 60 años.

### **2.3 Justificación**

Los motivos que llevan a realizar esta investigación son con el fin del desarrollo de nuevos productos y la captación de un público más joven que hoy en día tiene mayor fuerza a nivel mundial, y que se esperaría llegue masivamente a la ciudad. Gracias a la nueva tendencia del turismo creativo que está integrado por varias categorías de turismo muy llamativas para este público como lo son: el arte, la gastronomía, la música; un ejemplo claro y ya existente es el Grafiti Tour ya que es una de las ofertas que ofrecen la industria creativa.

Es por esto que el arte de los tatuajes tiene la posibilidad de ser reconocido y óptimamente estructurado para adentrarse en las ramas de las nuevas tendencias del turismo nacional e internacional, siendo Bogotá una ciudad creativa. La finalidad del turismo de tatuajes es vivir una experiencia significativa, sentimental y simbólica de algún viaje o experiencia que tuvo el turista, siendo el tatuaje el souvenir y recuerdo que llevara plasmado en su piel.

### 3. Marco de referencia

#### 3.1 Marco teórico

El turismo es una práctica milenaria que ha evolucionado considerablemente con el pasar de los años, gracias a las nuevas tendencias, tecnologías y público que cada vez es más joven, exigente y que busca nuevas formas de viajar, esto obliga a una constante actualización en torno a las corrientes turísticas para que así se capte la atención de este público joven y que quiere salir de lo convencional. Es por esto que en la actualidad se está trabajando con el denominado turismo creativo.

“En el que el visitante tiene una interacción educativa, emocional, social y participativa con el lugar, su cultura y sus autóctonos. Este turismo ofrece a los visitantes la oportunidad de desarrollar su potencial creativo mediante la participación activa en cursos y experiencias características del lugar” (Mazarrasa, 2016, p.196).

Latinoamérica además de ser un continente rico y ampliamente reconocido por su ecología y biodiversidad también tiene una extensa oferta cultural e histórica que atrae significativamente a millones de turistas que quieren empaparse por el sabor latino y sus costumbres (Marín de la Rosa, 2003). Además, de hacerse partícipe, en las practicas que se realicen en cada lugar que visitan eso es lo más valioso para el turista llevarse esa experiencia a su lugar de origen.

Por consiguiente, el turismo creativo cada vez está tomando más fuerza en el mundo y así mismo van naciendo nuevas prácticas como lo son el grafiti tour, turismo naranja, turismo musical y turismo de tatuajes. El último mencionado ya se practica en Europa y Asia, pero no de una manera formal (Mazarrasa, 2016).

El turismo de tatuajes o tattourism en la actualidad es una nueva técnica que se está desarrollando en el mundo para entender más allá el arte del tatuaje, es por ello que hay que saber a dónde se remontan los tatuajes y que técnicas se utilizaban antiguamente en diferentes culturas y países. La palabra tatuaje procede del polinesio “golpear” y se le define “técnica de decoración del cuerpo mediante la inserción de sustancias colorantes bajo la epidermis, una vez que esta ha sido perforada con un instrumento punzante” (Ganter, 2005, p.27).

Esta técnica tan antigua parece ser tan antiguo casi como el humano y sus orígenes ya que se dice que se hallaron huesos puntiagudos en una cueva prehistórica y en el antiguo Egipto. De acuerdo a estadísticas uno de cada tres jóvenes adultos hoy tiene un tatuaje, en la siguiente tabla se mostrarán porcentajes de los países con más personas tatuadas en el mundo.

Tabla 1.

*Estadísticas países con personas más tatuadas en el mundo.*

<b>País</b>	<b>Porcentaje de personas tatuadas</b>
España	42%
Italia	48%
Suecia	47%
Estados Unidos	46%
Australia	43%
Argentina	43%

*Nota:* Elaboración propia a partir de Dalia Research (2010).

El tattourism en la modernidad ha sido realizado miles de veces quizás no bajo el nombre de turismo sino por personas que quieren y deciden realizarse estas prácticas en sus cuerpos ya sea por su artista favorito o por el simple hecho de querer marcado la simbología o cultura de un país o ciudad al que han viajado.

Por consiguiente, se puede evidenciar que esta práctica se está convirtiendo en tendencia y cada vez son más las personas que se trasladan de un lugar a otro con el fin de experimentar y conocer las técnicas que manejan los tatuadores de diferentes partes del mundo; dos destinos reconocidos en recibir este tipo de turismo no convencional como lo es el tattourism son, Japón y Tailandia ya que son países en los que la cultura de los tatuajes es ancestral, tiene un carácter místico y mágico, cabe aclarar que las personas que realizan tattourism son las verdaderamente apasionadas por los tatuajes y se desplazan a lugares lejanos en donde hoy en día se mantienen antiguas tradiciones, rituales y técnicas para realizarlos y vivir una experiencia que los remonta a cientos de años atrás.

En la actualidad se realizan festivales y convenciones internacionales especializados en tatuajes y es ahí en donde los apasionados por este arte, se trasladan para conocer a los artistas más reconocidos y posiblemente ser tatuados por ellos, los eventos más reconocidos son: Singapur Tattoo Show o Sídney Tattoo & Body Art Expo.

Colombia también cuenta con eventos reconocidos como el Tattoo Music Fest realizado en Bogotá más específicamente en Corferias donde se reúnen más de 250 expositores nacionales e internacionales de países como Dinamarca, Polonia, Perú, Ecuador, entre otros.

## **3.2 Marco conceptual**

### **3.2.1 Producto turístico experiencial.**

Es capaz de ser multisensorial, responsable, personal, único y cualitativo emocionalmente, así como tener la capacidad de generar conexión a partir de su creación creado en función de los deseos del turista (Fontur, 2003).

### **3.2.2 Tatuaje.**

Modificación de la piel y el cuerpo en general de manera permanente. Ese pigmento intradérmico que da origen a la figura se manifiesta como un tipo de lenguaje no verbal que produce dolor y posible rechazo social (Ramírez, 2006).

### **3.2.3 Turismo creativo.**

Permite a los viajeros descubrir y entender la cultura local participando en actividades artísticas y creativas con los residentes en la co-creación de experiencias (Raymond, 2000; Richards, 2000).

### **3.2.4 Turismo cultural.**

El concepto de turismo cultural comenzó a fraguarse a principios de los años noventa, cuando surgió la necesidad de planificar y controlar actividades de consumo en destinos turísticos, que se cruzaban o solapaban con actividades culturales. También se consolidó ante la necesidad de crear una categoría de análisis, que explicara cómo la cultura se está mercantilizando y cómo los consumos turísticos se han especializado (Nieto, 2016)

### **3.2.5 Turismo creativo.**

Enriquecimiento cultural y efectos positivos sobre la autoestima de los residentes. Tema que aflora en las estadísticas de desigualdad económica, acentuada en ciudades y territorios turísticos como Cartagena, el pacífico o San Andrés y Providencia, donde las brechas económicas y sociales entre turistas y poblaciones receptoras son abismales (Creative Tourism Network, 2013).

## **3.3 Marco geográfico**

El área de estudio comprende un territorio ubicado en la parte centro y norte de la ciudad de Bogotá más específicamente los barrios Chapinero ubicado en el sector norte de la ciudad y el barrio la Candelaria ubicada en el centro de la ciudad. Estas son zonas donde el mercado de tatuajes es abundante y se encuentran tiendas prestigiosas y llenas de cultura en la ciudad de Bogotá.

Estudios de tatuaje ubicados en chapinero alto como Big brother tatto studio, Acid Ink, Classic Love Tattoo, Store Tattoo; y en la Candelaria estudios reconocidos como Body art Bogotá,

Dinamita Barber Tatto, La Chirinola, entre otros que manejan diferentes prácticas de tatuaje y piercings en Bogotá.

Colombia cuenta con tatuadores con mucho talento y reconocidos no solo a nivel nacional sino de manera internacional por ganar convenciones en diferentes categorías o estilos de tatuajes, llevando en alto a Colombia. Jhon Rodríguez se puede considerar como uno de los mejores tatuadores y de los más importantes en la historia del tatuaje en Colombia, fundador de uno de los estudios más importantes llamado “Zone colors “y Carlos Andres Torres quien lleva su talento hasta Maryland, Estados unidos desde Arkham tatto uno de los estudios en los que se llevara a cabo el proyecto.

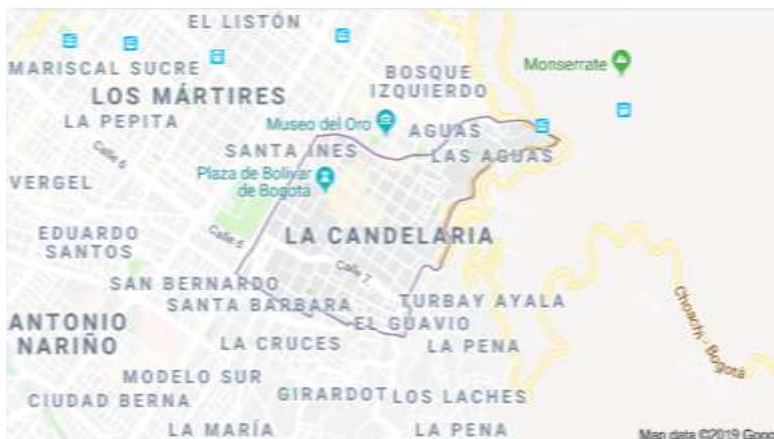


**Figura 1.** Localidad de Chapinero y candelaria. Google maps (2019)

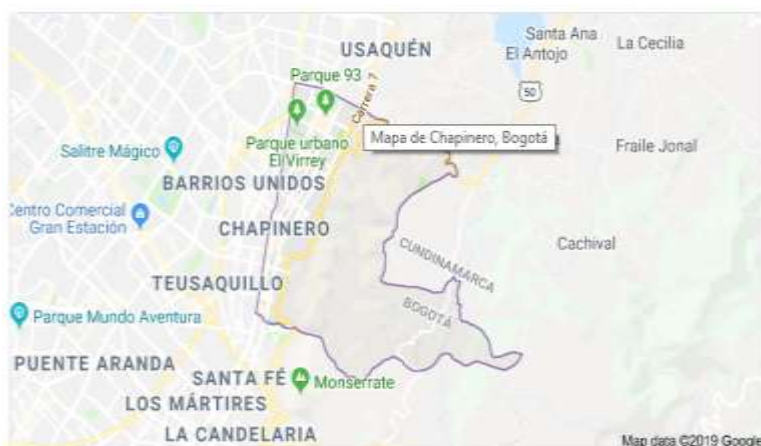
### 3.4 Delimitación

Este proyecto busca observar la oferta y la demanda que pueden tener dos localidades de Bogotá para poder llegar a realizar tattourism mediante un estudio de su factibilidad o viabilidad. El proyecto se realizará en la ciudad de Bogotá más exactamente en dos localidades, la primera ubicada en la zona centro de la ciudad llamada Candelaria y en la zona norte llamada Chapinero.

A continuación, se presentan los mapas de las respectivas localidades a estudiar.



**Figura 2.** Localidad de Candelaria. Google maps (2019)



**Figura 3.** Localidad Chapinero. Google maps (2019)

### 3.5 Marco legal

#### 3.5.1 Acuerdo 103 de 2003.

Dictan las medidas para proteger la salud de las personas que se realizan tatuajes en el Distrito Capital de Bogotá, este acuerdo tiene el objetivo de establecer las condiciones básicas necesarias que deben cumplir los establecimientos que realizan tatuajes o piercing, en su artículo sexto se dan las condiciones higiénico- sanitarias para la realización de tales prácticas, en el artículo octavo se especifican las condiciones que se deben tener durante el procedimiento y en el artículo noveno y décimo nombra las obligaciones de los tatuadores y piercers además de la obligación de informar los riesgos que puede tener esta práctica (Secretaría Distrital de Salud, 2003).



### **3.5.2 Resolución 2263 de 2004.**

Establece los requisitos para la apertura y funcionamiento de los centros de estética y similares en este caso establecimientos que realicen procedimientos como microcirugías (tatuajes) y procedimientos invasivos (piercing). Mediante doce artículos esta resolución establece y define técnicas de limpieza, requisitos de funcionamientos, documentación legal, vigilancia y control, entre otros que especifican el debido funcionamiento de dichos establecimientos (Ministerio de salud, 2004).

### **3.5.3 Política de turismo cultural.**

Donde se busca promover la práctica del turismo cultural en el territorio nacional, la capacidad de crear nuevos emprendimientos y con esto la potencialidad para consolidar una cadena productiva en torno a las industrias culturales que según la UNESCO las industrias culturales abarcan a aquellas que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos inmateriales propias de una cultura (Mincit, 2007).

## **4. Objetivos**

### **4.1 Objetivo general**

Proponer un paquete turístico de tatuajes en las localidades Chapinero y Candelaria de la ciudad de Bogotá, de acuerdo a las características del cliente potencial.

### **4.2 Objetivos específicos**

- Identificar la oferta de los establecimientos de tatuajes en la Candelaria y Chapinero y su incidencia para el desarrollo del turismo.
- Describir el perfil del cliente potencial en desarrollar turismo de tatuajes en la ciudad de Bogotá.
- Diseñar un paquete turístico especializado en el arte de los tatuajes en las localidades Chapinero y Candelaria de la ciudad de Bogotá.

