



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA AGENCIA DE VIAJES
OPERADORA CONÓCELO SAS

JULIO CÉSAR LUGO GÓMEZ

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
CONTADURÍA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI. 2017



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA AGENCIA DE VIAJES
OPERADORA CONÓCELO SAS

TRABAJO DE GRADO

TUTOR:
PROFESOR RAMIRO CIFUENTES VÉLEZ

JULIO CÉSAR LUGO GÓMEZ

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
CONTADURÍA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI. 2017

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Santiago de Cali, 2017

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Dedico en primer lugar este trabajo a Dios, por haberme otorgado la posibilidad principalmente de haber reingresado a la universidad, llegando a este punto tan importante para mí, cuando en algún momento pensé que ya no sería. En segundo lugar se lo dedico a mis padres que son las personas más importantes y fundamentales en esa primera etapa de mi vida, y gracias a su esfuerzo he alcanzado muchos logros en mi vida. A mi esposa Erika Herrera, a mis hijas Luna y Violeta, a mis hermanos, a mis sobrinos, por ser personas que estaban esperando este momento desde hace mucho, mucho, mucho tiempo. Porque quieren que yo sea un profesional, porque han colocado de su parte sacrificando cosas para que así sea. Porque sencillamente tengo mucho que agradecerles.

Quiero agradecerle a esta universidad, la Universidad del Valle, mi universidad, porque desde cuando ingresé me recibieron con toda la disposición para que yo adquiriera unos conocimientos que me ayudaron a ser mejor persona, un gran profesional y un ejemplo para muchos. Además, me dieron el mejor regalo que un ser humano puede recibir cuando se equivoca, y es esa segunda oportunidad, la cual siento que no he desaprovechado y de la cual estaremos mi familia y yo eternamente agradecidos.

Le agradezco al profesor Guillermo Albornos, Edilberto Montaña, Bibiana Rendón, Carlos Augusto Rincón, José Olivar Mosquera, en fin, a todos ellos por haber colocado de su parte para que este suceso se diera. No hay palabras para describir lo agradecido que estoy con todos ellos. Finalmente un agradecimiento especial al profesor Ramiro Cifuentes Vélez, por todo lo que me ayudó en la elaboración de este trabajo, toda la disposición que tuvo para ayudarme a llevar a cabo este cometido, y todos sus buenos deseos.

Julio César Lugo Gómez

Tabla de Contenido

RESUMEN EJECUTIVO	12
INTRODUCCIÓN AL INFORME	13
1 IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	14
1.1 DATOS GENERALES	14
1.1.1 Nombre de la Empresa	14
1.1.2 Actividad Económica	14
1.1.3 Dirección	14
1.2 NOMBRE DEL EMPRENDEDOR Y PARTICIPACIÓN EN EL CAPITAL DE LA EMPRESA	15
1.2.1 Antecedentes y Perfil del Emprendedor	15
1.3 IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	15
1.3.1 Descripción de la Idea de Negocio	15
1.4 FINALIDAD.....	17
1.5 OBJETIVOS	17
1.6 RELACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	17
1.7 RELACIÓN DE PROVEEDORES ACTUALES – POTENCIALES.....	18
1.8 VENTAJAS COMPETITIVAS Y DIFERENCIADORAS DEL NEGOCIO	18
1.8.1 Del negocio frente a negocios similares	18
1.8.2 Habilidades para asegurar el éxito, triunfo o sostenibilidad en el Mercado	18
1.9 MECANISMOS DE PROTECCIÓN DEL NEGOCIO	19
2 ESTUDIO DEL MERCADO DEL PROYECTO	20
2.1 Descripción global del sector.....	20
2.2 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	22
2.2.1 Análisis de la situación actual del sector Turismo en Colombia	23
2.3 ANÁLISIS DOFA	27
2.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	28
2.4.1 Empresa Crucero Turismo	29

2.4.2	Empresa Cali Destinos	30
2.4.3	Empresa Promotora de Turismo Belisario Marín.....	30
2.5	ESTUDIO DE LOS PROVEEDORES.....	34
2.6	ANALISIS DEL CONSUMIDOR	36
2.6.1	Fuentes de Información.....	38
2.6.2	Análisis de Resultados	38
2.7	LA ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN.....	47
3	ESTUDIO TECNICO	48
3.1	DESCRIPCIÓN PRODUCTO O SERVICIO	48
3.1.1	Servicios:.....	49
3.2	DESCRIPCIÓN DE PROCESO DE PRODUCCIÓN PRESTACIÓN DE SERVICIOS	51
3.3	SELECCIÓN DE LA TECNOLOGÍA.....	52
3.4	ESTUDIO DEL TAMAÑO	52
3.4.1	Dimensión del Mercado:.....	52
3.4.2	Tecnología del Proceso Productivo:.....	52
3.4.3	Disponibilidad de los Insumos:.....	53
3.4.4	Localización:.....	58
3.4.5	Financiamiento del Proyecto:	59
4	ESTUDIO ORGANIZACIONAL AMBIENTAL Y LEGAL	61
4.1	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	61
4.1.1	Misión	61
4.1.2	Visión:.....	61
4.1.3	Objetivos y Metas:	61
4.1.4	Descripción De Las Áreas	62
4.1.5	Descripción De Las Relaciones Internas Entre Las Áreas	64
4.1.6	Descripción De Las Relaciones De Las Áreas Con El Medio Externo	65
4.2	ESTRUCTURA ORGÁNICA.....	65
4.3	DEFINICIONES DE CARGOS Y PERFILES.....	65
4.4	DEFINICIONES DE FUNCIONES PARA CADA CARGO	66

4.5	VALORACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL PROYECTO.....	67
5	ESTUDIO LEGAL.....	70
5.1	DEFINICIÓN DE LA ORGANIZACIÓN JURÍDICA CONÓCELO.....	70
5.2	DOCUMENTOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	72
5.2.1	Requisitos para Constituir una SAS	72
5.3	PERMISOS Y LICENCIAS	74
5.3.1	Registro Nacional de Turismo	74
5.3.2	Actualización anual del registro.....	74
5.3.3	Normatividad aplicable	74
5.3.4	Impuesto de registro.....	75
5.3.5	Descripción Y Valoración de tributos de Acuerdo Al Tipo De Organización.	75
6	ESTUDIO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	77
6.1	DESCRIPCIÓN Y VALORACIÓN DE LOS FACTORES AMBIENTALES ...	77
6.2	NORMAS DE CALIDAD QUE DEBE CUMPLIR EL PROYECTO	78
6.3	PROYECCIÓN DEL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO:.....	79
6.4	GENERACIÓN DE EMPLEO:	80
6.5	MEJORAS EN LAS CONDICIONES DE VIDA:.....	81
7	ESTUDIO ECONÓMICO	82
7.1	PROYECCIÓN Y PRESUPUESTO DE VENTAS.....	82
7.1.1	PROYECCIÓN Y PRESUPUESTO DE VENTAS SEMESTRAL	83
7.2	PRESUPUESTO INICIAL.....	84
7.3	PRESUPUESTO DE COSTOS	85
7.3.1	Presupuesto de Costos Detallados	85
7.3.2	Presupuesto Consolidado de Costos	85
7.4	PRESUPUESTO DE GASTOS	86
7.4.1	Presupuesto De Gastos Administrativos	86
7.4.2	Presupuesto de Costos y Gastos	88
7.5	PRESUPUESTO DE TESORERIA.....	89

7.6	ESTADO DE RESULTADOS	90
7.7	BALANCE GENERAL	91
8	ESTUDIO FINANCIERO	92
8.1	FLUJO DE CAJA LIBRE.....	92
8.2	INDICADORES ECONÓMICOS.....	93
8.3	INDICADORES PARA EVALUACIÓN FINANCIERA	93
8.4	CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA ...	94
9	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	95
10	REFERENCIAS.....	96
11	Anexos	98
11.1	Anexo 1	98

INDICE DE TABLAS

	Página
Tabla No. 1 Empresas Registradas en el RNT	25
Tabla No. 2 Análisis DOFA	27
Tabla No. 3 Empresa Crucero Turismo	30
Tabla No. 4 Empresa Cali Destinos	32
Tabla No. 5 Empresa Promotora de Turismo	33
Tabla No. 6 Proveedores Actuales	34
Tabla No. 7 Listado de Pasadías	49
Tabla No. 8 Listado de Excursiones	50
Tabla No. 9 Análisis Servicio de Transporte Tardes Caleñas	55
Tabla No.10 Análisis Servicio Transporte Sur de Colombia	55
Tabla No.11 Presupuesto de Ventas Año 1	59
Tabla No.12 Presupuesto de Ventas Año 2	60
Tabla No.13 Presupuesto de Ventas Año 3	60
Tabla No.14 Presupuesto de Gastos Mes 1	69
Tabla No.15 Características Generales de las SAS	71
Tabla No.16 Impuestos y Contribuciones	76
Tabla No.17 Presupuesto Anual de Ventas	82
Tabla No.18 Proyección Presupuesto de Ventas Semestral	83
Tabla No.19 Presupuesto Inicial	84
Tabla No.20 Presupuesto de Costos Detallado	85
Tabla No.21 Presupuesto Consolidado de Costos	85
Tabla No.22 Calculo Promedio de la Inflación	86
Tabla No.23 Presupuesto de Gastos Anuales	87
Tabla No.24 Carga Prestacional a la Nómina	88
Tabla No.25 Presupuesto de Ingresos, Costos y Gastos	88
Tabla No.26 Presupuesto de Tesorería	89
Tabla No.27 Estado de Resultados Anualizado	90

Tabla No.28 Balance General Anualizado	91
Tabla No.29 Flujo de Caja Libre	92
Tabla No.30 Indicadores Económicos	93
Tabla No.31 Indicadores de Evaluación Financiera	93

INDICE DE FIGURAS

	Página
Figura No. 1. Mapa de Ubicación	14
Figura No. 2. Aportes del Turismo Mundial	21
Figura No. 3 Índice de Competitividad Viajes y Turismo	23
Figura No. 4 Volantes de la Competencia	29
Figura No. 5 Género	38
Figura No. 6 Edad	39
Figura No. 7 Motivos de Viaje	39
Figura No. 8 Tipo de Turismo	40
Figura No. 9 Lugares del País	41
Figura No.10 Factores	42
Figura No.11 Frecuencia con la que Viaja	42
Figura No.12 Cantidad de dinero a invertir	43
Figura No.13 Al momento de Viajar prefiere hacerlo...?	43
Figura No.14 Experiencia con otros operadores	44
Figura No.15 Medios de comunicación	45
Figura No.16 Resumen de Tabulación	46
Figura No.17 Proceso para la prestación del Servicio	51
Figura No.18 Mapa de Procesos	64
Figura No.19 Organigrama	65
Figura No.20 Dimensión de Sostenibilidad	80

RESUMEN EJECUTIVO

Conócelo SAS es una agencia de viajes operadora la cual genera paquetes turísticos para que la gente los disfrute en grupo principalmente y puedan conocer el país y otros destinos internacionales. Estos servicios se ofrecerán de forma preliminar en la ciudad de Cali. La compañía ofrece 17 paquetes turísticos que están diseñados para todos los gustos y edades de los turistas, y se irán ampliando los paquetes a medida que vaya avanzando en el mercado. Esta es una gran idea, teniendo en cuenta que el turismo está en auge a nivel global, debido además al momento coyuntural que vive el país después de firmar los acuerdos de Paz con las Farc. Es una oportunidad de generar empresa, de aportarle al país como empresarios, de sacar un poco la casta y sentirse satisfecho por lograr los objetivos que aquí se plantean. Los servicios serán prestados con personal calificado, el cual tienen conocimiento por la actividad, por los lugares que se visitan y datos de importancia para el turista.