## 5. Metodología

### 5.1 Enfoque y tipo de investigación

#### 5.1.1 Enfoque mixto.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008).

Con lo anterior se pudo definir que el proyecto tendrá un enfoque mixto ya que se evaluará la oferta de establecimientos de tatuajes y los potenciales turistas que quieran desarrollar esta nueva tendencia.

### 5.2 Tipo de investigación

#### 5.2.1 Investigación exploratoria.

La investigación exploratoria ya que según Hernández (2003)” la investigación exploratoria se efectúa normalmente cuando el objetivo a examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.

### 5.3 Técnicas de recolección

Tabla 2.

*Técnicas de recolección.*

Objetivo	Instrumento
Identificar la oferta de los establecimientos de tatuajes en Candelaria y Chapinero y su incidencia para el desarrollo del turismo.	Observación. Fichas técnicas. Entrevista.
Describir el perfil del cliente potencial en desarrollar turismo de tatuajes en la ciudad de Bogotá.	Encuesta.

Diseñar un paquete especializado en el arte del tatuaje en las localidades Chapinero y Candelaria de la ciudad de Bogotá.	NTS AV 004
---	------------

*Nota:* Elaboración propia.

## 6. Capítulo I Oferta de los establecimientos de tatuajes en la candelaria y chapinero y su incidencia para el desarrollo del turismo

En el siguiente capítulo se hablará acerca de los primeros establecimientos y primeros artistas del tatuaje en Colombia, así como también la amplia oferta que tiene la ciudad de Bogotá más específicamente en Chapinero y Candelaria. Así mismo se presentarán las diferentes técnicas y tipología de los tatuajes, además de una selectiva oferta de establecimientos identificados mediante la observación del trabajo de campo realizados en estas dos localidades y que mostraron la madurez para poder desarrollar turismo.

En Colombia actualmente se está generando la necesidad de fomentar y generar buenas prácticas al realizar tatuajes y procedimientos estéticos de este tipo, por ello se creó la Asociación Colombiana de Tatuadores de Colombia (ACTC) que encabeza Alejandro Páez. Su meta es convertir este tipo de arte en un negocio formal y regulado, además de esto en lograr una certificación para los artistas.



**Figura 4.** Alejandro Páez, presidente de la ACTC. Museo de trajes regionales (2019)

Se sabe que hay un gran volumen de informalidad en el mercado, por eso mismo la ACTC busca regular las tarifas de los artistas y promover la seguridad en el cliente que se va a realizar el procedimiento, además el gran objetivo que tiene la asociación es la realización de un censo del sector puesto que se conoce muy poco respecto al negocio. Son aproximadamente 300 tatuadores activos en la ciudad de Bogotá y a nivel nacional en ciudades como Cali, Medellín y Pereira tiene más de 1.000 tatuadores ejerciendo el arte del tatuaje (Revista dinero, 2017, p. 1).

Para formalizar un estudio de tatuaje como mínimo se debe estar inscrito en la cámara de comercio con documentación al día y aprobado por la Secretaria de Salud para poder funcionar, además se debe tener conocimientos en microbiología de patógenos que la Gut Microbiota for Healt (GMFH) (2015) define como:

“agentes infecciosos que pueden provocar enfermedades a su huésped. Este término se emplea normalmente para describir microorganismos como los virus, bacterias y hongos, entre otros. Estos agentes pueden perturbar la fisiología normal de plantas, animales y humano” (p. 1).

El tatuaje moderno llegó a Colombia en los años setenta y ochenta por el caleño Leonardo Ríos (1940-2009) luego de visitar Estados Unidos para aprender acerca del tatuaje e que cada vez crecía más como expresión artística, su negocio fue llamado Leos Tattoos Studio en la ciudad de Cali, este se considera en primer centro formal de tatuajes en el país.



**Figura 5.** Leo Ríos, Fundador del primer estudio de tatuajes en Colombia. Página web Leo's Tatto (2019)

En la ciudad de Bogotá el tatuaje llegó en 1988 con el estudio Danny Tatto cuyo propietario belga Daniel Severi dio apertura a esta práctica en la capital colombiana, pasando por diferentes dificultades hasta lograr la popularidad de su negocio en el centro de Bogotá.

Aproximadamente diez años después ya existían cerca de ochenta establecimientos de tatuaje en Bogotá, liderados por propietarios con diferentes carreras ya sea diseñadores gráficos o artistas plásticos como por ejemplo Bryan Sánchez antioqueño que es actualmente catalogado como un referente del tatuaje en Colombia y Latinoamérica al estilo watercolor o acuarela que Richman (2018) define como “entintado corporal con su estilo etéreo, formas fluidas y tonos vivos”.

Además de ser reconocido por sus trabajos es el primer latinoamericano en sacar su propio set de tintas con su nombre como sello.



**Figura 6.** Brazo Tatuado. Instagram Bryan Sánchez- Tatuador (2018)

Colombia a través del tiempo ha adquirido mayor reconocimiento en el mundo, hoy en día son muchos los países que conocen de Colombia ya sea por ser un país productor de café, por sus jugadores de fútbol o deportistas olímpicos, su gastronomía, paisajes increíbles llenos de especies únicas, cantantes que han llegado a los rincones más alejados del mundo o lamentablemente por su pasado violento o marginado por el narcotráfico; actualmente el turismo en Colombia ha tenido un auge demasiado significativo convirtiéndolo en un país indispensable en la lista de destinos a visitar y el turismo creativo es un alto contribuyente de esto según Korstanje (2015).

Para Nieto (2018) el Turismo Creativo consiste en una práctica cada vez más extendida y aceptada donde visitante y residente establecen un dialogo de cooperación que permite mejorar la filosofía de vida en ambas partes. Derivado de una parte del turismo cultural, se sobreentiende que el turista intenta conocer al nativo alejándose de las formas estereotipadas y hedonistas de turismo clásico como sol y playa. (p.23).

Las experiencias que puede dejar un país como Colombia rico en cultura, diversidad etnológica y acontecimientos históricos es grandiosa y eso específicamente es lo que busca el turista actual, empaparse de los lugares que visita; sentirse propio y llevarse más allá de un souvenir vivencias que quedaran plasmadas en su memoria para siempre, o por qué no en su piel como podría ser un tatuaje realizado por alguno de los mejores tatuadores del país. Según una de las mayores editoras de guías de viajes en el mundo Lonely Planet (2016) recomienda los 7 mejores países para tatuarse en el mundo, dentro de los cuales Colombia se encuentra en su top 3 acompañado de Canadá y

Finlandia, estos datos recopilados de una encuesta realizada a 5.200 personas en 16 países, este es un indicador muy alentador en temas de turismo ya que se capta la participación de un público joven que se interesaría por visitar el país dentro de un concepto creativo (pp. 1-5).



**Figura 7.** Croquis de Colombia. Instagram Leydi Vargas (2019)

En los estudios se ofertan trabajos personalizados donde el cliente elige los motivos y diseños bajo demanda, tatuajes predefinidos que es cuando el cliente elige un diseño del catálogo del estudio de tatuajes, existen también la restauración y rejuvenecimiento de trabajos, además a parte de tatuajes ofrece, por ejemplo, perforaciones o modificaciones corporales, venta de accesorios, venta de tintas y máquinas para tatuar (Fundación Pública Andaluza.2014, pp.1-2).





**Figura 8.** Águila Realista. Instagram playboy tatto artist (2019)



## 6.1 Fichas técnicas establecimientos de tatuajes

Las siguientes fichas técnicas facilitan la recopilación de datos para reconocer la oferta de establecimientos de tatuajes, datos como: Nombre del establecimiento, ubicación que en este caso son las localidades a estudiar, descripción del lugar y su trayectoria que permitirán conocer la experiencia y el posible desarrollo turístico que puedan tener.

<p style="text-align: center;"><b>Big Brother Tattoo Company</b></p>  <p><b>Figura 9.</b> Big Brother Tatto. Google maps (2019)</p>	<p>Big Brother Tattoo Company abrió sus puertas en el 2006 y desde ahí se ha posicionado como uno de los estudios más influyentes de la ciudad, cuenta con más de 5 artistas que han participado de convenciones nacionales e internacionales.</p> <p><b>Ubicación:</b> Cra 7 # 54-85, Chapinero.</p> <p><b>Servicios complementarios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta de set de tintas orgánicas.</li> <li>• Venta de máquinas para tatuar.</li> <li>• Perforaciones y joyas.</li> <li>• Laser.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Acid ink</b></p>  <p><b>Figura 10.</b> Acid ink. Google maps (2019)</p>	<p>Acid ink cuenta con 13 años de experiencia en el gremio posicionándose como uno de los establecimientos más antiguos del sector, en el laboran 7 prestigiosos artistas los cuales han participado de convenciones nacionales.</p> <p><b>Ubicación:</b> Calle 55 # 10-72, Chapinero</p> <p><b>Servicios complementarios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta de ropa.</li> <li>• Venta de accesorios.</li> <li>• Perforaciones y joyas</li> </ul>

### Classic Love Tattoo



**Figura 11.** Classic Love Tattoo. Google maps (2019)

Classic Love Tattoo tiene una trayectoria de 10 años en el gremio y cuenta con 8 artistas especializados en tatuajes de tipo tradicional, oriental, blackwork, cover up.

En el primer nivel del establecimiento está situado un restaurante artesanal.

**Ubicación:** Cra 6 # 58-63, Chapinero.

**Servicios complementarios:**

- Perforaciones y joyas.

### Store Tatto



**Figura 12.** Store Tatto. Google maps (2019)

Store Tattoo lleva 6 años desarrollando el arte de los tatuajes por este establecimiento han pasado artistas ganadores de premios nacionales.

Se especializa en la técnica realismo y hoy cuenta con 8 artistas que despliegan su talento.

**Ubicación:** Cra 13 #52 a -40, Chapinero., Chapinero.

**Servicios complementarios:**

- Perforaciones y joyas.

### Body Art



**Figura 13.** Body Art. Google maps (2019)

Este estudio cuenta con 5 años de trabajo en la industria de los tatuajes, posicionándose como uno de los mejores del sector en el laboran 8 artistas nacionales certificados que han participado de convenciones de tatuadores en el país.

#### **Ubicación:**

Av calle 19 #4-20

#### **Servicios complementarios:**

- Perforaciones, tatuajes, joyas.

Funciona como una academia en la que se ofrecen cursos tales como:

- Curso intensivo de tatuajes.
- Curso de realismo.
- Curso de perforación.

### Chirinola studio tattoo



**Figura 14.** Chirinola studio tattoo. Google maps (2019)

Este establecimiento se encuentra a dos cuadras del chorro de Quevedo y tiene una temática gótica que transmite curiosidad por visitarlo, el espacio es muy amplio y a su costado izquierdo se sitúa una tienda de artesanías colombianas. En este estudio laboran 5 artistas.

**Ubicación:** Cll. 12d #1-04 a dos cuadras del Chorro De Quevedo

#### **Servicios complementarios:**

- Venta de tintas orgánicas.

### Dinamita barber tattoo.



**Figura 15.** Dinamita Barber. Google maps (2019)

Este estudio y barbería es relativamente nuevo ya que se encuentra en el sector hace 3 años en el laboran 2 artistas del tatuaje y 2 barberos profesionales que prestan sus servicios simultáneamente.

**Ubicación:** Cra. 4 #12c-99

#### Servicios complementarios:

- Venta de accesorios y joyas. Servicio de barberia.

### El agujero tattoo.



**Figura 16.** El agujero tatto. Google maps (2019)

El Agujero Tattoo se encuentra hace 5 años en el sector y en el laboran 5 artistas especializados en técnicas como realismo y acuarela, es uno de los estudios más frecuentados por estudiantes de las universidades aledañas al centro histórico de la candelaria.

**Ubicación:** Calle 11#1-32

#### Servicios complementarios:

- Perforaciones.
- Venta de joyas
- Café y minibar.

## 6.2 Tipología del tatuaje

En el mundo de los tatuajes existen diferentes tipos, estos dependen del gusto del cliente y el significado que quiere plasmar. Cada profesional del tatuaje adopta su propio estilo que lo identifica y lo hace reconocido, su trabajo implica asesorar y plasmar la idea del cliente sin dejar a un lado su sello personal.

Tabla 3.

*Tipología de los tatuajes.*

**Tatuajes tradicionales:** Maneja diseños de imágenes populares de los años 1940 y 1950, y animales salvajes. Este tipo se caracteriza porque utilizan líneas gruesas, colores básicos y texturas sólidas.



**Figura 16.** Tatuaje tradicional. Tattoofilter (2019)

**Tatuajes nueva escuela:** Tatuajes que poseen mayor movimiento, variedad de colores fuertes y brillantes con mucho uso del blanco.

Son basados en comics o animaciones.



**Figura 17.** Tatuaje nueva escuela. Skin Tatto (2019)

**Tatuajes orientales- japoneses:** Tatuajes que tienen muchos significados o tienen mitos e historias que son propias de la cultura oriental. Poseen simetrías, colores vivos y mucho equilibrio en su diseño.



**Figura 18.** Tatuaje oriental. Culture Tattoo (2019)

**Tatuaje tribal:** Tienen influencia de tribales de pueblos indígenas. Se caracteriza por llevar un solo color que es el negro. Son imágenes que tienen movimientos que forman figuras.



**Figura 19.** Tribal. Tintas y tatuajes (2019)

**Realismo:** Se busca hacer una copia exacta de fotografías de personas, animales o un objeto. Este se divide en dos, realismo a color y realismo en sombras. Se caracteriza por no utilizar líneas.