El gestor de este proyecto Julio César Lugo Gómez, estudiante de Contaduría Pública de la Universidad del Valle, y gracias a su enfoque emprendedor, está en la capacidad de llevar a cabo las estrategias necesarias para el óptimo funcionamiento de la empresa.

La inversión que la compañía necesita para iniciar operaciones es de \$20.000.000, el 100% será aportado por el gestor sin endeudamiento, la tasa interna de retorno (TIR) es de 768% y un valor actual neto (VAN) de 116.763.080. Durante el primer año de operaciones la utilidad neta será de \$16.544.145. La fecha de inicio de operaciones está prevista para el mes de Enero del 2017.

INTRODUCCIÓN AL INFORME

El siguiente trabajo, tiene como propósito la elaboración de un plan de negocios para una agencia de viajes operadora de turismo. Es un trabajo realizado a conciencia porque se va a comenzar operaciones en Enero del próximo año, y hay que tener la mejor información posible para tal propósito. Será evidente para cualquiera que lo lea, el esmero con el cual se ha realizado buscando que sea lo más acertado posible para cometer un mínimo de errores al momento de comenzar operaciones.

Es un proyecto que comprende desde la idea misma, pasando por un análisis de mercado, un análisis técnico, un análisis organizacional, un análisis legal y finalizando con el análisis financiero que es a donde todos queremos llegar, esto es verificar si los números son favorables.

El trabajo está realizado bajo los parámetros recibidos en la clase Evaluación Financiera de Proyectos del profesor Edinson Caicedo en esta misma universidad, y es un trabajo realizado con mucha conciencia, porque las cifras demuestran que se puede llevar a cabo. Se hizo mucho énfasis en la elaboración de los costos, calculando en el análisis técnico cuales son las cifras de operación mínimas, que permitan que el proyecto sea financieramente viable.

1 IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.1 DATOS GENERALES

1.1.1 Nombre de la Empresa

Conócelo SAS

1.1.2 Actividad Económica

Servicios de Turismo

1.1.3 Dirección

Centro Comercial Éxito - Calle 70 – Calipso – Cali.

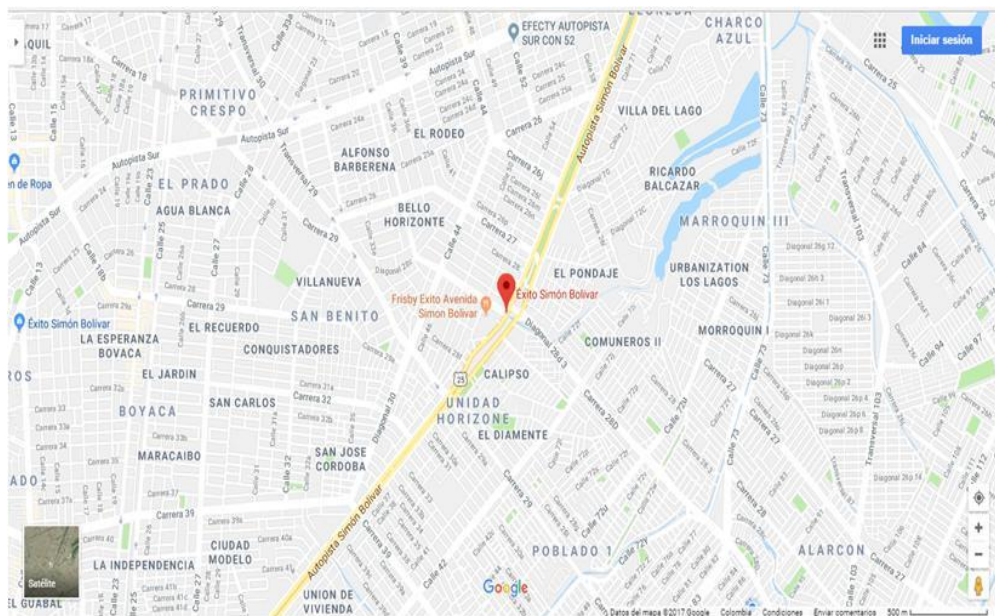


Figura No. 1 – Mapa de Ubicación

1.2 NOMBRE DEL EMPRENDEDOR Y PARTICIPACIÓN EN EL CAPITAL DE LA EMPRESA

1.2.1 Antecedentes y Perfil del Emprendedor

- Julio César Lugo Gómez: Estudiante de Contaduría Pública de la Universidad del Valle, que se ha desempeñado como empleado de empresas del sector privado desempeñando cargos administrativos como Asistente de Control Interno, Asistente de Tesorería, Auxiliar Contable, Jefe de Operaciones. Experiencia que le ha servido para adquirir algunos conocimientos de manejo organizacional por lo cual tiene la certeza de que “Hay que crear Empresa”. Este entusiasta de la vida, analista de las situaciones y articulador de circunstancias, ha visto una oportunidad en el sector turístico que vale la pena tomar y compartir.

La participación accionaria, es la siguiente:

- Julio César Lugo Gómez – 100% de Participación Accionaria

1.3 IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.3.1 Descripción de la Idea de Negocio

Un día, un amigo llamado Pablo, me dijo que si quería ir a un paseo hacía el sur del país a lo cual le dije que sí. Eso ocurrió finalizando el mes de Junio. Comenzando el mes de Julio, llegó el momento de pagar parte del pasaje y él me comentó como estaba ejecutando esta actividad debido a que él es mensajero independiente. Existe una empresa que se llama Cali Destinos, la cual es un operador logístico cuya responsable y propietaria se llama Patricia. Ella le explicó lo que hacía, le dijo que si quería probarla y le ofreció el servicio de transporte el cual está a cargo de su esposo. Pablo entonces se animó a hacerlo y en ese

momento, mientras hablábamos ya me estaba imaginando muchas cosas que se podrían hacer, por lo cual le dije que si gustaba, mi esposa y yo podríamos llenar otro bus, y así participar. No hubo vacilación alguna, y diciendo él que si, comenzamos a trabajar mediante voz a voz, por Whatsapp, y conocidos directamente. Hubo un momento en que se quiso replantear la situación, sobre todo en el tema del precio debido a que habíamos encontrado un paquete ofrecido por otra empresa por \$10.000 Menos que el nuestro y quitando muchas cosas que nosotros ofrecíamos. Pensamos que estaba muy barato el nuestro, lo revisamos con Patricia, esta vez estuvimos todos y decidimos que estaba bien. En esa reunión nos dimos cuenta del potencial del negocio, de lo “fácil” de iniciar, y de lo complejo de ejecutar. El paseo era para tres días, iniciando el día viernes 18 de Agosto a las 10:00 PM, y finalizaba el día lunes 21, llegando de nuevo a Cali. La ruta incluía estadía en la ciudad de Pasto, visita a La Laguna de la Cocha, a la Iglesia de las Lajas en Ipiales, llegamos hasta la ciudad de Tulcán en Ecuador. Comenzamos a contactar a los hoteles, restaurantes y sitios turísticos, nos apoyamos en los contactos de la señora Patricia, y así coordinamos y organizamos todo. El total de turistas fue de 54 más 4 conductores de una van y un bus, Pablo y mi esposa fueron los organizadores oficiales, una expedición de 60 personas en total. Estando Pasto, nos encontramos a otro grupo que estaba haciendo prácticamente la misma ruta, con excepción que ellos no fueron a la Laguna de La Cocha, sino a Laguna Verde, intercambiamos opiniones con la organizadora, nos comentó muchas cosas de su experiencia y ella venía desde Buga, con gente incluso de otros municipios y Cali. Ahí nos dimos cuenta, que para todos hay. La ganancia resultó mayor a la prevista en el presupuesto inicial, debido a los beneficios económicos que se obtuvieron en ítems como alimentación y hospedaje. Siempre dijimos que debíamos hacer sentir tan bien a la gente, que quisieran volver a viajar con nosotros. Debido a esta experiencia, debido a que ya lo hicimos, debido a que hay gente haciéndolo, y si, también debido a que la gente dijo que Volvería a viajar con Nosotros, decidimos ejecutar este proyecto, tratando de formalizarlo y comenzar un Legado.

1.4 FINALIDAD

Prestar Servicios de Turismo en Grupo, para que la gente conozca nuestro país, a precios competitivos, mediante el diseño y organización de paquetes turísticos de buena calidad.

1.5 OBJETIVOS

Corto Plazo:

- Ofrecer Paquetes turísticos que ya se encuentren en el mercado.
- Captar clientes.
- Posicionarse en el Mercado.

Mediano Plazo:

- Diseñar y Ofrecer Paquetes de Mayor Cobertura y que no sean comunes en el Mercado.
- Volvernos una Agencia Turística sin abandonar las actividades como operador.
- Aumentar y Mantener activamente a los clientes.

1.6 RELACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

El proyecto consiste en sistemáticamente ofrecer una gama de servicios que los clientes requieren, siendo una empresa versátil tanto para los clientes como para proveedores y también para lograr los objetivos financieros y sociales. En el capítulo tres se describe detalladamente cada uno de los servicios, que se resumen en Pasadías y Excursiones.

1.7 RELACIÓN DE PROVEEDORES ACTUALES – POTENCIALES

Estos serían los principales proveedores, sin embargo en el capítulo dos, se hace un análisis más detallado de los mismos:

- Agencia de Viajes Cali Destinos.
- Hotel Quisanillas – San Juan de Pasto
- Hotel Metropoli – San Juan de Pasto
- Hoteles, Sitios Turísticos, Restaurantes, Guías Turísticos, Empresas de Transporte Especial, etc.
- Servicio de Transporte Hernando Suarez.

1.8 VENTAJAS COMPETITIVAS Y DIFERENCIADORAS DEL NEGOCIO

1.8.1 Del negocio frente a negocios similares

Conócelo SAS debe enfocarse en hacer del servicio la mejor herramienta para obtener fidelidad de los clientes. Así, será este ítem desde el principio la principal ventaja, acompañado de una selección y capacitación excelente y diferenciadora del Capital Humano. Esto es porque apenas está conociendo el mercado. Ya a mediano plazo, mediante la experiencia adquirida se diseñarán paquetes específicos y diferenciadores para ofrecer directamente y a las agencias de viajes, obteniendo así un Plus de varios ítems que la posicionen como la mejor opción del mercado.

1.8.2 Habilidades para asegurar el éxito, triunfo o sostenibilidad en el Mercado

- Identificación de la oportunidad
- Existencia de la demanda del servicio

- El capital humano idóneo
- Innovar con el diseño de nuevos paquetes turísticos
- Elaboración de un plan de comercialización y de compensación incluyente

1.9 MECANISMOS DE PROTECCIÓN DEL NEGOCIO

- Conservar el Buen nombre mediante una buena imagen
- El cumplimiento de toda la normatividad legal
- En todos los paquetes, crear planes de contingencia

2 ESTUDIO DEL MERCADO DEL PROYECTO

2.1 DESCRIPCIÓN GLOBAL DEL SECTOR

Colombia se constituye en un atractivo turístico importante, gracias a las innumerables riquezas naturales, diversidad climática y abundancia de recursos naturales, de hecho Colombia posee entre el 14% y el 15% de la biodiversidad del mundo. En su geografía hay 4.500 microcuencas, 1200 ríos, 1600 lagos, valles fluviales extensos, la montaña costera más alta del mundo, el lugar más lluvioso de todo el planeta, todos los climas y ecosistemas y dos océanos. Cuenta con 9.325.859 de hectáreas declaradas como Parques Nacionales Naturales, que representan el 9% del territorio Nacional, de éstas un millón tienen potencial ecoturístico.¹ Adicionalmente el hecho histórico de la firma del proceso de paz en nuestro territorio ha generado confianza en la gente para potencializar actividades de viaje. En 2017, se ha visto como en los tres primeros meses del año de acuerdo a un reporte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo la llegada de viajeros internacionales a Colombia se incrementó, logrando un crecimiento del 43.1% comparado con el mismo periodo de 2016, ingresando al país por diferentes vías lo que aproximadamente corresponde a 598.000 turistas. El impacto de este flujo de turistas se vio reflejado en la generación de empleos en el sector de comercio, hoteles y restaurantes en este mismo periodo de 2017, el cual fue del 27,2%.² En los meses de mayo a julio el sector de comercio, hoteles y restaurantes cayó 1,5% pero aun así respecto a la generación de empleo, sigue siendo la que más concentra trabajo en el país con el 27% de los ocupados. En cuanto al PIB, el dato de crecimiento de 1,3% del segundo trimestre, revelado por el DANE que concentra todos los sectores del país, la participación del sector Turístico en el mercado fue del 0.9%.

¹ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo doc. “*Turismo en Colombia un Sector de Oportunidades*”

² Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE

A nivel internacional, el turismo pertenece al sector terciario de los sectores económicos mundiales, perteneciendo a los que generen servicios en vez de productos. Según la Organización Mundial del turismo “hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles.” Este no es un dato menor, porque sabemos que en el caso del petróleo, ha sido el pilar de la economía por muchas décadas de muchas naciones. Incluso en la modernidad economías como la de Dubái y Venezuela, dependen del petróleo para sostenerse. Sin embargo, en ese mismo ejemplo, se puede ver como estratégicamente los árabes han usado esos recursos del petróleo para generar atractivos en sus tierras como lo son el turismo. Dubai es precioso. Y más allá de lo físico, en realidad la gestión estratégica es lo fundamental aquí, porque juntando políticas, voluntades, y por su puesto capital se ha logrado demostrar que es sencillo, que es muy fácil obtener resultados a mediano y largo plazo. En cifras, el turismo aporta el 10% del PIB Mundial, además de que por cada 10 empleos, uno es generado por el turismo³.



Figura No. 2. Aportes del Turismo Mundial - Fuente: Organización Mundial del Turismo

³ <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

2.2 ANALISIS DE LA INDUSTRIA

La economía de Colombia actualmente es la 4^{ta} en el ranking de economías de América Latina.⁴ Sin embargo, para efectos de los objetivos, se debe anotar que en términos de turismo el país está lejos de otros, reflejando así que existe una oportunidad de la cual el gobierno tiene que echar mano, para mejorar la economía. Los principales países de América Latina que figuran a nivel mundial durante el 2016 son México (22), Brasil (27), Panamá (35), Costa Rica (38), Chile (48) y Argentina (50). Contrasta con el listado inicialmente mencionado. Esto es debido a que estas economías han elaborado y ejecutado planes de competitividad en turismo, aprovechando aspectos y características propias y otros creados, lo que les permite sumarse en gran porcentaje a resultados como la 292 Millones de puestos de trabajos generados y a mover US\$7.600 millones.⁴ Y es ahí, donde Colombia tiene que seguir los modelos, ajustarse a las normas y medidas adoptadas por la Organización Mundial del Turismo, y de todos estos órganos a los cuales pertenecemos, y mediante sinergias, lograr hacer crecer el turismo en nuestro país. El Informe de Competitividad de Viajes y Turismo,⁵ el cual tuvo su primera publicación durante el pasado Foro Económico Mundial, dice "proporciona una plataforma para que todas las partes interesadas discutan y mejoren la competitividad de la industria en sus economías nacionales. Contiene el "Índice de Viajes y Turismo" (TTCI), un índice compuesto que mide "el conjunto de factores y políticas que permiten el desarrollo sostenible del sector de viajes y turismo, lo que, a su vez, contribuye al desarrollo y la competitividad de un país". En resumen, son 14 Pilares organizados en cuatro amplios factores "subíndices" los cuales permiten a los países mantener un turismo sostenible que le aporte a la competitividad.

⁴ <http://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2017/09/19/world-economic-outlook-october-2017>

⁵ <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/about-the-ttcr/>



Figura No. 3 Índice de Competitividad Viajes y Turismo - Fuente: Organización Mundial del Turismo

Como se observa, es una estructura de múltiples factores que interactúan entre sí, en realidad no es nada del otro mundo, es algo que en Colombia se puede hacer, sin querer decir que no se ha venido haciendo. Sin duda alguna, la finalización de más de 50 años de guerra, ha permitido que el gobierno fije una postura en cuanto a proyectar una mejor imagen del País en todos los aspectos. Era necesario organizarse, darse a conocer a nivel mundial, proyectarse como una potencia... era necesario cambiar un poco. Falta mucho, pero no se está lejos.

2.2.1 Análisis de la situación actual del sector Turismo en Colombia

La industria turística es una de las economías más variables, debido a las constantes innovaciones en su mercado, las cuales para el territorio Colombiano han tenido cambios sustanciales en los últimos años. Por esta razón, los que hacen parte de ella deben hacer grandes esfuerzos para conocer de los clientes

sus necesidades y expectativas. Los efectos de los acuerdos de paz se han evidenciado incluso desde antes de su firma, lo primero es la imagen internacional, mientras Colombia entró en un proceso de paz otros países estaban en guerra. Entre los meses de diciembre de 2016 y junio de 2017, este país ha estado en más 15 denominaciones de los mejores destinos para visitar en el 2017, generando confianza en el visitante extranjero, que es uno de las poblaciones a la cual se dirigirán los esfuerzos.

La paz genera seguridad en el turista, inversión, formalización y desarrollo, además del aumento de potenciales pasajeros, debido a la consolidación de zonas habilitadas por el posconflicto, y la implementación de la tecnología al servicio del turismo. El municipio de la Macarena es un ejemplo de cómo un territorio afectado por el conflicto hoy es un territorio de turismo. Según datos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo entre los meses de agosto y junio de este año se multiplicó por 10 el número de turistas, pasó de 1.500 a 15.000; se ha generado empleo, aumentaron los prestadores de servicios de turismo, y toda la infraestructura que se hace necesaria para desarrollar un proyecto de turismo como ha sido este. La paz con las FARC muestra además que hay territorios que no son conocidos y que se tiene la oportunidad de hacerlo aumentando así la oferta turística. Otros dos pilotos que desarrolla actualmente el Ministerio de Industria y turismo son el Camino de Teyuna, en el parque Tayrona, y Mocoa, en Putumayo.⁶

El Ministerio de Industria y Turismo, el cual nació como una fusión del Ministerio de Desarrollo Económico y el de Comercio Exterior, es el encargado de este tema en particular. Creado durante el año 2003, durante el gobierno de Álvaro Uribe, le permitió al turismo tener una mayor presencia dentro de la agenda gubernamental, debido a que era parte integral de su política de seguridad democrática. La

⁶ <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/expectativas-de-crecimiento-del-turismo-en-colombia-38933>

campaña “Viaja Colombia, Vive por Ella”, fue un slogan que generó entre otras cosas, mucho patriotismo. Eso es algo bueno de reconocer a ese gobierno porque pudo terminar fuera de foco el turismo, pero paradójicamente el ministerio del ambiente si desapareció. Este ministerio ha creado la página web <http://citur.linktic.com> la cual es el Centro de Información Turística donde cualquier persona puede encontrar información sobre proveedores de turismo, estadísticas del sector a nivel nacional, normatividad, etc.

La iniciativa de usar los nuevos elementos en materia de comunicación como lo son las paginas web, va acompañada de la organización, y es por eso que se creó el Registro Nacional de Turismo, donde deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia. Este registro es obligatorio para su funcionamiento y debe actualizarse anualmente, y ha permitido la organización en materia normativa y legal, además de que ha sido un paso en materia de competitividad. En cifras, para cierre del año 2016 había 24.906 prestadores registrados ante el ministerio⁷, en la siguiente tabla se pueden ver las diferentes categorías de prestadores:

CATEGORIA	2005	2010	2015	2016	Variación Ultimo año
OPERADORES PROFESIONALES DE CONGRESOS, FERIAS Y CONVENCIONES	103	325	474	547	15%
EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR	0	194	361	461	28%
ESTABLECIMIENTO DE GASTRONOMIA Y SIMILARES	274	860	1.027	1.090	6%
ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE	2.940	7.273	12.342	14.091	14%
ARRENDADORES DE VEHICULOS PARA TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL	91	268	162	177	9%
OFICINA DE REPRESENTACION TURISTICA	196	476	512	615	20%
AGENCIA DE VIAJES	2.329	4.901	5.861	6.636	13%
CONCESIONARIOS DE SERVICIOS TURISTICOS EN PARQUE	0	3	25	34	36%
GUIA DE TURISMO	920	1.509	1.081	1.063	-2%
PARQUES TEMÁTICOS	0	0	37	48	30%
USUARIOS OPERADORES, DESARROLLADORES E INDUSTRIALES EN ZONAS	0	0	12	23	92%
EMPRESA DE TIEMPO COMPARTIDO Y MULTIPROPIEDAD	41	51	72	67	-7%
EMPRESAS CAPTADORAS DE AHORRO PARA VIAJES Y DE SERVICIOS TURISTICOS	11	23	34	54	59%
Total General	6.905	15.883	22.000	24.906	13%

Tabla No.1 Empresas Registradas en el RNT – Fuente: <http://citur.linktic.com>

Con un incremento aproximado del 350% desde el comienzo del RNT (Registro

⁷ http://citur.linktic.com/estadisticas/df_prestadores_historico/all/41

Nacional de Turismo) este sector demuestra que fue una decisión acertada su implementación. Demuestra que los empresarios son receptivos a formalizarse, y demuestra además que el turismo está en auge, que en la medida que se encuentren puntos diferenciadores positivos, este sector le puede aportar al empresario una satisfacción económica enorme, y al país por su puesto, unos réditos en materia de impuestos, reputación, competitividad y desarrollo sostenible e integral.