**Figura 20.** Tigre realista. Nicolas Bejarano-tatuador (2019)

**Acuarela:** Tienen dos rasgos distintivos los colores vivos y la falta de líneas, tienen aspecto acuoso, casi salpicado.



**Figura 21.** Tatuaje en acuarela. Pinterest (2019)

*Nota:* Elaboración propia a partir de Joya (2017).

El tatuador debe experimentar y manejar múltiples técnicas artísticas como coloreado, sombreado, letras, lineado, entre otras existentes. Además de implementar la norma de bioseguridad que son indispensables en la realización de este procedimiento estético, esto enlazado con los materiales e insumos de calidad a utilizar. La industria del tatuaje tiene una competencia fuerte, aunque solo los más reconocidos se ganan el privilegio de ser considerados como profesionales en este arte gracias a la clientela y su trayectoria.

### **6.3 Entrevistas a tatuadores**

Para la elaboración de las entrevistas se tuvieron en cuenta 3 aspectos de los cuales nacen las preguntas pertinentes y de las cuales se puede unificar un análisis, con las respuestas en común que tiene cada tatuador entrevistado. Los aspectos con los cuales se desarrolló en análisis fueron: Posibilidad de desarrollo turístico, madurez en los establecimientos para la realización de actividades, y posibilidad de visitas a establecimientos.



Tabla 4.

*Triangulación entrevista.*

	<b>Entrevistado No 1</b> <b>Tatuador</b>	<b>Entrevistado No 2</b> <b>Tatuador</b>
<b>Posibilidad de desarrollo turístico.</b>	Los estudios de tatuajes son muy concurridos por personas de la ciudad, sin embargo, nosotros por estar ubicados en el centro histórico hemos tenido la posibilidad de atender personas extranjeras interesadas por el arte del tatuaje que no siempre vienen a realizarse un trabajo, sino que quieren conocer sobre las técnicas utilizadas por los artistas de Bogotá. Entonces en ese caso se creería que si existe una posibilidad de desarrollo turístico ya que las técnicas utilizadas en el país tienen factores diferenciadores a las que manejan en el resto de mundo.	El turismo según lo que dicen los medios de comunicación ha tenido un alto crecimiento en el país, así como también los artistas y los establecimientos que hoy en día se reconocen no solo en el país sino en diferentes partes del mundo, como el caso de Nicolás Bejarano que ha tenido la oportunidad de participar en convenciones internacionales dejando el nombre del gremio en alto.  Entonces, si se unen los tatuajes y el turismo muy posiblemente harían una excelente combinación ya que ambas prácticas se vinculan con el arte, la cultura y la historia del país.
<b>Madurez en los establecimientos de tatuajes.</b>	Muchos de los estudios de tatuaje no se encuentran formalizados hoy en día y no cuentan con un apoyo fuerte, si el gremio fuera más apoyado por parte de alguna entidad formalizada muy seguramente todos los tattooshop estarían bien estructurados, es	Depende del estudio de tatuajes del que se esté hablando, ya que hay estudios no registrados en cámara de comercio como también hay estudios que cuenta con todos los requisitos y se acogen a la normatividad necesaria. Si podría haber madurez dependiendo que

	decir con una excelente infraestructura y tendrían la madurez necesaria para hacer cualquier actividad que tenga que ver con arte o en este caso con turismo.	estudio es y su localización o reconocimiento.
<b>Posibles actividades para el desarrollo del paquete turístico.</b>	El mundo de los tatuajes tiene muchos derivados artísticos que dan una amplia oferta de actividades, los clientes siempre se interesan por saber los tipos de tatuajes o las técnicas utilizadas al momento de realizar uno de ellos. Además, se pueden realizar actividades sobre los símbolos representativos de la cultura colombiana.	Sería interesante hacer partícipe al turista, aparte de ser cliente que se involucre en el proceso de la realización de un tatuaje y el toque artístico que se le quiere dar. Dar un momento de experiencias al turista lleno de creatividad y que se vaya a su país o ciudad donde reside con un recuerdo del arte de la ciudad y de las formas de expresión.

Nota: Elaboración propia

#### **6.4 Consideraciones finales**

Según lo anterior se identificaron ocho de los diferentes establecimientos de tatuajes que están ubicados en las localidades Chapinero y Candelaria, se mencionaron sus características y servicios que ofrecen. Se abordaron también las tipologías y técnicas que se emplean en la realización de un tatuaje, todo esto dirigido a la recopilación de información para determinar los lugares aptos para la elaboración del paquete turístico arte y tinta.

## **7. Capítulo II Mercado potencial del turismo de tatuajes en la ciudad de Bogotá**

A continuación, se abordará todo lo referente a las principales motivaciones de los turistas en general y las más llamativas en la actualidad seguidamente se hablará de la economía naranja e industria creativa que cada vez cobra más fuerza en el mundo y en Colombia particularmente. Entrando un poco más en la temática de este proyecto se mencionan los 7 mejores países para tatuarse en el mundo ranquin dentro del cual se encuentra Colombia y para finalizar se mostrarán las gráficas con su respectiva interpretación las cuales son fruto del trabajo de campo realizado en las localidades Chapinero y Candelaria de la ciudad de Bogotá con el fin de conocer el perfil del cliente potencial.

### **7.1 Las motivaciones de los turistas**

El turismo es consolidado como una de las actividades económicas más importantes actualmente, los cambios que se generan en la cultura y en el mercado turístico hacen que se desencadenen nuevos perfiles de los consumidores, más exigentes e informados ya que con el crecimiento de la internet y las nuevas tecnologías impulsan a que se desarrollen nuevos productos y servicios que puedan satisfacer sus necesidades, haciendo más difícil y exhaustivo el trabajo de los profesionales en esta área ( Araujo,2017).

Debido a la evolución de los aspectos económicos, culturales, sociales y culturales, se ha generado gran crecimiento de la demanda turística. Dias & Cassar (2005) dicen que “el estudio de las motivaciones en turismo es un tema frecuente porque se configura como uno de los factores psicológicos más importantes que influye en los mecanismos de decisión del turista consumidor “.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) da a conocer tres tipos de motivaciones de los turistas:

1. Motivaciones personales: Los turistas tienen la necesidad del contacto con la naturaleza y de la adquisición de conocimientos.
2. Motivaciones Familiares: Con el objetivo de crear experiencias únicas y fortalecer lazos familiares.
3. Motivaciones Sociales: Surge de la necesidad de imitación, además se da para encajar en la sociedad, compartir culturas, costumbres y experiencias con los locales del destino.

Por otra parte, el modelo Travel Career Ladder (TLC) realizado por el australiano Phillip L. Pearce que se basó en la jerarquía de necesidades de Maslow, describe la motivación turística basado en cinco niveles: relax, relaciones sociales, autoestima y autorrealización, según Pearce

(2005) “Conforme al viajero acumula experiencias turísticas, asciende en los niveles de la escala de motivaciones “. Este modelo no contrasta con las motivaciones propuestas por la OMT, pero si se tienen en cuenta aspectos que influyen en las decisiones y motivaciones de los turistas como la edad, estrato, condiciones sociales, demográficas, entre otras (Huete, 2009).

A medida que pasa el tiempo la actividad turística tiene cambios y con esto el turista ha evolucionado, deja a un lado el sol y playa, busca aspectos nuevos, va generando gustos por la actualidad e interés en conocer la cultura, costumbres, nuevas tecnologías, creatividad, naturaleza entre otros. Su objetivo es salir de lo convencional y al final de un viaje obtener recuerdos y experiencias que perduren y recuerden para siempre, Fontur define al turista como:

Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, descanso, ocupación del tiempo libre, peregrinaciones, salud, u otra diferente a una actividad en el lugar de destino. También se consideran turistas internacionales los pasajeros de cruceros y los colombianos residentes en el exterior de visita en Colombia. (Ley 1558 de 2012).

Al nacer nuevos turistas, demandan más productos turísticos y por lo tanto los destinos deben adaptarse rápidamente a los cambios que se generan en el día a día. De esta manera surge el turismo alternativo que Smith y Eadington (1994) definen como:

“formas de turismo que son consecuentes con los valores naturales, sociales y comunitarios, que permiten disfrutar positivamente tanto a anfitriones como a invitados y hacen que merezca la pena compartir experiencias” (p. 158).

Las motivaciones de los turistas contemporáneos se han diversificado y tienen varios ejes centrales por ejemplo conocimiento, identidad, autenticidad y diversión; han pasado de ser más activas y aventureras a la realización de actividades que generen conciencia ambiental, más experiencias, cambios en los estilos de vida y más flexibilidad, teniendo como resultado un acercamiento más propio a los destinos y a su gente (Martín, 2003, p. 158).

## **7.2 La economía naranja y la industria creativa**

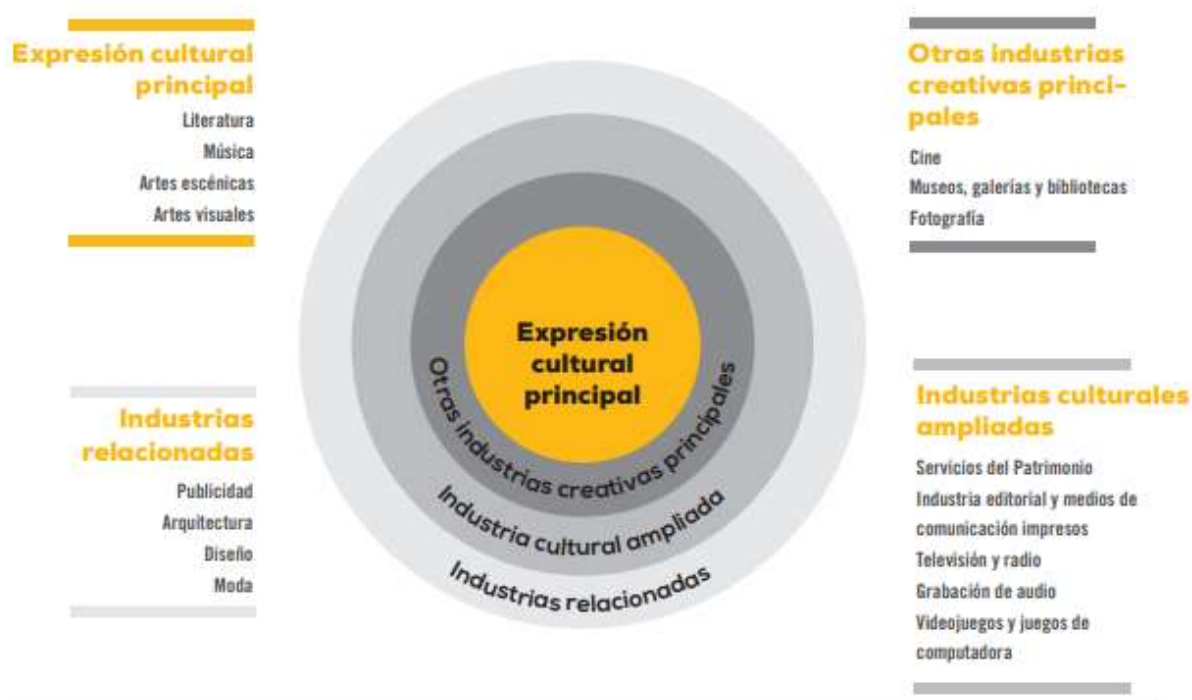
Según el Mincit la economía naranja llega a Colombia como una herramienta de desarrollo cultural, social y económico que impulsa la creación, producción y distribución de bienes y servicios; con esta política se busca la materialización de nuevas ideas creativas, las prácticas del patrimonio cultural y el rescate de los saberes ancestrales. Por ejemplo, una organización a nivel mundial da otra definición:

Las industrias culturales y creativas son aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Incluyen además toda producción artística o cultural, la arquitectura y la publicidad (UNESCO. 2009, P. 37).



**Figura 22.** Economía Naranja. Buitrago y Duque (2013).

A la economía naranja se suman la economía creativa o industria creativa como la denominan diferentes autores que es una tipología muy relevante en el mundo actual. Esta expresión ya es nombrada en las políticas culturales nacionales de varios países uno de ellos es Australia que la añadió en 1990, seguida por reino unido que promovió la transición para pasar de industrias culturales a industrias creativas es así como en el mundo la palabra creatividad suena cada vez con más fuerza ya que la innovación es el factor más apetecido por todos los evaluadores de proyectos del mundo. Continentes como Asia y América también hablan de ciudades creativas que aporten al desarrollo urbano y la innovación del mismo (PENUD, UNESCO, 2013, p. 20-21).



**Figura 23.** Modelo de industrias culturales y creativas. Unesco (2013).

El turismo creativo es el más preferido por los millenians ya que su motivación de viaje está en vivir experiencias de aprendizaje y sentirse participes de un intercambio de conocimiento que se traspasa de locales a turistas. Actualmente esta práctica se desarrolla en Bogotá y gira en torno a la gastronomía y la fotografía, pero aun así existe una larga oferta en la ciudad para desarrollar este tipo de turismo dentro de esta oferta se puede contemplar, la música, el graffiti tour, las artes escénicas entre otras que son redes de valor que exponen la innovación y son llamativas a la hora de captar un público joven y con ideologías diferentes. Expone un escritor colombiano:

Hay gente a la que le gusta salir del papel de espectador cuando viaja y busca actividades que le den la oportunidad de desarrollar su creatividad. Vivimos las cosas con más intensidad cuando las experimentamos con nuestras propias manos y aprendemos más rápido cuando nos ponemos a hacer algo que cuando solo nos limitamos a estar presentes. (García, 2015, pp. 2-3).