Colombia es un país experto haciendo normas para todo, no obstante es un país reconocido internacionalmente por tener un marco normativo bastante fuerte. El Ministerio del Turismo ha creado las NTS (Normas Técnicas Sectoriales)⁸ que son normas relativas al objeto de estudio y buscan fijar los parámetros mínimos técnicos para poder desarrollar la actividad turística, involucrando a todos los elementos que le competen,

Es una fortuna que a la fecha de redacción de esta parte, el Ministerio de Industria y Turismo ha lanzado una estrategia para posicionar la gastronomía colombiana como producto turístico⁹. Es una buena jugada, teniendo en cuenta la variedad gastronómica de las regiones. Si a esto se le suma las estrategias ya mencionadas, pues honestamente se tendrá una Colombia más reconocida a nivel mundial, y unos habitantes locales con mucho sentido de pertenencia. La articulación de estrategias permite como emprendedores tener un foco más amplio a la hora de ofertar los productos y servicios, ya queda a la imaginación, destreza y visión de cada uno, sacarle provecho.

⁸ www.mincit.gov.co

⁹ http://www.mincit.gov.co/publicaciones/39281/mincomercio_lanzo_estrategia_para_posicionar_gastronomia_colombiana_como_producto_turistico

2.3 ANÁLISIS DOFA

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	*Flexibilidad para adaptarse a nuevos servicios o necesidades especiales.	*Ser una empresa nueva en el mercado del turismo.
	*Ofrecimiento de distintas actividades para todo gusto y edades.	*Poco capital de trabajo
	*Conocedores de los destinos turísticos de la Región	*La Infraestructura pequeña, limita el conocimiento de la misma por parte del cliente
	*Capacidad de aprender y generar ideas innovadoras	*Falta de capacitación para ofertar los productos
FACTORES EXTERNOS		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
*Creciente y acelerado desarrollo de actividades turísticas a nivel nacional. Fuente Portafolio	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer alianzas estratégicas con otros operadores, con el fin de proyectarnos hacia otros destinos. - Crar una propia pagina web, con el fin de darnos a conocer de muchas formas. 	
*A partir del proceso de paz la gente tiene más confianza para viajar.		-Ser innovadores amoldándonos a las exigencias del mercado.
*Nuevas tecnologías de comunicaciones con los clientes.		- Aprovechando las nuevas tecnologías para ofertar nuestro servicio al mercado sin necesidad de hacer granes inversiones para ello.
*Colombia posee atractivos naturales y culturales que son explotados turísticamente.		- Actualizar a nuestros empleados al creciente y acelerado desarrollo de actividades turísticas a nivel nacional.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
*Surgimiento de nuevos competidores en el mercado	-Enfocar nuestros esfuerzos en la capacitación constante constantemente al personal para así hacer del servicio nuestro punto diferenciador.	-Idear nuevas formas de campañas publicitarias masivas para competir con nuestras empresas rivales y lograr reconocimiento con nuestros clientes potenciales.
*Cambio Climático	- Estar actualizado en orden público de las zonas turísticas para así brindar mayor confianza al turista.	-Mantenerse actualizado en las predicciones meteorológicos de los sitios turísticos a través de los medios de comunicación.
*Orden público, presencia de grupos al margen de la ley, podría dificultar el tránsito en algunas zonas		

Tabla No. 2 Análisis DOFA – Fuente Propia

2.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En Santiago de Cali, al día 13 de Noviembre de 2017, en la página web de Confecamaras, existen 965 empresas con su respectivo RNT activo, debidamente registradas en todas las categorías establecidas para trabajar en el sector turismo.¹⁰ Esta situación lo que muestra es que la tendencia de las personas en formalizarse en este nicho. En la categoría “Agencia de Viajes Operadoras” se encuentran con registro activo 108 entidades. Ahora bien, esto son los formalizados, porque es conocido que existen muchos no formalizados otros que no han renovado su registro y muchos que los han cancelado para dejar la actividad definitivamente o para cambiar el nombre de la empresa. En redes sociales como Facebook y Twitter se encuentran muchos anuncios de empresas y personas que ejercen la actividad turística.

Hay un aspecto muy importante a tener en cuenta en esta industria, y es que se deben encontrar puntos diferenciadores de la competencia, porque **EXISTE DEMASIADA COMPETENCIA**. La “facilidad” de realizar un pasadía e inclusive un paseo pues brinda la oportunidad de que personas se aventuren a realizar estas actividades de muchas maneras. Cabe mencionar que en este caso particular, se comenzó a trabajar en conjunto con la empresa Cali Destinos, mediante la modalidad de Freelance. Toda esta competencia, hace que este negocio se vuelva inestable, se vuelva complicado y se acudan a otras actividades, algunas conexas y otras no, para sostenerse en el mercado. En todo caso, el que gana es el cliente, porque tiene variedad en precios, estilos, destinos, etc. En cuanto a precios, se comienza a vivir una guerra comercial porque algunas personas comienzan a “creativamente” vender los mismos planes a tarifas más bajas que otras entidades.

¹⁰ <http://rntcali.confecamaras.co/establecimientos?pagina=49>



Figura No.4 – Volantes de la Competencia

En estas dos imágenes, se observa que se hace la misma oferta turística de sitios, pero a diferentes precios. Aquí se observa cómo se sacrifican aspectos de la calidad del viaje como “descanso de los turistas”, porque en la oferta más económica deberán hacer los recorridos más largos el mismo día de la llegada al lugar de hospedaje. Esto significa, que los pasajeros permanecerán mucho más tiempo viajando que disfrutando de los sitios en sí. Hay que hacer énfasis en esto, porque aquí **“en las propuestas de la competencia”** es donde están las oportunidades para la empresa. Esto para nada quiere decir que estas estrategias no les han servido a ellos, porque uno de los principios de los negocios es que **todo se vende**.

A continuación el análisis de las tres empresas que realizan actividades similares a la de Conócelo SAS, para ver cómo está una parte del mercado.

2.4.1 Empresa Crucero Turismo

Es una empresa caleña con 14 años de experiencia en el sector turismo. Es un referente para Conócelo SAS porque actualmente es casi igual a lo que se quiere llegar. Tiene cuatro sucursales la ciudad. En su página web se encuentra una variedad de destinos nacionales e internacionales en modalidad paseo, excursión

o pasadía, y además cuentan con una diversificación de su negocio que es la venta de seguros.

<div>  <div>  PBX [2] 485 0932 </div> </div> <div>Confía Tu Viaje a Manos Expertas</div>									
Servicios que ofrece	Incluye	N° DIAS		Tempo rada	Precios a los que vende	Descuentos por volúmenes	Canales de distribución	Situación financiera corto y largo	Observaciones
		DIAS	NOCHES						
PASADIA (Eje Cafetero- Parque del Café)	Pasaporte Múltiple-Transporte Ida y Regreso-Desayuno- Almuerzo-Retrogerio-Guia- Seguro Médico	1		NO	\$ 138,000		Somos intermediarios		
PASADIA (Eje Cafetero- Parque del Café)	Alojamiento en Finca Hotel- Transporte Ida y Regreso- Pasaporte Múltiple-Almuerzo en el parque-Desayuno y Cena	2	1	NO	\$ 299,000		Somos intermediarios		
PASADIA (Eje Cafetero- Panaca)	Alojamiento en Finca Hotel- Transporte Ida y Regreso- Panaca Pasaporte Terra- Almuerzo en el parque-	2	1	NO	\$ 399,000		Somos intermediarios		
PASADIA (Eje Cafetero- Salento)	Alojamiento en Finca Hotel- Transporte Ida y Regreso- Panaca Pasaporte Terra- Almuerzo en el parque-	2	1	NO	\$ 399,000		Somos intermediarios		solo sábados y domingos
PASADIA (Eje Cafetero- Termas de Santa Rosa)	Alojamiento en Finca Hotel- Transporte Ida y Regreso- Panaca Pasaporte Terra- Almuerzo en el parque-	2	1	NO	\$ 459,000		Somos intermediarios		Aplica para grupos a partir de 8 personas):
PASADIA (San Cipriano)	Transporte ida y Regreso- Desayuno-Transporte en Brujitas desde Córdoba-Ingreso a la Reserva-Almuerzo-	1		NO	\$ 89,000		Somos intermediarios		Salidas Abril y Julio
PASADIA (San Consota)	Transporte ida y Regreso- Desayuno-Ingreso al Parque- Asistencia Médica-Guia-	1		NO	\$ 110,000		Somos intermediarios		Salidas Agosto
EXCURSION POR LA FRONTERA (Santuario de las Lajas- Cementerio de los Pinos-Cañon de Juana mó- Laguna de la Cocha)	Transporte Ida y Regreso desde Cali-Alojamiento en Ipiates- Pasadía en el cañon con Almuerzo (Historia de la Batalla de Juanambú-Visita a la Laguna de la cocha-con traslado en Lancha hasta la Isla la Corota-	3	2	NO	\$ 305,000		Somos intermediarios		13 al 16 de Octubre 2017
Condiciones y plazos en los créditos que ofrecen	Convenio con el Banco Av-Villas-para servicios superiores a \$1.500.000-plazos hasta 36 meses, previo análisis de crédito./ Cheques Post fecha dos/Tarjetas de Crédito (Visa-Master Card-Diners)								
Publicidad	Página Web -Redes Sociales (Facebook-Instagram y Contacto Whatsapp)								

Tabla No3. Empresa Crucero Turismo

2.4.2 Empresa Cali Destinos

Otra empresa caleña, hace 18 años inició operaciones, su fuerte es la excelente gestión de su propietaria la señora Patricia Ocampo, la cual tiene un alto sentido por el servicio como Guía de Turistas, manejando además muy buenas relaciones con sus proveedores y clientes. Es la persona que ha abierto las puertas para explorar el mundo del turismo, aprender de ella y crear oportunidades propias.