### **7.3 Los 7 mejores lugares para tatuarse en el mundo y sus mejores tatuadores**

Existe en el mundo un ranking de los países más visitados cada año en el sector turístico, así mismo existe uno que cataloga los mejores países para tatuarse, en el cual Colombia se posiciona en el puesto número dos según Lonely planet (2016). Revista de turismo y viajes. A continuación, se hablará de los demás países que acompañan a Colombia en esta categorización:

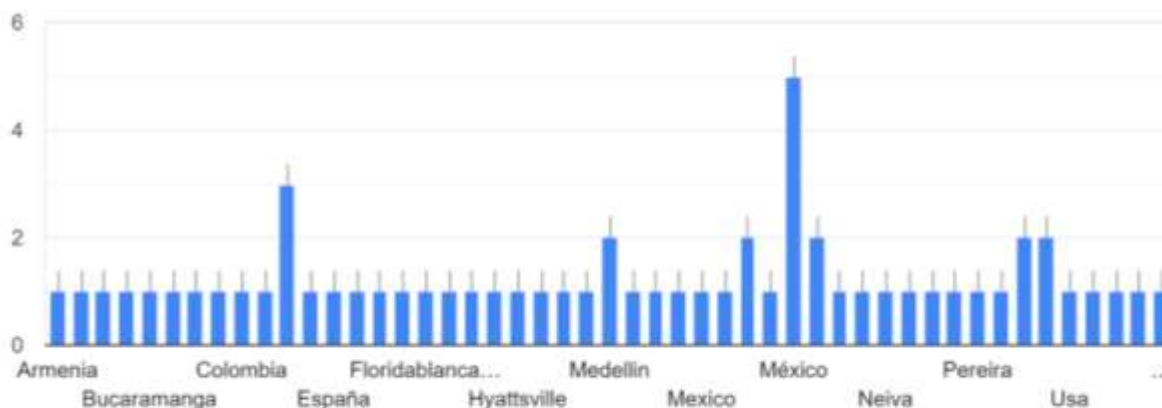
Siendo Canadá el país que ocupa la primera posición más precisamente la ciudad de Montreal en donde el artista Yann Black se conoce por su estilo único referente a los comics que son una de sus pasiones y dan como resultado tatuajes con diseños infantiles y lo han llevado a ser muy nombrado en el gremio, así como también la técnica que maneja ya que este tatuador no utiliza plantillas si no que lo hace directamente sobre el cuerpo y logrando resultados increíbles que dejan muy satisfechos a sus clientes.

Además de Yann Black trabajan en Canadá dos artistas también muy reconocidos como lo son Greg Nicholson y Seunghyun especialistas en técnicas como realismo y retratos, su estudio es muy nombrado en el país más exactamente en Toronto que es donde se encuentra y es gracias a estos artistas que Canadá se posiciona como el primer país recomendado a la hora de realizarse un tatuaje.

Colombia es el segundo país recomendado ya que gracias a su diversidad cultural artistas como Andrés Felipe Metzha, Stefania Cuervo, David Zuleta, Miguel Bautista, Bryan Sánchez, Orlando Melo y muchos más que son nombrados a nivel mundial han realizado trabajos magníficos en técnicas como acuarela, realismo, abstracto, sombras y más. Dichos artistas han participado de convenciones nacionales e internacionales siendo ganadores de premios en las diferentes categorías que evalúan y gracias a esto se pone el nombre del país en alto y se logra reconocimiento en el gremio.

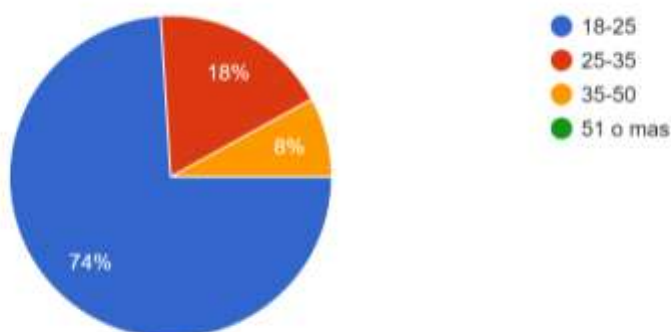
En tercera posición llega Finlandia reuniendo a tres de sus mejores y más destacados artistas del black work entre ellos se encuentra UglyPena que se especializa en trabajos con una sola aguja y de todo tipo, otro artista que es muy demandado es Samuel\_Bomann que tatúa en lugares como Helsinki, Finlandia y Tallinn entre sus mejores tatuajes y por los que es uno de los más aclamados se encuentran los retratos y la técnica oriental.

## 7.4 Encuestas



**Figura 24.** Países y ciudades donde residen los encuestados. Elaboración propia.

En el gráfico se puede evidenciar que la mayoría de las personas encuestadas son extranjeras y que el país que tuvo un alto índice de participación fue México con un significativo porcentaje de encuestados seguido por personas colombianas que residen en ciudades como Medellín, Bucaramanga, la costa atlántica entre otros departamentos del país, así mismas personas que residen en países como Estados Unidos y España aportaron en esta investigación.

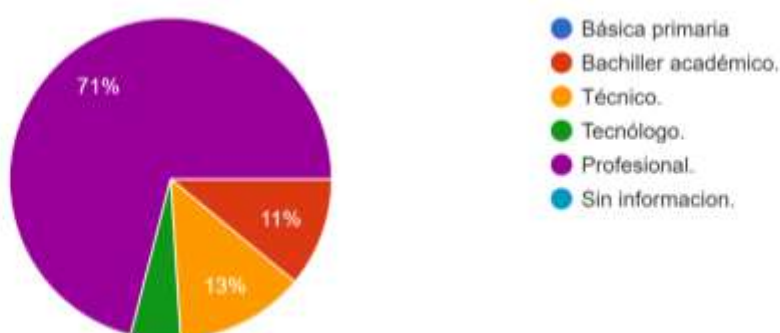


**Figura 25.** Rango de edad de los encuestados. Elaboración propia.

En el presente diagrama se evidencia que el rango de edad que tiene mayor relevancia en la investigación va de los 18 a 25 años lo anterior representado con el color azul y con un porcentaje del 74%, las personas entre los 25 y 35 años también tienen una participación alta del 18%

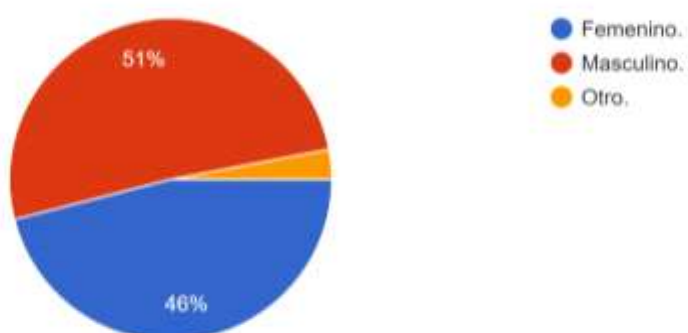


representado con el color rojo y las personas entre 35 o más tienen una participación más baja para ser más específicos del 8% demostrando así que esta investigación y el paquete turístico como tal capta la atención de un público joven siendo este el objetivo principal de la investigación.



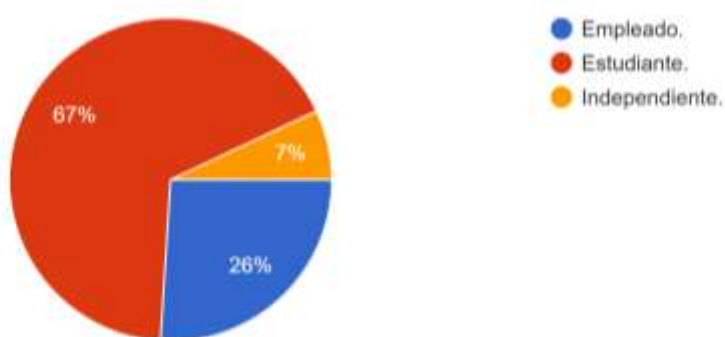
**Figura 26.** Formación académica de los encuestados. Elaboración propia.

Respecto al ítem que preguntaba sobre la formación académica se muestra en la gráfica que la mayoría de las personas encuestadas, son profesionales o están a punto de culminar sus estudios universitarios esto representado con el color morado y un porcentaje del 71% seguido por el color amarillo en el que un 13% de las personas tienen como formación un técnico y un 11% son bachilleres académicos esto representado con el color rojo, las personas con estudios como básica primaria, tecnólogos o sin formación representan la minoría de la población encuestada.



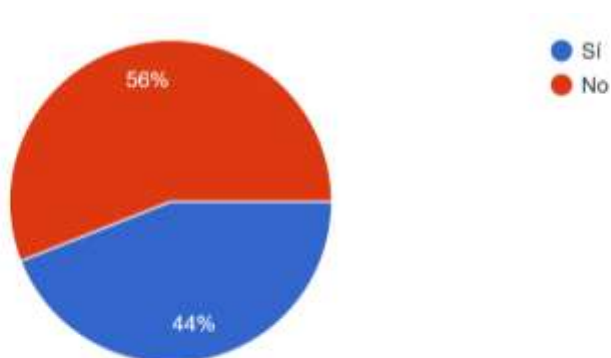
**Figura 27.** Género de los encuestados. Elaboración propia.

Teniendo en cuenta el género o la orientación sexual de las personas encuestadas se puede evidenciar en la gráfica posterior que la mayoría de las personas que contestaron la misma fueron hombres con un porcentaje del 51% representado en la torta con color rojo, así mismo el género femenino tuvo una alta participación con un 46% y las personas con otra orientación sexual se muestran con el color amarillo representando un porcentaje bajo, pero no menos importante en la investigación.



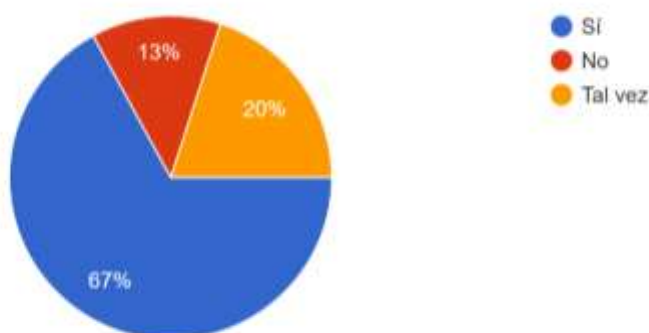
**Figura 28.** Ocupación de los encuestados. Elaboración propia.

Las personas encuestadas en su mayoría tienen como ocupación ser estudiantes esto evidenciado en el diagrama con un porcentaje significativo del 67%, las personas contestaron ser empleada (o) representando el 26% de la población encuestada y un 7% dicen ser independientes o tener su propio negocio.



**Figura 29.** Porcentaje de personas tatuadas. Elaboración propia.

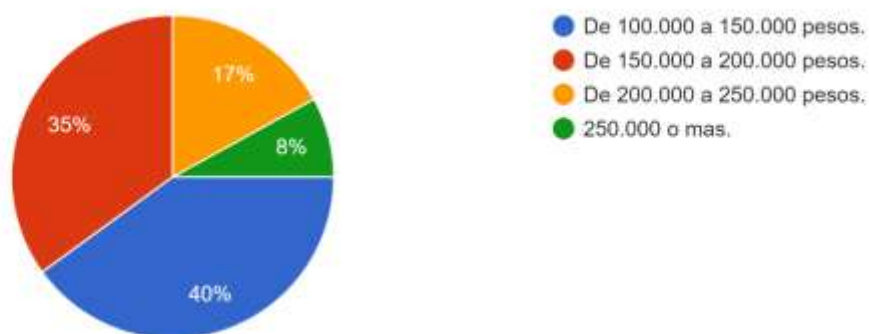
Con base en nuestro proyecto “turismo de tatuajes” fue importante preguntar a la población encuestada si tenía o no tatuajes o algún gusto por ellos lo cual arrojó que un 56% no tienen ningún tatuaje en el cuerpo esto representado en el diagrama con el color rojo y que un 44% si tiene al menos un tatuaje y se siente muy atraído por el tema esto representado por el color azul en el diagrama.



**Figura 30.** Porcentaje de personas que compraría el paquete turístico arte y tinta. Elaboración propia.

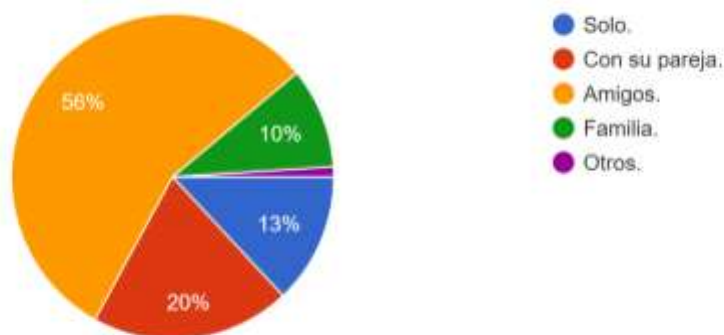
Esta pregunta fue determinante en la realización de la investigación ya que lo esperado era que arrojara una respuesta y porcentaje positivo, en la gráfica se evidencia efectivamente un porcentaje del 67% representado con color azul que quiere decir que la gran mayoría de la población si estaría

interesada en comprar un paquete turístico de esta índole y un 20% podría estar interesado esto representado con el color amarillo, la población no interesada en adquirir este paquete se muestra en la gráfica con color rojo y un porcentaje del 13%.