2.4.3 Empresa Promotora de Turismo Belisario Marín

Es una empresa muy fuerte en Colombia y en el mundo. Con una historia inspiradora el señor Belisario Marín Montes, nos demuestra como con determinación y con visión se pueden alcanzar los sueños, inclusive comparte sus

experiencias en una autobiografía que se llama “Así Triunfé”. Su empresa en la actualidad cuenta con oficinas en Cali, Bogotá y Medellín, y con más de 36 años en el mercado se destaca por ser una agencia dominante.




TELÉFONOS: (57) (2) 3755410
CELULARES: 300 687 1119 - 310 4728140




Cali Destinos - Tel 375-5410

Servicios	Incluye	No. Días	Temporada	Precios	Descuentos por Volúmenes	Canales de Distribución	Situación financiera a Corto y Largo Plazo	Observaciones
PISCILAGO	Transporte - Hospedaje en Acomodación Multiple - 2 Desayunos - 2 Almuerzos y 1 Cena - Entrada a Piscilago - Asistencia Médica	2	Cualquiera	\$ 298.000	N/A	Volanteo - Alianzas		Empresa con más de 18 años de Experiencia En el mercado, pocisionada y reconocida, maneja muy buenas relaciones con los proveedores obteniendo multiples beneficios que le han permitido sostenerse. Una fortaleza es la reputación de la dueña, la señora Patricia Ocampo.
SUR DEL PAIS	Transporte - Hospedaje en Acomodación Multiple - 3 Desayunos - 3 Almuerzos - Entrada a Sementerio Tulcan (Ecuador) - Santuario de las Lajas - Laguna de La Cocha - Asistencia Médica	3	Cualquiera	\$ 280.000	N/A	Volanteo - Alianzas		
TERMALES DEL OTOÑO - MANIZALES	Transporte - Hospedaje en Acomodación Multiple EN EL HOTEL TERMALES DEL OTOÑO - 2 Desayunos - 2 Almuerzos y 1 Cena- Noche de Integración - Asistencia Médica	2	Cualquiera	\$ 310.000	N/A	Volanteo - Alianzas		
ALUMBRADO NAVIDEÑO MEDELLIN	Transporte - Hospedaje en Acomodación Multiple - 3 Desayunos - 3 Almuerzos - Entrada a Sitios Turísticos - Asistencia Médica	3	Cualquiera	\$ 330.000	N/A	Volanteo - Alianzas		
RUTA RELIGIOSA - CAICEDONIA	Transporte - 1 Desayuno - 1 Almuerzo - Visita Santuario Santa Maria Madre de Dios - Asistencia Médica	1	Cualquiera	\$ 70.000	N/A	Volanteo - Alianzas		
ALUMBRADO QUIMBAYA - QUINDIO	Transporte - 1 Cena - Recorrido Nocturno por las Calles de Quimbaya - Asistencia Médica	1	Cualquiera	\$ 70.000	N/A	Volanteo - Alianzas		
Condiciones y Plazos en los créditos que ofrecen		Recaudo directo - Todos los destinos se deben separar mínimo con \$30,000 el resto 8 días antes del Evento						
Publicidad		Página Web - Redes Sociales - Carteleras del Gremio						

Tabla No.4. Empresa Cali Destinos

Servicios	Incluye	No. Días	Temporada	Precios	Descuentos por Volúmenes	Canales de Distribución	Situación financiera a Corto y Largo Plazo	Observaciones
BOYACÁ ESPECIAL ILUMINACIONES	• Alojamiento por 2 noches en Paipa con base en acomodación doble o triple. • Alimentación claramente descrita en el programa. • Transporte terrestre en bus para realizar el itinerario descrito en este programa. • Visita al Monumento del Puente de Boyacá, Pantano de Vargas y a los municipios de Nobsa, Sogamoso, Pueblito Boyacense, Corrales, Villa de Leyva, La Catedral de Tunja y la Catedral de Chiquinquirá. • Visita y recorrido en lancha por el Lago Tota. • Ingreso al Parque Acuático termal en Paipa. • Atención especial para quienes celebren su cumpleaños o aniversario dentro de la excursión. • Guía acompañante especializada desde Bogotá durante todo el recorrido.	3	Cualquiera	\$ 490.000	N/A	Directamente con ellos en sus instalaciones	Desconocemos este ítem, debido a que no fue posible conseguir información pertinente.	Empresa con más de 36 años de tradición. Cuenta con programa propio en el canal regional telepacífico. Además de turismo Terrestre, desarrolla turismo aéreo y acuático. Elabora Planes acorde a las necesidades del cliente. Utiliza una estrategia de concientización del cliente para ahorrar y luego disfrutar de la calidad de sus servicios. Ofrece además otros servicios.
DOS DIAS DE VACACIONES EN EL EJE CAFETERO	1.- Transporte terrestre para realizar el itinerario de este programa. 2.- Desayuno 3.- Tiquete de ingreso al Parque los Arrieros 4.- Almuerzo típico de la región. 5 – Guías para conocer el Parque los Arrieros 6- Cabalgata 7- Recolección de Café 8 – Pesca deportiva 9- Rifas durante el viaje de varios ejemplares del libro: “Turismo, un sueño por la Paz” del señor Belisario Marín Montes responsable de este programa (hasta agotar existencia).	2	Cualquiera	\$ 290.000	N/A			
SILVIA	1. Transporte terrestre Cali – Silvia – Cali 2. Alojamiento la noche del día uno (sábado – lunes o miércoles) en la Casa Turística de Silvia con base en acomodación Doble – Triple o Cuádruple (2–3 o 4) personas por habitación. 3. Toda la alimentación (tres comidas diarias) desde el refrigerio de bienvenida hasta el almuerzo del día dos (domingo – martes o jueves) . 4. Noche musical de integración (si hay hospedados en la casa más de 15 quince personas). 5. Guía de turismo desde Cali, si el grupo de turistas es superior a veinte personas. 6. Visita a la casa museo con las mejores artesanías de Colombia y el mundo.	2	Cualquiera	\$ 190.000	N/A			
5 DÍAS POR EL VALLE DEL CAUCA Y QUINDIO	1. Alojamiento por cuatro noches cinco días en acomodación doble o triple en los Hoteles previstos: * Miércoles: Guadalajara de Buga y/o Hostal del Regidor. * Jueves y viernes: hotel Tocurina del Quindío (una hermosa finca-hotel) y/o el Hostal de la Vega. * Sábado, Dann Cali y/o Torre de Cali. 2. Alimentación descrita en el programa: DOS COMIDAS DIARIAS (desayunos, almuerzos o cenas), durante la excursión 3. Transporte para realizar el itinerario descrito en la programación 4. Tiquete de ingreso a: * Parque Nacional del Café * Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria PANACA con ingreso al Mundo del Caballo que es espectacular y demás atracciones del parque * Zoológico de Cali * Hacienda El Paraíso * Museo de la Caña de Azúcar 5. Guía acompañante desde que los turistas llegan a la ciudad de Cali 6. Rifas durante el recorrido de varios ejemplares del libro “Turismo Un Sueño por la Paz” de Belisario Marín Montes responsable de este programa. (El más económico de cuantos se han diseñado en la historia del turismo colombiano). Hasta agotar existencia 7. Visita a la Basílica del Señor de los Milagros de Buga 8. Cóctel de bienvenida en los hoteles de Cali, Buga y Quindío 9. Refrigerio en la ciudad de Buga	5	Cualquiera	\$ 590.000	N/A			
LLANOS ORIENTALES	1. Alojamiento por tres noches cuatro días en el HOTEL CAMPESTRE CAMPANARIO 5 ESTRELLAS con base en acomodación doble o triple. 2. Alimentación claramente descrita en el programa. 3. Transporte terrestre desde Bogotá para realizar el itinerario descrito 4. Traslado y tiquete de ingreso al Bioparque los Ocarros. 5. Guía Acompañante de turismo para visitar los grandes atractivos que nos ofrecen los Llanos Orientales. 6. Visita a la ciudad de Villavicencio y los Municipios de Guamal, Acacias, Restrepo y Cumaral 7. Atención especial a quienes celebren su cumpleaños y/o aniversario de bodas 8. Visita a la Hacienda Marsella para disfrutar de un paseo en Buggy y admirar la flora y fauna de los Llanos Orientales 9. Visita al hermoso complejo turístico LA CATIRA 10.Traslado e ingreso al Parque Malocas. 11. Citytour en chiva con demostración de joropo. 12.Tarjeta de asistencia médica	4	Cualquiera	\$ 650.000	N/A			
ANTIOQUIA	1. El transporte terrestre desde Cali o desde Pereira, para quienes llegan a esta ciudad vía aérea. 2. El alojamiento por cinco (5) noches seis (6) días con base con base en acomodación doble y/o triple en los siguientes hoteles: A. En Jericó Portón Plaza o similar B. En Jardín hoteles Valdivia o la Casona. C. En Medellín el Hotel Portón Medellín o similar 3. Guías acompañante desde Cali y guía en el Departamento de Antioquia para visitar los municipios descritos en el programa. 4. Alimentación descrita en el itinerario: dos comidas diarias (desayunos, almuerzos o cenas) con excepción del día de regreso (lunes). 5. Visita a Medellín, Jericó, el Peñol y Guatapé. 6. Seguro de asistencia de viaje que aplica restricciones. 7. Atención especial a quienes cumplan años durante la excursión o celebren su aniversario de boda. 8. Paseo en embarcaciones turísticas por la represa de Guatapé para admirar el hermoso atardecer que le ofrece la naturaleza a esta región. 9. Tiquete de ingreso al metro y metro cable en Medellín. 10. Visita a la Piedra del Peñol de Guatapé y al monumento del Ave Fénix en el Peñol.	6	Cualquiera	\$ 725.000	N/A			
Condiciones y Plazos en los créditos que ofrecen	Recaudo directo o por medio de las entidades que tenga convenios. Todos los destinos se deben separar mínimo con el 20% del valor.							
Publicidad	Programa Propio en Canal Regional de Televisión - Alianzas - Web y Redes Sociales							