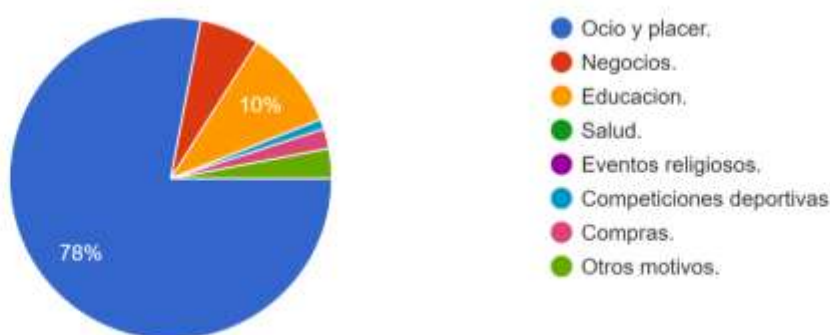
**Figura 31.** Valor que pagarían los encuestados. Elaboración propia.

Con el fin de determinar el posible valor que se le daría al paquete turístico se agregó esta pregunta de “cuanto estaría dispuesto a pagar por el mismo” a lo que los encuestados respondieron en su mayoría que pagarían de 100.000 a 150.000 pesos colombianos siento un porcentaje alto del 40% representado por el color azul no obstante un elevado número de personas contestaron que pagarían de 150.000 a 200.000 que también es una cifra alta de un 35% representado por el color rojo, también se muestra en un porcentaje más bajo que las personas estarían dispuestas a pagar entre 200.000 a 250.000 o más por este paquete esto evidenciado con un 17% y 8% en la gráfica.



**Figura 32.** Preferencia al realizar el recorrido arte y tinta. Elaboración propia.

Conocer la preferencia de las personas al momento de viajar es muy importante para el diseño de un paquete turístico de esta índole y según el diagrama a la mayoría de las personas encuestadas les gustaría realizar este recorrido con amigos (color amarillo 56%) así como también con su pareja (color rojo 20%) son estos los datos más significativos, pero no los más importantes ya que a un 13% de la población le gustaría realizar el recorrido solo que también es un porcentaje alto y un 10% preferiría comprarlo y realizarlo con familia (color verde en la gráfica).



**Figura 33.** Motivaciones de viaje de los encuestados. Elaboración propia.

En el diagrama de torta ubicado en la parte posterior se evidencia que la principal motivación de viaje que tienen las personas a las que se les realizó la encuesta es por ocio y placer con un porcentaje del 78% representado con el color azul y un 10% tienen como principal motivación la educación y los negocios representado con el color amarillo las demás motivaciones como eventos religiosos, compras, competencias deportivas no fueron muy relevantes en la investigación y por ende tienen un porcentaje de participación bajo.

### 7.5 Perfil del cliente identificado

Gracias a la recopilación de información que brindaron las encuestas se pudo determinar que el perfil del cliente potencial que adquiriría el paquete turístico arte y tinta se caracteriza por estar en un rango de edad entre los 18 a 25 años, de los cuales un 51% son hombre y un 46% son mujeres que se interesan por el arte y todo lo referente a los tatuajes. Dichas personas son estudiantes universitarias o empleados que estarían dispuestos a pagar un rango de 100.000 a 150.000 COP. Adicional a esto cabe resaltar que realizarían este recorrido en un 51% con amigos y en un 20% con su pareja.

## **7.6 Consideraciones finales**

En este capítulo se pudo evidenciar que las motivaciones de viaje han tenido cambios significativos en los turistas ya que hoy en día más que conocer un lugar o descansar y salir de la rutina buscan vivir experiencias que los lleven a conocer más a fondo a las personas que habitan en el lugar visitado, así como también desean salir de lo convencional y buscan practicas innovadoras como lo menciona la industria creativa, cada vez son más las personas que quieren viajar y encontrarse con actividades diferentes e inesperadas que los afecten positivamente y gracias a las encuestas realizadas se pudo determinar que el proyecto turismo de tatuajes cumple con esas expectativas del turista actual ya que se involucra de manera directa con la cultura y las expresiones artísticas de los colombianos en este caso los tatuadores de las localidades Chapinero y Candelaria de la ciudad de Bogotá.

## **8. Capítulo III Diseño de un paquete turístico en la ciudad de Bogotá**

El presente capítulo expone una propuesta de la creación y diseño de un paquete turístico que se desarrollara en la ciudad de Bogotá principalmente en dos de sus localidades, Chapinero y la Candelaria. Dirigida al turismo de tatuajes, además se realizarán actividades complementarias a este que buscan hacer partícipe al turista y mostrarle otra cara de la ciudad, una ciudad artística, innovadora e incluyente. También se expondrá la ruta que se va a realizar para llegar a los diferentes establecimientos, el itinerario correspondiente, el costo del paquete arte y tinta y el presupuesto necesario para la realización del mismo.

### **8.1 Paquete turístico**

Bogotá se puede considerar como el principal destino turístico del país, cuenta con diversos atractivos turísticos y actividades para realizar. El IDT (2018) tiene como objetivo:

Mejorar las condiciones de competitividad, sostenibilidad y accesibilidad turística de Bogotá a través del fortalecimiento y desarrollo de productos turísticos, la innovación en la gestión, la articulación con la cadena de valor y otros sectores, aportando así a su posicionamiento como destino turístico a nivel local, nacional e internacional (p.1).

Es así como se puede referir a Bogotá como una ciudad de innovación y de desarrollo de productos turísticos nuevos como lo son los paquetes turísticos. Para entender el concepto “paquete” se debe partir de la definición de producto turístico que es de estrecha relación con este. La ley 300 de 1996 define el producto turístico como: “Conjunto de bienes y servicios destinados a satisfacer las necesidades y requerimientos del turista” (Ley 300,1996).

Desde este punto en su glosario el Instituto Distrital de Turismo IDT (2016) define al paquete turístico de esta manera: “Conjunto de servicios turísticos que se venden al viajero por conducto de las Agencias de Viaje o de líneas áreas. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones” (p.28). Es decir que este es el medio por el cual el turista decide pagar por un servicio que se va a prestar.

### **8.2 Consideraciones para la creación de un paquete turístico**

La Norma Técnica Sectorial AV 04 establece los requisitos que deben cumplir las agencias de viajes para el diseño de paquetes turísticos, además los aspectos que deben determinar para su creación. En su numeral 4.3 los ordenan de esta manera:

1. La duración e itinerarios de los programas que conforman el paquete.

Bahl (2004) trata de definir el concepto itinerario turístico como: “una descripción pormenorizada de un viaje o su itinerario. Posee indicaciones de la secuencia de atractivos existentes en una localidad, que merecen ser visitados”

2. Los servicios turísticos incluidos y no incluidos en el paquete.

Entienda servicio turístico como: “resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos” (Organization of American States – OEA, 1980).

3. Los servicios complementarios, algunos de ellos pueden ser los Rend car, guías turísticos, puntos de información turística, servicios de comunicaciones, entre otros.

4. Los proveedores que prestaran los servicios y las alianzas estratégicas que puedan establecerse.

5. El nombre y precio de los paquetes, de acuerdo con los costos y políticas de la empresa.

6. Las responsabilidades del cliente, los proveedores y la agencia de viajes.

7. Vigencia del paquete.

8. Normas nacionales e internacionales que apliquen al paquete.

9. Ser económicamente asequible al mercado objetivo.

El siguiente paquete turístico ofrecerá un recorrido a pie por dos lugares emblemáticos de la ciudad de Bogotá como lo son Chapinero y Candelaria localidades cuyo valor cultural y comercial son muy importantes. El turista además de disfrutar y enriquecerse con la historia y la arquitectura colonial colombiana experimentara un acercamiento con todo lo referente al arte y los tatuajes. Técnicas, tipologías, creación de bocetos, acercamiento con tatuadores reconocidos nacionalmente y sus experiencias. Además, se complementará con un graffiti- tour por el centro histórico de Bogotá y la carrera séptima. En este tour se visitarán lugares únicos y diferentes que empararan al turista de la creatividad y las diferentes formas de expresión que tiene la ciudad.

### **8.3 Oferta de actividades paquete turístico arte y tinta**

A continuación, se detalla de forma descriptiva las diferentes actividades que se desarrollaran dentro del paquete y sus respectivos lugares.



Tabla 5

*Oferta de las actividades paquete turístico arte y tinta.*

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Lugar</b>
Charla, muestra de técnicas y tipos de tatuajes	Se realizará primeramente un recorrido por el estudio, posterior a esto se tomará una charla dada por el tatuador Marlon más conocido como el profe quien hablará sobre técnicas de tatuaje y mostrará sus mejores trabajos, finalmente se dará un espacio para compras en el establecimiento.	Body Art Tattoo Av calle 19 #4-20
Diseño de bocetos	En este espacio el turista podrá comunicarles a los diferentes tatuadores su idea y los artistas realizaran un boceto único y personalizado con el fin de agendar una futura cita si es del gusto del turista.	La Chirinola Tattoo Calle 12d #1-04
Graffiti tour	Se visitarán los diferentes murales que hay en el centro histórico de la ciudad y la carrera 7.	Centro histórico la candelaria y Carrera 7
Proceso y realización del tatuaje	Aquí se realizará un recorrido por el estudio a cargo de uno de los integrantes del mismo en donde explicará todo el procedimiento previo y mostrará los implementos necesarios para la realización de un tatuaje y realizará una breve demostración.	Big Brother Tattoo Carrera 7 # 54-85 Chapinero
Tour fotográfico	Se explorarán los lugares más importantes del pasado de Bogotá con el lente de la cámara. Se llevarán a cabo	Parque de los periodistas, Chorro de

	<p>diferentes actividades en las calles del centro de la ciudad.</p> <p><i>Nota: Esta actividad se realizará solamente si se toma la opción dos</i></p>	<p>Quevedo, Plaza de Bolívar, Claustro de San Agustín.</p>
--	---	--

*Nota:* Elaboración propia.

#### 8.4 Murales Graffiti Tour

A continuación, se mostrarán algunos de los maravillosos murales que se encuentran en las localidades Candelaria y Chapinero respectivamente.

##### La Candelaria



**Figura 34.** Graffiti indígena colombiana. Natalia Gómez Carvajal (2019)



**Figura 35.** Estilo Mexicano, calle del embudo. Milton Díaz (2019)



**Figura 36.** Mural Geométrico. Milton Díaz (2019)



**Figura 37.** Mural Casona Candelaria. Milton Díaz (2019)

### Carrera séptima



**Figura 38.** Graffiti de ave en la ciudad. Jenni Carolina Suache (2019)



**Figura 39.** Virgen María y Niño Jesús. Vanesa Pérez Díaz (2019)



**Figura 40.** Graffiti carrera séptima. Bogotá Travel (2019)

### ¿Por qué visitar la candelaria?

En la candelaria se encuentra una de las ofertas más altas en temas de turismo ya que esta localidad es el centro histórico de la capital colombiana, en él se sitúan los monumentos y atractivos arquitectónicos más emblemáticos donde han ocurrido los acontecimientos que han marcado y definido la historia del país. es por eso que todos los turistas que visitan Bogotá llegan hasta este lugar tan representativo para enriquecerse de cultura, historia y experiencias colombianas.

Dentro del tour fotográfico se conocerán más a fondo diferentes lugares de esta localidad como lo son chorro de Quevedo, museo san Agustín, plaza de los periodistas y la emblemática plaza de bolívar testigo de la independencia del país.



**Figura 41.** Plaza de Bolívar. Shutterstock (2019)



**Figura 42.** Plazuela Chorro de Quevedo. Felipe Escobar (2019)



**Figura 44.** Interior del Claustro de San Agustín. Gustavo Hernández (2019)



**Figura 45.** Parque de los periodistas. Erick Téllez (2019)

### **¿Por qué visitar chapinero?**

La localidad de chapinero es un atractivo muy fuerte de la ciudad declarado como zona de interés cultural gracias a su diversidad en actividades para realizar, ofrece sectores de entretenimiento para sus turistas con lugares como la zona rosa, el parque de la 93 o si se quiere algo más bohemio o urbano se encuentra la carrera 7 con sus murales artísticos y una amplia oferta de bares, restaurantes zonas verdes entre otros atractivos que deleitan y atraen una alta afluencia de turistas nacionales e internacionales.





**Figura 43.** Mural urbano carrera séptima. Cesar Melgarejo (2019)



**Figura 44.** Parque de la 93 - Chapinero. John Hoyos (2019)

## 8.5 Itinerario del paquete – Opción 1

Tabla 6.