Tabla No. 5. Empresa Promotora de Turismo

2.5 ESTUDIO DE LOS PROVEEDORES

CATEGORIA	Suministros	Proveedor	Detalle del Servicio o Producto Recibido	Temporada	Precios	Descuentos por Volúmenes	Canales de Distribución	Observaciones
Transporte	Servicio de Transporte de Pasajeros	Hernán Larrahondo	Servicio de Transporte ida y regreso hasta el sitio contratado. Posibilidad de 2 conductores si la ruta lo requiere.	Cualquiera	Depende de la Ruta	A convenir	Directo	Propiedad de Cali Destinos. Es Estratégico para nosotros. Buen Descuento
Transporte	Servicio de Transporte de Pasajeros	Sandra Estupiñán	Servicio de Transporte ida y regreso hasta el sitio contratado. Posibilidad de 2 conductores si la ruta lo requiere.	Cualquiera	Depende de la Ruta	A convenir	Directo	Excelentes Buses. Tiene varios contactos de Hoteles, Restaurantes y Transportadores entre otros.
Hospedaje	Alojamiento	Hotel Quiyazingas	Hospedaje en Acomodación Multiple o Sencilla Según el caso. Servicios adicionales de Wifi, Agua Caliente, Restaurante.	Cualquiera	\$ 310.000	10%	Directo	Buenas instalaciones. Buena ubicación. Muy aseado y tranquilo. Excelentes atención y relación con Nosotros.
Hospedaje	Alojamiento	Hotel Metrópoli	Hospedaje en Acomodación Multiple o Sencilla Según el caso. Servicios adicionales de Wifi, Agua Caliente.	Cualquiera	\$ 330.000	10%	Directo	Buena Ubicación. Buen Descuento para menores.
Seguros	Póliza de Seguros para Turismo	La Equidad Seguros	Póliza de Seguros para Turismo, expedida con 2 días de anticipación minimamente.	Cualquiera	\$3.000 Por Pasajero	2%	Directo e Intermediarios	Póliza Estándar
Alianzas	Comerciales	Cali Destinos	Publicidad en Volantes, acompañamiento a tomas comerciales, Póliza de Seguro.	Cualquiera	\$ 100.000	N/A	Directo	Intermediario para obtener la póliza de turismo
Restaurante	Alimentación	Cafetería La Migaja	Servicio de Alimentación modalidad autoservicio	Cualquiera	\$8.000 Promedio	Platos Grátis	Directo	Excelente atención y disposición. Buenas instalaciones. Cerca a los Hoteles
Restaurante	Alimentación	Restaurante La Parada	Servicio de Alimentación con servicio a la mesa. Ofrecen platos típicos, abierto 24 Hrs	Cualquiera	\$8.000 Promedio	Platos Grátis	Directo	Excelentes Precios. Buena presentación de la alimentación. Experiencia en atender grupos
Restaurante	Alimentación	Restaurante "Doña Eliza"	Servicio de Alimentación con servicio a la mesa. Ofrecen platos típicos.	Cualquiera	\$8.000 Promedio	Platos Grátis	Directo	Excelentes Precios. Buena presentación de la alimentación. Experiencia en atender grupos

Tabla No.6. Proveedores Actuales

Hay que tener en cuenta que en cada actividad se puede optar por trabajar con proveedores diferentes, no solo porque obviamente son de sitios distintos “Lugar de Destino de la Actividad”, sino porque brinda entre otros los siguientes beneficios:

- I. Permite dar cumplimiento al “numeral 3.1.2.4 Gestión de Proveedores de la NTS TS 003”, la cual cita :

La agencia de viajes debe:

- a) Identificar los bienes y servicios que adquiere para la prestación de su servicio y definir cuáles de ellos tiene un mayor impacto sobre la sostenibilidad, para establecer criterios de compra que incluyan consideraciones ambientales, socioculturales y económicas, de acuerdo con la disponibilidad del mercado.
 - b) Dar prioridad a los proveedores de aquellas empresas que como parte de su política comercial demuestren su compromiso con el desarrollo sostenible.
 - c) Verificar la idoneidad y legalidad de las empresas o personas que contrata.¹¹
- II. Permite conocer a otros proveedores de diferentes servicios, obteniendo así varias alternativas que permiten escoger y lograr los objetivos financieros, comerciales y de sostenibilidad del negocio.
 - III. Permite obtener un parte de tranquilidad por la experiencia de los proveedores en la atención de actividades como la de Conócelo SAS.
 - IV. Obtener poder de negociación.

¹¹ Ministerio de Industria y Turismo, Recuperado Septiembre 09, 2017 de http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=77926&name=Guia_para_la_implementacion_de_la_NTS-TS_003.pdf&prefijo=file

2.6 ANALISIS DEL CONSUMIDOR

El servicio, que no es un servicio básico, está dirigido a cualquier cliente que encuentre en viajar por carretera un motivo para conocer el país. Esto significa que se debe estar abierto a brindarle el servicio a cualquier persona. Pero el foco son las personas residentes en Cali, en los estratos 1,2 y 3.

Mediante encuestas elaboradas a 100 Personas se efectuó la consulta de algunos aspectos. Para determinar la elección de la muestra estratificada a partir de la población seleccionada se utiliza la siguiente formulación¹²:

$$n_o = \frac{Z^2(p)q}{\epsilon^2}$$

p: Probabilidad de la población que presenta las características. Dicho de una forma más comprensible, es la probabilidad que tiene la muestra en poseer las mismas cualidades de la población (homogeneidad) y está determinada por:

Dónde:

n_o : Cantidad teórica de elementos de la muestra. *n* : Cantidad real de elementos de la muestra a partir de la población asumida o de los estratos asumidos en la población.

N : Número total de elementos que conforman la población, o número de estratos totales de la población.

n = $\left(\frac{n_o}{1 + \frac{n_o - 1}{N}} \right)$

Z: Valor estandarizado en función del grado de confiabilidad de la muestra calculada. Por ejemplo, si consideramos trabajar con un 95 % de la muestra seleccionada, entonces el valor estandarizado asumir es igual a 1.96 (Para dos colas), valores estandarizados (z) en función de grado de confiabilidad asumido (para dos colas):

Para un 99%	Z=2,58 (Usado con Frecuencia)
Para un 95%	Z=1,96 (El más Usado)
Para un 90%	Z=1,64

Para $3 \leq N \leq 10$	$\epsilon = 0.1$ (un error del 10 %).
Para $N > 10$	$\epsilon = 0.05$ (un error del 5 %).

¹² Elementos de medición obtenidos de la página web del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE www.dane.gov.co

e: Error asumido en el cálculo. Toda expresión que se calcula contiene un error de cálculo debido a las aproximaciones decimales que surgen en la división por decimales, error en la selección de la muestra, entre otras, por lo que este error se puede asumir entre un 1 hasta un 10 %; es decir, que se asume en valores de probabilidad correspondiente entre un 0.01 hasta un 0.1. No obstante, se propone la siguiente tabla para valores óptimos del error para el cálculo del número de estratos de una muestra:

q: probabilidad de la población que no presenta las características.
Este es un parámetro muy importante, debido a que mediante el mismo se asume qué por ciento o proporción de la muestra no puede presentar las mismas características de la población, debido a diversos factores subjetivos y objetivos de los individuos u objetos que conforman la población. Muchos autores plantean esta probabilidad entre un 1 hasta un 25 %, otros asumen, cuando no se conoce esta variable asumir el valor máximo de 50 %. Del estudio realizado por este autor se propone la siguiente tabla:

$\leq N \leq 19$	$q = 0,01$ (un 1 %).
$20 \leq N \leq 29$	$q = 0,01$ hasta $0,02$ (del 1 al 2 %).
$30 \leq N \leq 79$	$q = 0,02$ hasta $0,05$ (del 2 al 5 %).
$80 \leq N \leq 159$	$q = 0,05$ hasta $0,10$ (del 5 al 10 %).
$N \geq 160$	$q = 0,05$ hasta $0,20$ (del 5 al 20 %)

Según lo planteado anteriormente donde **N** tiene un valor de **756.572** realizando la operación anterior, se llegó a la conclusión de realizar 73 encuestas que mostrarán la factibilidad y viabilidad de esta idea de negocio además de mostrar la necesidad del mercado potencial. Sin embargo, vamos a hacer 100, porque fue lo acordado en Clases. Dichos resultados se analizarán a continuación.

Ficha Técnica:

HERRAMIENTA UTILIZADA	ENCUESTA ESCRITA
Objetivo	Medir la viabilidad del proyecto y conocer las necesidades que tienen las personas que desean conocer Colombia.
Muestra	100 Personas.
Población encuestada	Personas de Estratos 1 y 2.
Encuestadores	Julio César Lugo Gómez
Fecha de realización	Entre el 1 y el 30 de Septiembre del 2017
Lugar de realización	Barrios San Fernando, La Rivera, Chiminangos, Poblado 1, Cali Mio Norte.

2.6.1 Fuentes de Información

La fuente de información es primaria, porque se hacen encuestas en frío con clientes potenciales y algunos actuales.

2.6.2 Análisis de Resultados

2.6.2.1 Genero

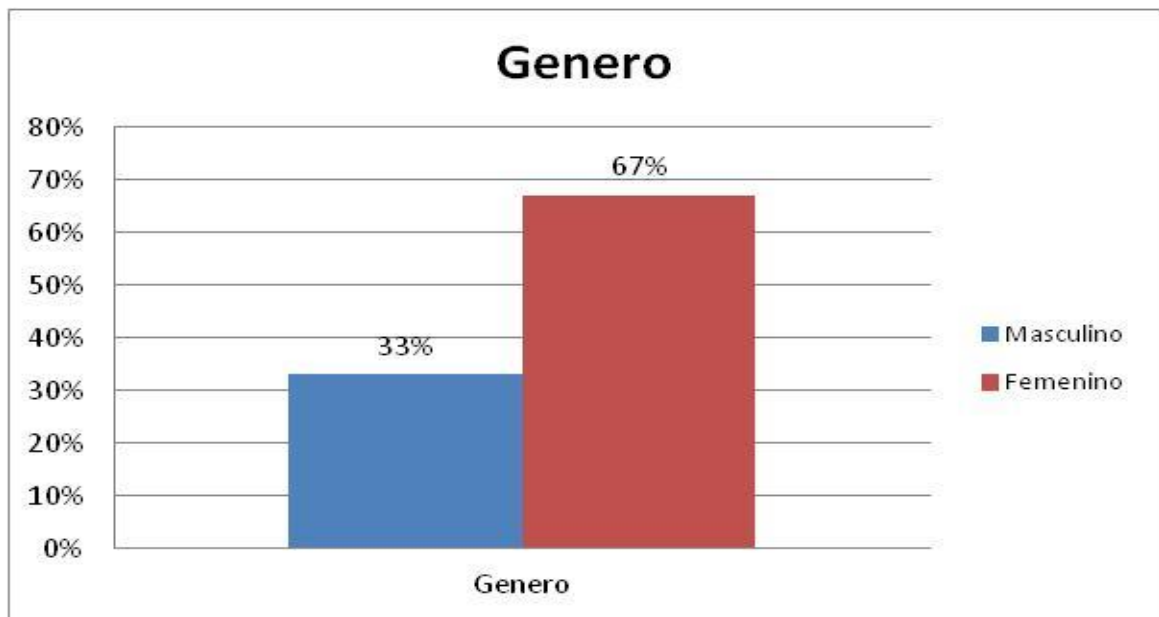


Figura No.5. Género – Fuente Propia.