*Itinerario del paquete opción 1.*

<b>Paquete turístico arte y tinta</b>	
<p><b>Duración:</b> Pasadía</p> <p><b>Punto de encuentro:</b> Estación de Transmilenio Aguas</p> <p><b>Hora de inicio:</b> 10:30 am</p> <p><b>Exigencia Física:</b> Baja</p> <p><b>Sugerencias antes de asistir:</b> Ropa cómoda impermeable o paraguas, hidratación, protector solar.</p>	
<b>Itinerario</b>	
<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>
10:30 am	Se da un tiempo de 20 minutos antes de iniciar el recorrido. Seguido a ello se da la bienvenida y presentación del guía a los turistas e indicaciones pertinentes.
11:00 am	Inicio recorrido desde la avenida calle 19 hasta Body Art Tatto en donde se realizará una charla y muestra de técnicas y tipos de tatuajes a cargo de Marlon más conocido como el profe en el estudio.
11:45 am	Salida de Body Art Tatto en dirección a la Chirinola Tatto, este trayecto atravesará el centro histórico donde se podrá disfrutar de sus atractivos y un breve espacio para fotos.
12:15 pm	Se tomará el almuerzo en el restaurante Sitio Casa Candelaria.
1:00 pm	Llegada a la Chirinola Tatto, en este espacio el turista les comunicara a los diferentes artistas del estudio sobre su idea y ellos realizaran un pequeño boceto junto con él para que se lleve a casa.
2:30 pm	Se dirigirán hacia el chorro de Quevedo en donde para emprender el graffiti tour. En primera estancia se desarrollará en los murales de la candelaria, desde este punto se continuará en una van con dirección a la carrera séptima para continuar con el graffiti tour.

3:30 pm	Trayecto desde la Candelaria hasta la carrera séptima-Chapinero.
3:45 pm	Una vez se encuentren en la carrera séptima , se recorrerán los murales más famosos con dirección a Big Brother tatto.
3:45 a 4:00 pm	Espacio para fotos.
4:00 pm	Llegada a Big Brother Tatto se realizará un recorrido por el estudio a cargo de uno de los integrantes del mismo en donde explicará todo el procedimiento previo y mostrará los implementos necesarios para la realización de un tatuaje y realizará una breve demostración.
5:30 pm	Finalización.

*Nota:* Elaboración Propia.

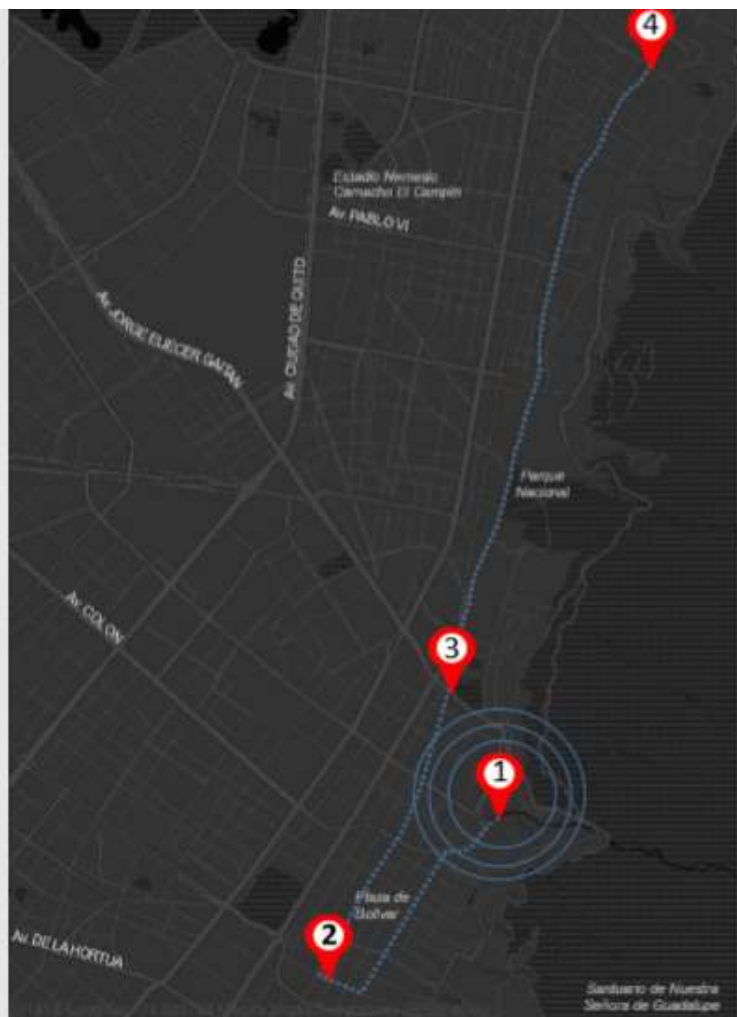
### **Incluye**

- Recorrido guiado.
- Almuerzo.
- Transporte.
- Seguro de viaje.
- Charla.
- Diseño personalizado.

### **No incluye**

- Otros gastos no estipulados en el paquete.

### 8.5.1 Mapa del recorrido.



Punto número 1: Estudio de tatuajes Body Art.

Punto número 2: Estudio La Chirinola Tattoo a dos cuadras del chorro de Quevedo.

Punto número 3: Recorrido carrera séptima.

Punto número 4: Big Brother Tattoo Chapinero.

La línea azul marca el recorrido que se realizara.

**Figura 45.** Mapa del recorrido. Google maps (2019). Elaboración propia.

### 8.5.2 Costeo del paquete.

En la siguiente tabla se muestra el costeo del paquete turístico Arte y Tinta diseñado a partir del método de factores en el que se recopilan datos como: transporte, guía, alimentación y otros costos especificados, para los cuales se realizaron cotizaciones que podrá observar en los anexos.

Tabla 7.

*Valor de venta grupo 10 turistas.*

Concepto	Cantidad	Costo x pax	Precio 10 pax
Transporte	10	\$ 27,000	\$ 270,000
Guía Turístico	10	\$ 15,000	\$ 150,000
Pago charlas tatuadores	10	\$ 3,500	\$ 35,000
Pago diseño de bocetos	10	\$ 18,000	\$ 180,000
Alimentación ( almuerzo )	10	\$ 25,000	\$ 250,000
Seguro de viaje	10	\$ 5,000	\$ 50,000
Otros	10	\$ 2,000	\$ 20,000
Total Costos		\$ 95,500	\$ 955,000
Margen de ganancia		25%	25%
Valor al público		\$ 127,333	\$ 1,273,333
Utilidad por persona		\$ 31,833	\$ 318,333
Iva 19%		\$ 24,193	\$ 241,933
Precio de venta		\$ 151,527	\$ 1,515,267
Precio de venta brochure		\$ 152,000	\$ 1,516,000

*Nota:* Elaboración propia.

La tabla 7 refleja los valores correspondientes a un grupo de 10 personas, tanto valor unitario como grupal.

Tabla 8.

*Valor venta grupo 20 turistas.*

Concepto	Cantidad	Costo x pax	Precio 10 pax
Transporte	20	\$ 22,500	\$ 450,000
Guía Turístico	20	\$ 7,500	\$ 150,000
Pago charlas tatuadores	20	\$ 1,750	\$ 35,000
Pago diseño de bocetos	20	\$ 9,000	\$ 180,000
Alimentación ( almuerzo )	20	\$ 25,000	\$ 500,000
Seguro de viaje	20	\$ 5,000	\$ 100,000
Otros	20	\$ 2,000	\$ 40,000
Total Costos		\$ 72,750	\$ 1,455,000
Margen de ganancia		25%	25%
Valor al público		\$ 97,000	\$ 1,940,000
Utilidad por persona		\$ 24,250	\$ 485,000
Iva 19%		\$ 18,430	\$ 368,600
Precio de venta		\$ 115,430	\$ 2,308,600
Precio de venta brochure		\$ 116,000	\$ 2,309,000

*Nota:* Elaboración propia.

En la tabla 8 se observan los valores correspondientes a un grupo de 20 turistas, se especifica el valor por persona y valor grupal.

Tabla 9.

*Valor venta grupo 30 turistas.*

Concepto	Cantidad	Costo x pax	Precio 10 pax
Transporte	30	\$ 17,000	\$ 510,000
Guia Turistico	30	\$ 5,000	\$ 150,000
Pago charlas tatuadores	30	\$ 1,167	\$ 35,010
Pago diseño de bocetos	30	\$ 6,000	\$ 180,000
Alimentacion ( almuerzo )	30	\$ 25,000	\$ 750,000
Seguro de viaje	30	\$ 5,000	\$ 150,000
Otros	30	\$ 2,000	\$ 60,000
<b>Total Costos</b>		\$ 61,167	\$ 1,835,010
<b>Margen de ganancia</b>		25%	25%
<b>Valor al publico</b>		\$ 81,556	\$ 2,446,680
<b>Utilidad por persona</b>		\$ 20,389	\$ 611,670
<b>Iva 19%</b>		\$ 15,496	\$ 464,869
<b>Precio de venta</b>		\$ 97,052	\$ 2,911,549
<b>Precio de venta brochure</b>		\$ 98,000	\$ 2,912,000

*Nota:* Elaboración propia.

La tabla 9 evidencia los valores dados para un grupo de 30 turistas, se da su valor por persona y valor grupal.

Las cotizaciones alimentación, transporte y alojamiento para las tablas 7, 8 y 9 se encuentran en los anexos 6, 7 y 8 respectivamente en el caso de charlas y guías se confirmaron los valores vía telefónica.

Tabla 10.

*Valores para cada grupo de turistas.*

	<b>Grupo 10 pax</b>	<b>Grupo 20 pax</b>	<b>Grupo 30 pax</b>
<b>Costo x pax</b>	\$ 152.000	\$ 116.000	\$ 98.000

*Nota:* Elaboración propia.

La anterior tabla muestra de manera comparativa los valores de venta por turista dependiendo de la cantidad de personas que integren el grupo.

### 8.5.3 Punto de equilibrio opción 1.

El punto de equilibrio es una herramienta financiera, se toman los costos fijos y los costos variables.

Se fijaron los puntos de equilibrio para los grupos de 10, 20 y 30 personas, en la tabla 10 se detallan las cantidades.

Tabla 11.

*Punto de equilibrio paquete opción 1.*

	<i>Grupo 10 pax</i>	<i>Grupo 20 pax</i>	<i>Grupo 30 pax</i>
<i>Unidades</i>	7	13	23
<i>Pesos</i>	\$ 1.064.000	\$ 1.508.000	\$ 2.254.000

*Nota:* Elaboración propia.

### 8.6 Itinerario del paquete – Opción 2

Tabla 12.

*Itinerario del paquete turístico opción 2.*

<b>Paquete turístico arte y tinta</b>	
<b>Duración:</b> 1 noche 2 días.	
<b>Punto de encuentro:</b> Estación de Transmilenio Aguas.	
<b>Hora de inicio:</b> 10:30 am.	
<b>Exigencia Física:</b> Baja	
<b>Sugerencias antes de asistir:</b> Ropa cómoda impermeable o paraguas, hidratación, protector solar.	
<b>Itinerario</b>	
<b>Día 1</b>	
<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>

10:30 am	Se da un tiempo de 20 minutos antes de iniciar el recorrido. Seguido a ello se da la bienvenida y presentación del guía a los turistas e indicaciones pertinentes.
11:00 am	Inicio recorrido desde la avenida calle 19 hasta Body Art Tatto en donde se realizará una charla y muestra de técnicas y tipos de tatuajes a cargo de Marlon más conocido como el profe en el estudio.
11:45 am	Salida de Body Art Tatto en dirección a la Chirinola Tatto, este trayecto atravesará el centro histórico donde se podrá disfrutar de sus atractivos y un breve espacio para fotos.
12:15 pm	Se tomara el almuerzo en el restaurante Sitio Casa Candelaria .
1:00 pm	Llegada a la Chirinola Tatto, en este espacio el turista les comunicara a los diferentes artistas del estudio sobre su idea y ellos realizaran un pequeño boceto junto con él para que se lleve a casa.
2:30 pm	Se dirigirán hacia el chorro de Quevedo en donde para emprender el graffiti tour. En primera estancia se desarrollará en los murales de la candelaria, desde este punto se continuará en una van con dirección a la carrera séptima para continuar con el graffiti tour.
3:30 pm	Trayecto desde la Candelaria hasta la carrera séptima-Chapinero.
3:45 pm	Una vez se encuentren en la carrera séptima , se recorrerán los murales más famosos con dirección a Big Brother tatto.
3:45 a 4:00 pm	Espacio para fotos.
4:00 pm	Llegada a Big Brother Tatto se realizará un recorrido por el estudio a cargo de uno de los integrantes del mismo en donde explicará todo el procedimiento previo y mostrará los implementos necesarios para la realización de un tatuaje y realizará una breve demostración.
5:30 pm	Finalización y regreso al Hostel Masaya ubicado en la candelaria.
6:00 pm	Llegada al hostel para tomar la cena.
<b>Día 2</b>	
<b>Itinerario</b>	
9:00 am	Desayuno en el Hostel Masaya.



10:00 am	Comienzo del tour fotográfico del hotel al Chorro de Quevedo.
10:10 am	Llegada al chorro de Quevedo y comienzo del tour. Donde se explorarán los principales referentes del arte callejero en Bogotá.
10:40 am	Museo de San Agustín donde se observará el trabajo de Jesús Abad Colorado fotoperiodista colombiano de la ciudad de Medellín que expone su preocupación por el conflicto armado en Colombia.
11:20 am	Presentación de la historia de Bogotá. Se conocerán los eventos que han inspirado la obra de diversos fotógrafos en la Plaza de Bolívar.
12:00 pm	Se conocerá la historia de la imagen y el cine en la Plaza de los Periodistas.
12:30 pm	Finalización del tour fotográfico y regreso al hotel.

*Nota:* Elaboración propio

### **Incluye**

- Alojamiento.
- Cena y desayuno día 2
- Recorrido guiado.
- Almuerzo.
- Transporte.
- Seguro de viaje.
- Charla.
- Diseño personalizado.
- Tour fotográfico.

### **No incluye**

- Otros gastos no estipulados en el paquete.

### **8.7 Observaciones**

- El itinerario del paquete está sujeto a cambios.
- Las personas interesadas en realizar el recorrido deben estar en óptimas condiciones de salud, aptas para poder realizar cualquier actividad física.

- En lo posible llevar ropa abrigada, paraguas o impermeable dado que las localidades a visitar presentan un clima cambiante. Además, asistir con calzado cómodo para poder realizar la caminata sin contratiempos.

### **8.8 Servicios complementarios**

Los servicios complementarios según Betiana (2017) “son aquellos que como su nombre lo indica complementa las necesidades del turista en cualquier área o zona turística” (p.2). A continuación, se expondrán los servicios complementarios que se pueden realizar.

#### **Musical tour salsa**

En este tour se escuchará la historia de ese género musical en las calles de la ciudad y se conocerá uno de los bares más representativos de la salsa en la ciudad, con ejercicios fotográficos y clase de baile latinoamericano.



**Figura 46.** Grupo musical de salsa. Bogotá Flaner Tour (2019)



**Figura 47.** Restaurante El Son de los Grillos. Bogotá Flaner Tour restaurante el son de los grillos (2019)

### **Visita al antiguo bronx**

El antiguo bronx este marcado por la violencia y el narcotráfico, pero eso ya es historia ya que se está restaurando y se espera que se convierta en el bronx distrito creativo un escenario de arte al aire libre en el que se exhibirá una instalación fotográfica de más de doscientos rostros de personas del centro de la ciudad.



**Figura 48.**Mural urbano antiguo Bronx. Oscar Sánchez (2019)



**Figura 49.** Mural de fotografías antiguo Bronx. Fundación Gilberto Alzate Avendaño (2019)



**Figura 53.** Fotografías habitantes del centro de Bogotá. Fundación Gilberto Alzate Avendaño (2019)

### 8.8.1 Mapa del recorrido 2.



**Figura 50** Mapa recorrido paquete. Elaboración propia.

Punto # 1 Hostel Masaya.

Punto # 2 Chorro de Quevedo.

Punto # 3 Claustro de San Agustín.

Punto # 4 Plaza de Bolívar.

Punto # 5 Parque de los periodistas.

### 8.8.2 Costeo del paquete opción 2.

Tabla 13.

*Valores de venta opción 2 para 10 turistas.*

Concepto	Cantidad	Costo x pa	Precio 10 pax
Transporte	10	\$ 35,000	\$ 350,000
Guia Turistico	10	\$ 30,000	\$ 300,000
Pago charlas tatuadores	10	\$ 3,500	\$ 35,000
Pago diseño de bocetos	10	\$ 18,000	\$ 180,000
Alimentacion ( almuerzo dia 1 )	10	\$ 25,000	\$ 250,000
Alojamiento + cena dia 1+ desayuno dia 2	10	\$155,000	\$ 1,550,000
Seguro de viaje	10	\$ 5,000	\$ 50,000
Otros	10	\$ 2,000	\$ 20,000
<b>Total Costos</b>		<b>\$273,500</b>	<b>\$ 2,735,000</b>
<b>Margen de ganancia</b>		<b>25%</b>	<b>25%</b>
<b>Valor al publico</b>		<b>\$364,667</b>	<b>\$ 3,646,667</b>
<b>Utilidad por persona</b>		<b>\$ 91,167</b>	<b>\$ 911,667</b>
<b>Iva 19%</b>		<b>\$ 69,287</b>	<b>\$ 692,867</b>
<b>Precio de venta</b>		<b>\$433,953</b>	<b>\$ 4,339,533</b>
<b>Precio de venta brochure</b>		<b>\$434,000</b>	<b>\$ 4,340,000</b>

*Nota:* Elaboración propia.

La tabla 12 muestra los valores correspondientes para un grupo 10 turistas, se observa valor por persona y valor por grupo.

Tabla 14.

*Valores de venta opción 2 para grupo de 20 turistas.*

Concepto	Cantidad	Costo x pax	Precio 10 pax
Transporte	20	\$ 25,500	\$ 510,000
Guia Turistico	20	\$ 15,000	\$ 300,000
Pago charlas tatuadores	20	\$ 1,750	\$ 35,000
Pago diseño de bocetos	20	\$ 9,000	\$ 180,000
Alimentacion ( almuerzo día 1 )	20	\$ 25,000	\$ 500,000
Alojamiento + cena día 1+ desayuno día 2	20	\$155,000	\$ 3,100,000
Seguro de viaje	20	\$ 5,000	\$ 100,000
Otros	20	\$ 2,000	\$ 40,000
<b>Total Costos</b>		\$238,250	\$ 4,765,000
<b>Margen de ganancia</b>		25%	25%
<b>Valor al publico</b>		\$317,667	\$ 6,353,333
<b>Utilidad por persona</b>		\$ 79,417	\$ 1,588,333
<b>Iva 19%</b>		\$ 60,357	\$ 1,207,133
<b>Precio de venta</b>		\$378,023	\$ 7,560,467
<b>Precio de venta brochure</b>		\$379,000	\$ 7,561,000

Nota: Elaboración propia.

La anterior tabla expone los valores correspondientes para un grupo de 20 turistas, se muestran valores por persona y por grupo.

Tabla 15.

*Valores de venta opción 2 para grupo de 30 turistas.*

Concepto	Cantidad	Costo x pax	Precio 10 pax
Transporte	30	\$ 20,667	\$ 620,000
Guia Turistico	30	\$ 10,000	\$ 300,000
Pago charlas tatuadores	30	\$ 1,167	\$ 35,010
Pago diseño de bocetos	30	\$ 6,000	\$ 180,000
Alimentacion ( almuerzo día 1 )	30	\$ 25,000	\$ 750,000
Alojamiento + cena día 1+ desayuno día 2	30	\$ 155,000	\$ 4,650,000
Seguro de viaje	30	\$ 5,000	\$ 150,000
Otros	30	\$ 2,000	\$ 60,000
<b>Total Costos</b>		\$ 224,834	\$ 6,745,010
<b>Margen de ganancia</b>		25%	25%
<b>Valor al publico</b>		\$ 299,778	\$ 8,993,347
<b>Utilidad por persona</b>		\$ 74,945	\$ 2,248,337
<b>Iva 19%</b>		\$ 56,958	\$ 1,708,736
<b>Precio de venta</b>		\$ 356,736	\$ 10,702,083
<b>Precio de venta brochure</b>		\$ 357,000	\$ 10,703,000

Nota: Elaboración propia.



La tabla número 14 evidencia los valores que corresponden a un grupo de 30 turistas, especifica tanto el valor unitario como el total.

Tabla 16.

*Valores comparativos grupos.*

	<b>Grupo 10 pax</b>	<b>Grupo 20 pax</b>	<b>Grupo 30 pax</b>
<b>Costo x pax</b>	434.000	379.000	357.000

### **8.8.3 Punto de equilibrio.**

Tabla 17.

*Punto de equilibrio paquete opción 2.*

	<b>Grupo 10 pax</b>	<b>Grupo 20 pax</b>	<b>Grupo 30 pax</b>
<b>Unidades</b>	7	13	23
<b>Pesos</b>	<b>\$ 3.038.000</b>	<b>\$ 4.927.000</b>	<b>\$ 8.211.000</b>

Se fijaron los puntos de equilibrio para los grupos de 10, 20 y 30 personas, en la tabla 16 se detallan las cantidades.

## **8.9 Aspectos importantes a tener en cuenta**

Según el Código Ético Mundial Para el Turismo planteado por la OMT (1999) en el cual se establecen los derechos y deberes para el turista y comunidades receptoras, algunos de ellos y los más relevantes para este proyecto son:

### **8.9.1 Derechos y deberes de los turistas.**

- Derecho a un recibimiento hospitalario por parte de las comunidades receptoras y sobre todo por los profesionales del sector.
- Derecho a recibir la información, la prevención y la protección que necesiten.
- Evitarán todo acto criminal o considerado delictivo por las leyes del país que visiten.
- Se abstendrán de cualquier tipo de tráfico de drogas, armas, antigüedades y especies protegidas.
- Deberán recabar información, sobre las características del país a visitar, conocimiento de los riesgos de salud y seguridad, tomando las medidas que minimicen dichos riesgos.

### 8.9.2 Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.

- Facilitar una información objetiva y veraz sobre los lugares de destino, condiciones de viaje, recepción y estancia.
- Velar por la seguridad, prevención de accidentes, protección sanitaria e higiene alimentaria.
- Indemnizar, en el caso que fuera necesario por incumplimiento de contrato.
- Cooperar con las autoridades públicas.
- Contribuirán al pleno desarrollo cultural y espiritual de los turistas y permitirán el ejercicio de sus prácticas religiosas durante los desplazamientos.
- No se facilitará bajo ningún concepto el turismo sexual.

### 8.9.3 Requisitos legales.

A continuación, se presentarán los requisitos que deben tener los prestadores de servicios participes de este proyecto.

Tabla 18.

*Requisitos legales prestadores de servicios.*

Aspecto	Requisitos legales
Estudios de tatuaje.	Registro en la Cámara de comercio. Cumplir con el acuerdo 103 de 2003.
Restaurantes	Registro Nacional de Turismo. Norma Técnica Sectorial Turismo Sostenible 004. Establecimientos de gastronomía y bares.
Guías de Turismo	Tarjeta Profesional. Estar inscrito en el Registro Nacional de Turismo. Estar carnetizado o autorizado como Guía de Turismo ante Sena y el Consejo Profesional de Guías.

*Nota:* Elaboración propia.

### **8.10 Consideraciones finales**

El paquete turístico arte y tinta le permitirá al turista conocer sobre las expresiones artísticas que se emplean en la ciudad al momento de realizar un tatuaje, así como también el color y la historia de los murales más representativos en la técnica del graffiti que se plasman en diferentes puntos de las localidades Chapinero y Candelaria de la ciudad, todo esto con el fin de que el turista conozca Bogotá desde otra perspectiva y aproveche la riqueza cultural que la caracteriza.

Se definieron cada una de las actividades a realizar en los estudios de tatuajes Body Art, La Chirinola Tattoo y Big Brother Tattoo, así como también lo que incluye y no incluye este artístico paquete que tiene como objetivo superar las expectativas del cliente.

Con el paquete turístico arte y tinta se pretende captar un público joven que esté interesado en el arte y claramente los tatuajes y quiera realizar actividades diferentes en la ciudad, así como también conocer más del arte urbano, las técnicas utilizadas para la realización de un tatuaje y por qué no posiblemente que tenga deseos de llevarse uno como souvenir en su piel.

## Conclusiones

La ciudad de Bogotá cuenta con una gran oferta en cuanto a turismo cultural, de negocios, gastronómica e histórica. Mediante este trabajo se pudo evidenciar que Bogotá tiene potencial para desarrollar turismo creativo e innovador que puede lograr el desarrollo económico, además tiene condiciones ambientales culturales e históricas que permiten que el turismo se desarrolle de una mejor manera. A lo largo de la investigación se pudo evidenciar que el turismo de tatuajes se puede abordar siempre y cuando se logren formalizar los establecimientos de tatuaje.

En el presente proyecto se lograron identificar las características propias de estos establecimientos y se concluyó que cada sitio a pesar de ser diferente cuenta con distintivos que lo hacen único e innovador, por eso mismo cada establecimiento es una pieza importante para el proyecto. Así mismo, mediante un paquete turístico se podrá lograr el desarrollo turístico-creativo de las dos localidades escogidas Chapinero y la Candelaria.

Finalmente, en respuesta a la pregunta de investigación el paquete turístico “Arte y Tinta” por dos localidades de la ciudad es una propuesta que involucra el recorrido por establecimientos de tatuajes con la historia de cada uno, charlas informativas e involucramiento con tatuadores reconocidos, además el reconocimiento del arte plasmado por jóvenes mediante murales que recorren las calles de la Candelaria y Chapinero. Este proyecto tiene el objetivo de promover el desarrollo económico y la práctica del turismo creativo en las dos localidades involucradas. Cabe resaltar que el éxito del paquete turístico depende de los establecimientos de tatuajes y de la promoción y difusión adecuada del paquete.

### **Recomendaciones**

Se recomienda que los establecimientos de tatuajes ubicados en las localidades estudiadas mejoren su planta física y señalización, así como también adecuen sus espacios para que se pueda realizar un recorrido turístico cómodamente, se debe tener en cuenta que los recorridos están diseñados para una cantidad específica de personas que puede ser desde los diez pax hasta los treinta pax y por ende es importante que los espacios sean amplios para no sobre pasar su capacidad de carga.

Así mismo se debe censar a todos los establecimientos de tatuajes de la ciudad para llevar un control estadístico solido en las bases de datos de la cámara de comercio y estos a su vez deben demostrar que cumplen en un cien por ciento con sus papeles y registros vigentes, para no incurrir en problemas legales ya que se pudo evidenciar que en la actualidad existen establecimientos de tatuajes que no están conformados legalmente y aun así se encuentran en funcionamiento. Todo esto se podría regular óptimamente si el gremio contara con una entidad formal que los representara, asesorara y capacitara en todo lo que compete a su sector que tiene una gran oferta en la ciudad y un gran potencial de desarrollo económico.

También se debe impulsar y desarrollar aún más el turismo creativo por parte de todas las entidades turísticas ya que el país y en este caso la ciudad de Bogotá cuenta con diversas formas y sectores que si se explotan de una manera adecuada muy seguramente posicionaran al país como destino creativo ante el mundo.