La encuesta se realizó en un porcentaje mayor a mujeres dado que según información de <http://countrysmeters.info/es/Colombia> el **género** femenino esta dominante en la nación. **No fue algo premeditado.**

2.6.2.2 Edad

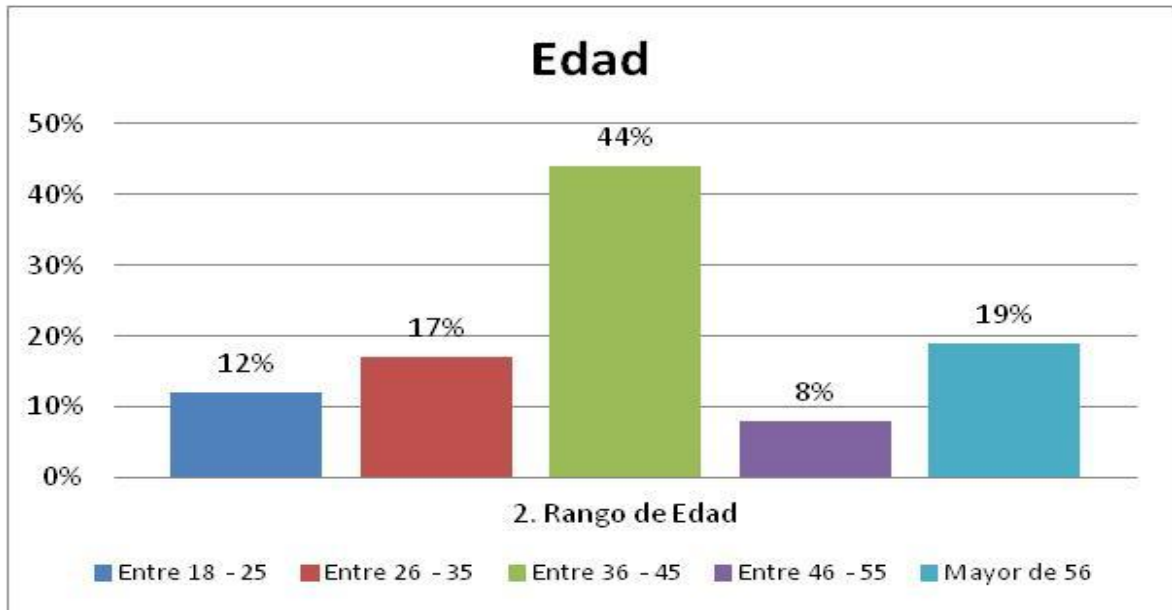


Figura No. 6. Edad – Fuente Propia

En esta gráfica se puede observar como las personas encuestadas, son personas que de alguna perciben algún ingreso, puesto que se encuentran en el rango PEA (Personas Económicamente Activas). Obteniendo que un 44% está en el rango entre 36 y 45 años. Esto es muy importante porque perfila un nicho de mercado al cual hay que satisfacerle una necesidad diferente a la de los demás.

2.6.2.3 Motivo por el cual usted viaja?

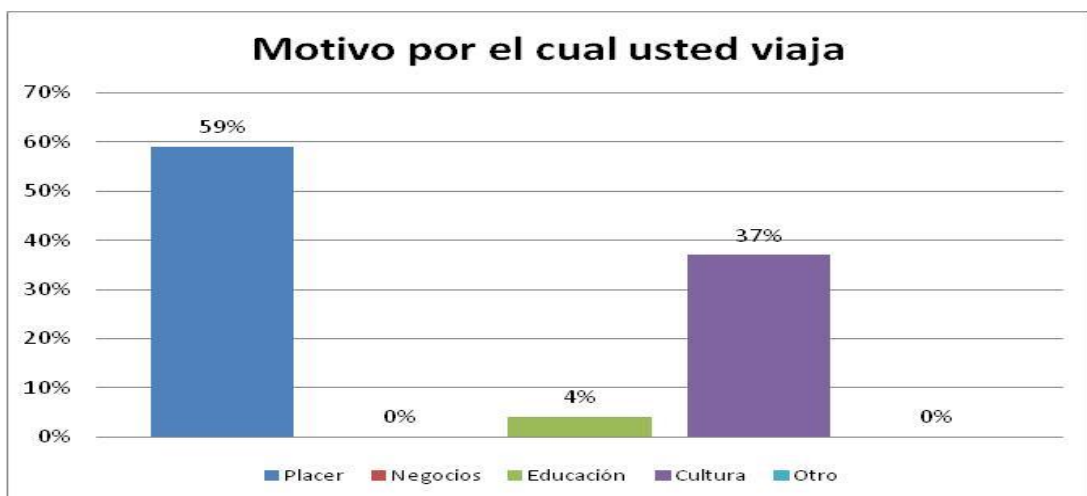


Figura No. 7. Motivos de Viaje – Fuente Propia

En esta gráfica, se observa cómo el 59% de los encuestados manifiesta que es el placer el motivo principal de su viaje, en segundo lugar, tenemos la cultura de lo cual concluimos que hay que enfocarse en crear y comercializar planes turísticos para estos nichos de mercado. Y los planes de negocios y educación serán construidos solo por solicitud directa de los interesados por no tener una demanda representativa según los resultados de la encuesta.

2.6.2.4 Tipo de Turismo

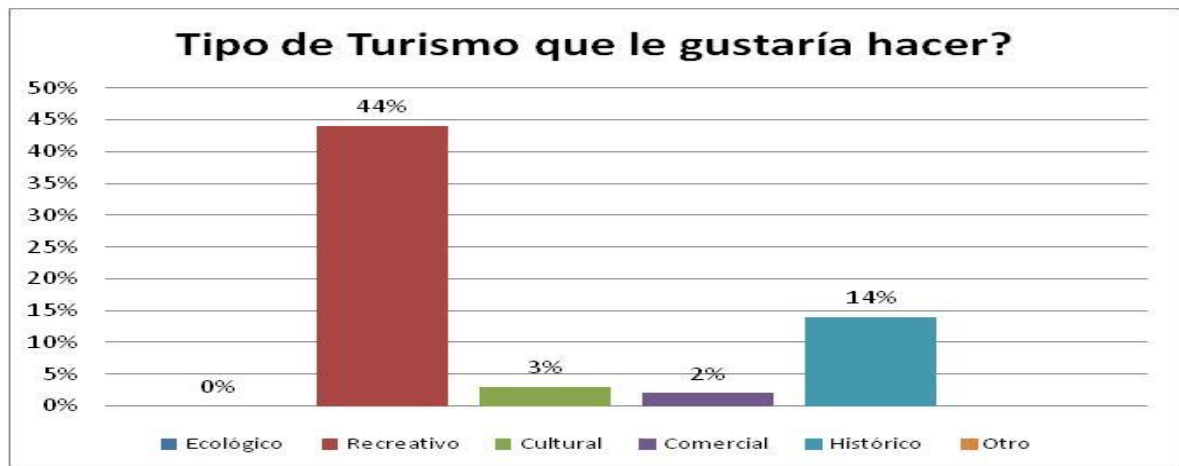


Figura No. 8. Tipo de Turismo - Fuente Propia

Siendo consecuente con la anterior pregunta, en esta gráfica vemos como las personas en un 44% desea hacer turismo recreativo. El turismo histórico le sigue en un 14%, ítem que se puede tomar como placer, teniendo así un referente para ofrecer comercialmente.

2.6.2.5 Lugares del País

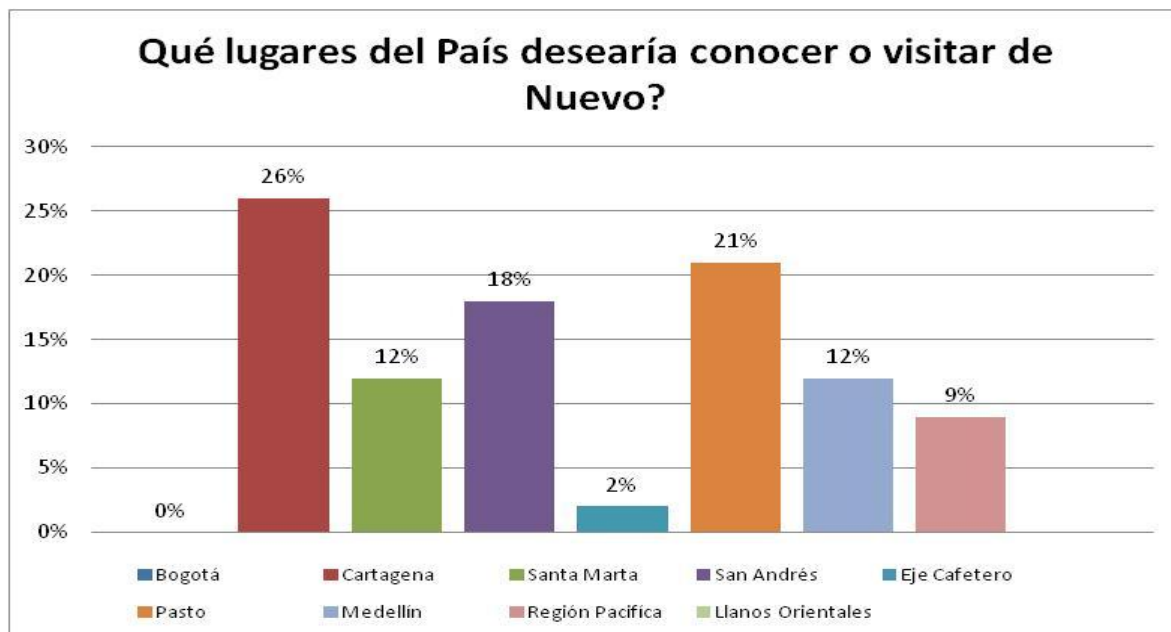


Figura No.9. Lugares del País. – Fuente Propia

Se puede observar que los encuestados tienen como principal destino Cartagena (26%), Pasto (21%) y San Andrés (18%) como sus principales destinos. Siendo consecuente con que les gustaría hacer turismo por placer.

2.6.2.6 Factores

En la siguiente gráfica vemos como el factor Precio es importante para tomar la decisión de Viajar, representado en un 62%. Además, vemos como el factor Clima queda en un segundo lugar con un 17%, lo que ayuda al momento de elaborar la oferta turística.