## Referencias

- Araujo, G (2017). Los viajeros y sus motivaciones: Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y perspectivas en turismo* 26 (1). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180749182004.pdf>
- Bahl, M. (2004) “Viajes y turismo”. Protexto, Curitiba.
- Buitrago, F. y Duque, I. (2013). La economía naranja una oportunidad infinita. [E-book]. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=I9N2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=econom%C3%ADa+naranja+&ots=kabTUjx0eM&sig=mUbKYOunFLbQ26iU5TAoNSYxZhI#v=onepage&q=econom%C3%ADa%20naranja&f=false>
- BW turismo. (2016). *tattourism*. Recuperado de <https://bwturismo.com/2016/07/06/tattourism/>
- Con una inversión de \$ 25 millones se puede emprender el negocio de los tatuajes. (2017, septiembre 22). *Dinero*. Recuperado de: <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/estudios-de-tatuajes-en-colombia/252585>
- Durán, R. (01, de noviembre, de 2016). Los mejores lugares para tatuarse en el mundo [Entrada de Blog]. Recuperado de: <http://blogs.eltiempo.com/tatuajes-y-periodismo/2016/11/01/losmejores-lugares-para-tatuarse-en-el-mundo/>
- El Congreso de la Republica (30 de Julio de 1996) Ley 300 de 1996. Recuperado de: <https://www.anato.org/sites/default/files/Ley300de1996-Actualizada2006.pdf>
- Fundación Andaluza (2014). Centro de tatuaje y piercing. Junta de Andalucía. Recuperado de: [http://www.bancodeproyectos.andaluciaemprende.es/sites/default/files/guias/960207\\_1.pdf](http://www.bancodeproyectos.andaluciaemprende.es/sites/default/files/guias/960207_1.pdf)
- Ganter, S. (2005). De cuerpos, tatuajes y culturas juveniles. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/122/12214102.pdf>
- Garcia, C. (2015). Del turismo cultural al turismo creativo. *Carlosgarciaweb.com*. Recuperado de: <https://www.carlosgarciaweb.com/del-turismo-cultural-al-turismo-creativo/>
- Gut microbiota for health. (2015). Recuperado de: <https://www.gutmicrobiotaforhealth.com/es/glossary/agente-patogeno/>
- Huete, R. (2009). Turistas que llegan para quedarse: Una explicación sociológica sobre la movilidad residencial. Recuperado de

- [https://books.google.com.co/books?id=m2fss9qM\\_0C&pg=PA64&dq=Motivaciones+del+turista&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwju9o7\\_mKTIAhUHRVkJHRWaB0cQ6AEINTAC#v=onepage&q=Motivaciones%20del%20turista&f=false](https://books.google.com.co/books?id=m2fss9qM_0C&pg=PA64&dq=Motivaciones+del+turista&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwju9o7_mKTIAhUHRVkJHRWaB0cQ6AEINTAC#v=onepage&q=Motivaciones%20del%20turista&f=false)
- Jorge Alexander Mora (08 de noviembre de 2016). Calcular el precio del paquete turístico [Archivo de Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Micz1mX4P3Y>
- Joya, P. (2017) Entre tintas y agujas, configuración profesional de los tatuadores en la ciudad de Cali (Trabajo de grado). Universidad del Valle, Cali, Valle del Cauca.
- Korstanje, M. (2015). Un análisis crítico del turismo creativo. A radical analysis of creative tourism. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, volumen (12). Recuperado de: <file:///C:/Users/Salas/Documents/Downloads/Dialnet-UnAnalisisCriticoDelTurismoCreativo-5329278.pdf>
- Martín, B. (2003). Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: El patrimonio cultural. *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural*, volumen (1). Recuperado de: <http://www.pasosonline.org/Publicados/1203/PS030603.pdf>
- Mazarrasa, K. (2016). El turismo experiencial y creativo. *International journal of scientific management and tourism*. Volumen 2 (Nº 3). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665941>
- Nieto, A. (2016). La plaza de mercado como lugar de hibridación entre el turismo y la cultura. En W. Mejía, A. Nieto, & S. Varón, *Patrimonio cultural inmaterial: recreación y salvaguardia en la plaza de mercado* (pp. 79-120). Bogotá: Corporación Universitaria Unitec.
- Nieto, A. (2018). Aportes metodológicos para la planificación turística en los entes territoriales: caso municipio de Pacho Cundinamarca. En A. Nieto (et al), *Planificación turística en territorios campesinos* (pp. 11-55). Bogotá: Corporación Universitaria Unitec.
- Organization of American States (2018). Estrategia a mediano plazo para mejorar la cooperación y la competitividad turística en las américas. Recuperado de [http://www.oas.org/en/sedi/desd/CT/Documents/OEA\\_LRST\\_s.pdf](http://www.oas.org/en/sedi/desd/CT/Documents/OEA_LRST_s.pdf)
- Osorio, J. (2014). Turismo creativo ¿Disolviendo tensiones o buscando opciones? Recuperado de <https://opca.uniandes.edu.co/es/index.php/turismo-creativo-disolviendo-tensiones-o-buscando-opciones>

- PENUD, UNESCO. (2013). Creative Economy Report 2013 Special Edition. Widening Local Development Pathways. [e-book]. Recuperado de: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
- Richman-Abdou, K. (2018, septiembre 18). mymodernmet. Retrieved from <https://mymodernmet.com/watercolor-tattoos/#>
- Sampieri, R. (2008). Metodología de la investigación. Recuperado de [https://www.academia.edu/36684418/Libro\\_Metodologia\\_de\\_la\\_investigaci%C3%B3n\\_de\\_Sampieri](https://www.academia.edu/36684418/Libro_Metodologia_de_la_investigaci%C3%B3n_de_Sampieri)



## **Anexos**

### **Anexo 1**

#### **Instrumentos de caracterización**

Con la elaboración de los instrumentos de caracterización se busca conocer el perfil del cliente potencial que desarrollaría turismo de tatuajes. Se conocerán sus gustos y el posible interés que puedan tener sobre este tema, así mismo los establecimientos que realicen este trabajo y los tatuadores que laboren en estos lugares. Se realizarán visitas con el fin de obtener información necesaria y hallazgos que aporten a la investigación.

## **Anexo 2**

### **Entrevista a profesionales del tatuaje**

#### **Consentimiento informado para participantes de la investigación**

El presente documento es elaborado por Laura Daniela Bejarano Vásquez y Nelson Enrique Medina Barragán estudiantes del programa de Hotelería y Turismo de la facultad de ciencias económicas y administrativas de la Universitaria Agustiniense. El propósito de esta investigación es conocer la potencialidad del turismo de tatuajes en las localidades chapinero y la candelaria de la ciudad de Bogotá.

Desde su perspectiva como turista o profesional en el arte de los tatuajes aceptará participar en esta investigación, con el fin de evaluar la propuesta se le pedirá responder preguntas por medio de una entrevista personal.

- Entrevistas se grabarán por voz para evidenciar su participación y será de carácter privado su identidad.

La participación es de carácter voluntario además de ello, será confidencial y no tendrá finalidades fuera de la investigación; posteriormente de los resultados será eliminada cualquier evidencia.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, sin ánimo de lucro con información suministrada. He sido informado (a) de que el objetivo de esta investigación es identificar el perfil del cliente potencial, así como también la oferta de establecimientos donde se practiquen tatuajes.

**Firma del participante:**

**Nombre del participante:**

---

---

### **Anexo 3**

#### **Formato de entrevista para tatuadores**

##### **Proyecto turismo de tatuajes**

Conforme a su conocimiento y consentimiento extendemos un cordial saludo para solicitar de su amable colaboración para realizar la siguiente entrevista, que tendrá una duración de 30 minutos. Para su conocimiento las respuestas serán grabadas y tabuladas con un patrón de anónimo, esto sobreprotegido la información brindada. Agradecemos que bajo sus ideales halla el mayor respeto ante los demás asistentes si esta llega a realizarse grupal. La información recopilada se eliminará de bases y textos físicos que se hayan diligenciado para realizar dicha actividad. Por otra parte, debe usted conocer que la información no tendrá fines políticos, sociales o religiosos, tenga en cuenta que solo es de carácter investigativo.

1. ¿Considera que el arte del tatuaje tiene posibilidad de desarrollo turístico?
2. ¿En qué técnica se especializa este establecimiento?
3. ¿Considera que los establecimientos donde se realizan tatuajes u otras actividades tienen madurez para desarrollar un paquete turístico?
4. ¿Qué actividades cree usted que se podrían realizar en este establecimiento para desarrollar el paquete turístico?
5. ¿le gustaría que en este establecimiento se realizara una visita turística para conocer acerca del arte de los tatuajes?

**Anexo 4**  
**Formato de encuesta para turistas**  
**Proyecto turismo de tatuajes**

Buen Día

Agradecemos su tiempo y dedicación en la participación de esta encuesta que consta de 5 preguntas que tienen como fin conocer su interés y posible participación en la implementación de un paquete turístico sobre turismo de tatuajes. Es importante que usted tenga claro, que no estaba obligado a generar información como: nombre, edad, sexo, identificación o religión, ya que el cuestionario se realiza con fines investigativos para el proyecto de grado de dos estudiantes de la universitaria Agustiniana.

1. **¿En qué país o ciudad reside usted?**

\_\_\_\_\_

2. **¿En qué rango de edad se encuentra?**

a. 18-25

b. 25-35

c. 35-50

d. 51 o mas

3. **¿Cuál es su formación académica?**

a. **Básica primaria**

b. **Bachiller académico.**

c. **Técnico.**

d. **Tecnólogo.**

e. **Profesional.**

f. **Sin formación**

4. **Género**

a. **Femenino.**

- b. Masculino.
- c. Otro.

5. ¿A qué se dé dedica?

- a. Empleado
- b. Estudiante
- c. Independiente.

6. ¿Cuál es su motivación de viaje?

- a. Ocio y placer.
- b. Negocios.
- c. Educación.
- d. Salud.
- e. Eventos religiosos.
- f. Competiciones deportivas.
- g. Compras.
- h. Otros.

7. ¿Tiene Tatuajes?

Sí\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_

8. ¿Compraría un paquete turístico en el que se desarrollen actividades como aprendizaje acerca del arte del tatuaje y visitas a los establecimientos más reconocidos de Bogotá, Colombia?

Sí\_\_\_\_\_ No\_\_\_\_\_ Tal vez \_\_\_\_\_

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete? (Pesos Colombianos)

**a) De 100.000 a 150.000   b) De 150.000 a 200.000   c) De 200.000 a 250.000**

**d) 250.000 o más.**

**10. ¿Cuál sería su preferencia al momento de realizar este recorrido?**

- a. Solo.**
- b. Con su pareja.**
- c. Amigos.**
- d. Familia.**
- e. Otros.**

### **Consentimiento informado para participantes de la investigación**

El presente documento es elaborado por Laura Daniela Bejarano Vásquez y Nelson Enrique Medina Barragán estudiantes del programa de Hotelería y Turismo de la facultan de ciencias económicas y administrativas de la Universitaria Agustiniana. El propósito de esta investigación es conocer la potencialidad del turismo de tatuajes en las localidades chapinero y la candelaria de la ciudad de Bogotá.

Desde su perspectiva como turista o profesional en el arte de los tatuajes aceptará participar en esta investigación, con el fin de evaluar la propuesta se diligenciará un formato que en este caso será una ficha técnica.

- Estas fichas técnicas se realizarán de manera física y será de carácter privado su identidad.

La participación es de carácter voluntario además de ello, será confidencial y no tendrá finalidades fuera de la investigación; posteriormente de los resultados será eliminada cualquier evidencia.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, sin ánimo de lucro con información suministrada. He sido informado (a) de que el objetivo de esta investigación es identificar el perfil del cliente potencial, así como también la oferta de establecimientos donde se practiquen tatuajes.

**Firma del participante:**

**Nombre del participante:**

---

---

**Anexo 5****Formato de ficha técnica para establecimientos de tatuajes****Proyecto turismo de tatuajes****Fecha:****Nombre del establecimiento:****Ubicación:****Descripción y trayectoria del establecimiento:**

.

**Servicios complementarios:****Imagen**



## Anexo 6



La cotización para tomar el almuerzo se realiza con Sitio Casa Candelaria. Restaurante ubicado en el centro de Bogotá.

Los precios son los siguientes:

- Plato + Bebida + Postre = Entre 25.000 y 30.000 COP.

Los servicios y platos se pueden consultar en:

<https://es-la.facebook.com/pg/elsitioacasacandelaria/posts/>

## Anexo 7

**GRUPO EMPRESARIAL MANZANO SAS.****Nit. No. 900.568.281-6****RNT No. 39935****Contacto 3137000021****Concepto:****1. Servicio de transporte.**

<b>Tipo de vehículo</b>	<b>Nº PAX</b>	<b>Costo</b>
Van	10	<b>45.000 hora</b>
Buseta	20	<b>75.000 hora</b>
Buseton	30	<b>85.000 hora</b>

Nota: En el caso del recorrido arte y tinta serán 6 horas

## Anexo 8



- Alojamiento una noche por persona: \$ 155.000 COP
- tipo de acomodación: Doble
- incluye: Desayuno
- no incluye: Otros gastos no estipulados en la cotización

### FACILITIES

- Habitación privada
- Restaurante y bar
- Wifi
- Zona multimedia
- Lavandería
- Zona juegos