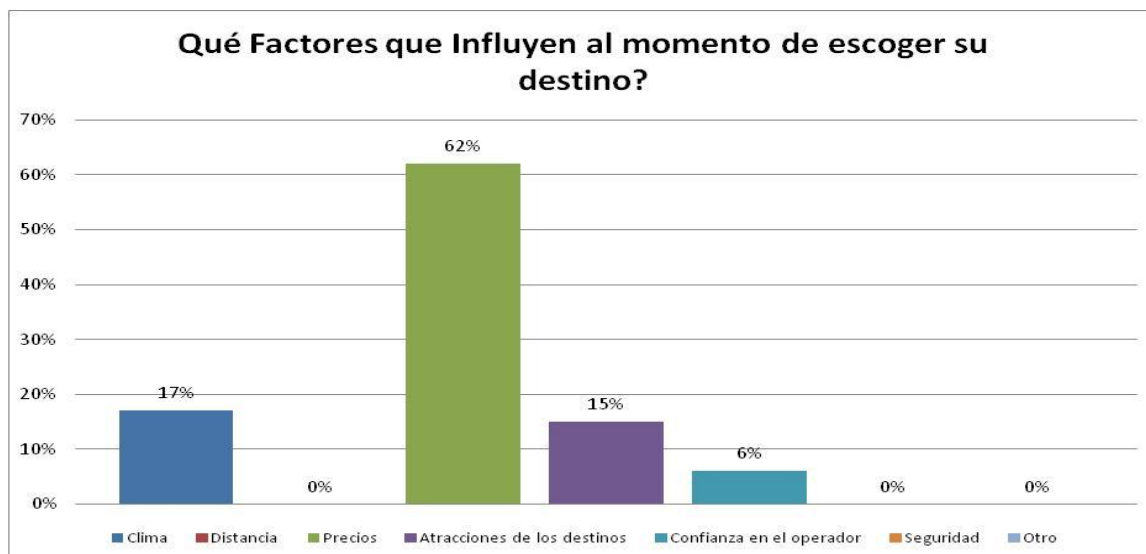


Figura No.10. Factores – Fuente Propia

2.6.2.7 Frecuencia con la que Viaja



Figura No. 11. Frecuencia con la que Viaja – Fuente Propia

El 25% de los encuestados tienen un hábito de viaje por lo menos de una vez al año. Un 73% de los encuestados viajan de manera esporádica lo que indica que la costumbre de planificar viajes dentro de un periodo específico no se encuentra arraigada, esto revela que se debe implementar una estrategia comercial en la que logremos que las personas proyecten y presupuesten sus viajes con el fin de anticiparnos a sus necesidades para ofrecerles planes turísticos que nos permitan cumplir con la meta comercial.

2.6.2.8 Dinero en capacidad de invertir

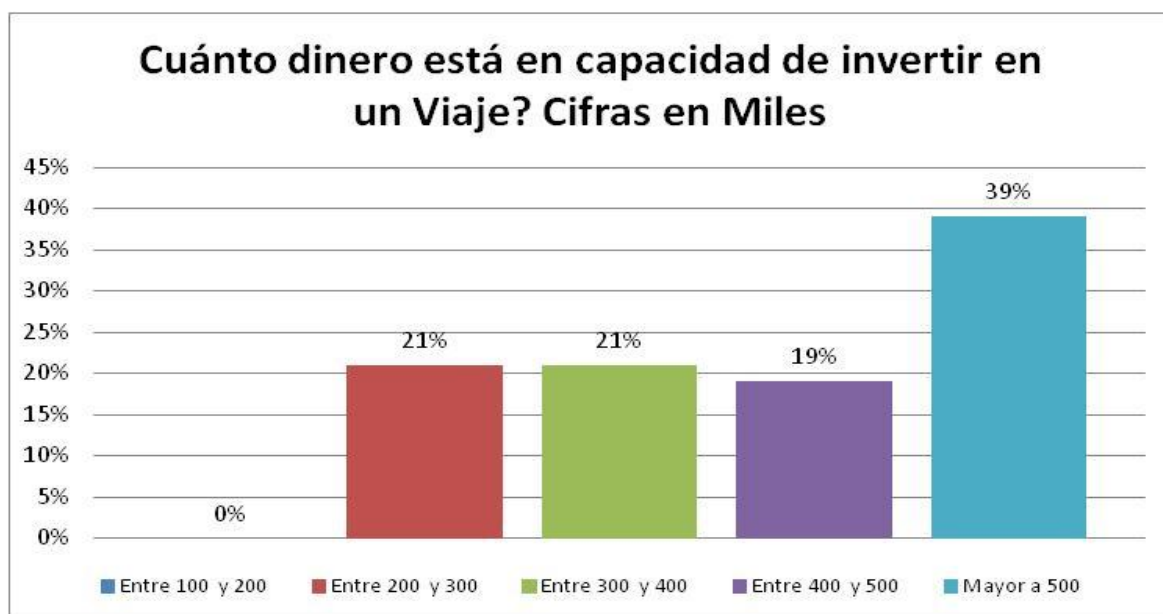


Figura No. 12. Cantidad de Dinero a Invertir

Con un 39%, vemos que los encuestados tienen un presupuesto superior al medio millón de pesos para gastar en viajar. Sin embargo, en conjunto vemos como el 42% está en el rango que se encuentra la oferta comercial, la cual consta de paquetes que valen entre \$200.000 y \$400.000.

2.6.2.9 Al momento de Viajar, prefiere hacerlo....?

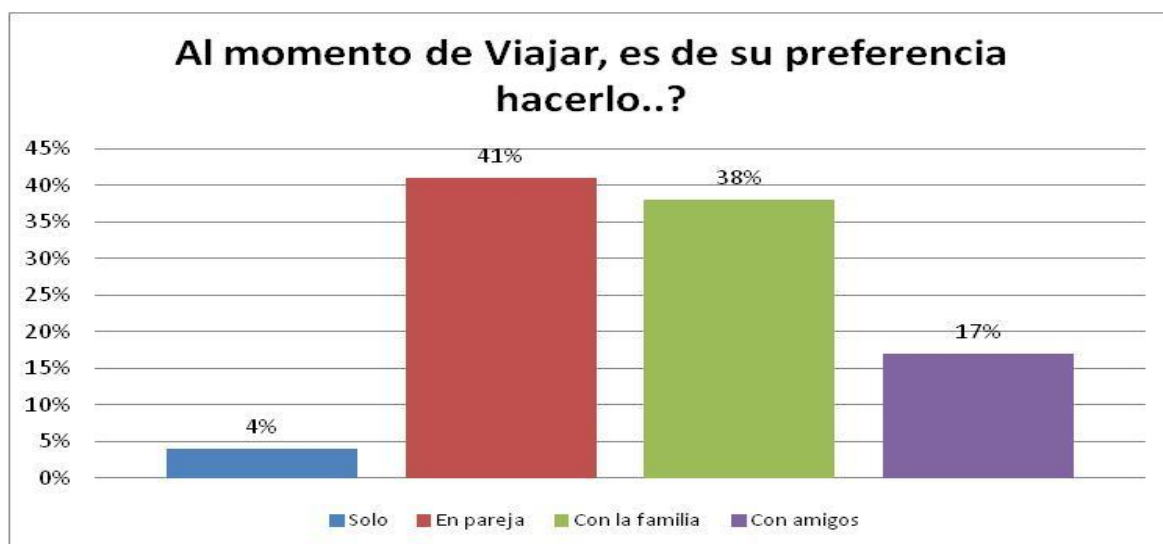


Figura No.13 – Al momento de Viajar, prefiere hacerlo...? – Fuente Propia

En pareja con un 41% y con la familia con 38% son las modalidades en que los encuestados prefieren viajar.

2.6.2.10 Experiencia con otros Operadores Turísticos?



Figura No.14. Experiencia con Otros Operadores – Fuente Propia

En terminos general, lo representa un 75%, las personas han tenido una experiencia positiva con las agencias de viajes que han utilizado.

2.6.2.11 Qué medio de comunicación usa más frecuentemente?

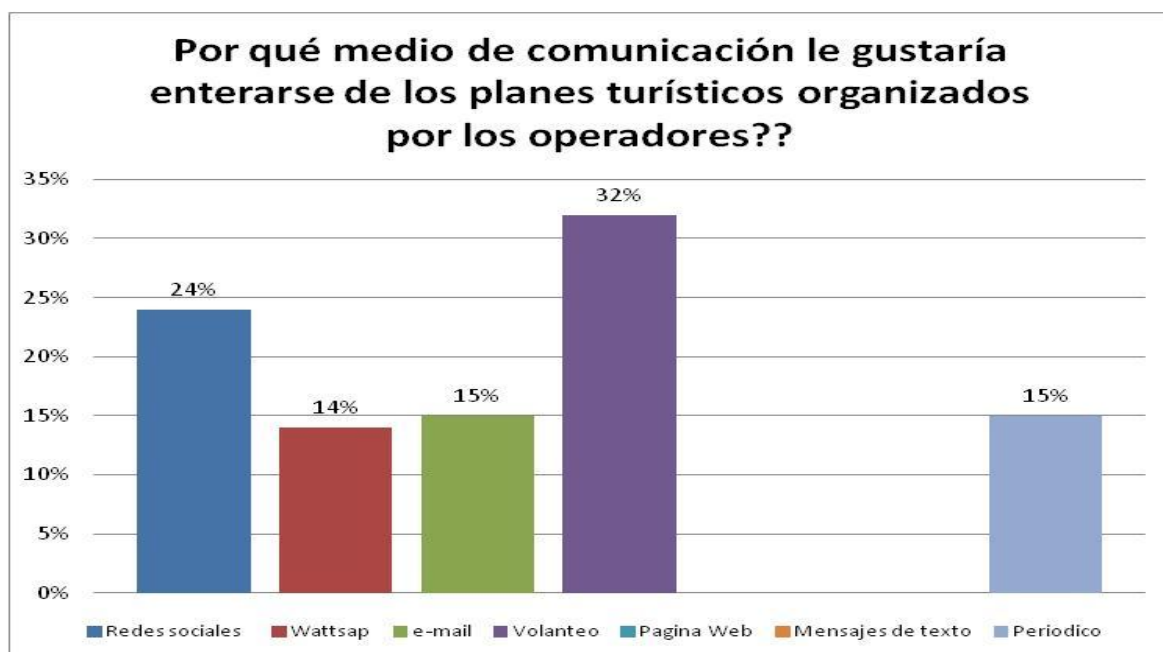


Figura No.15. Medios de Comunicación que usa más frecuentemente

Las Redes Sociales y el contacto directo con Volanteo 24% y 32% respectivamente son las formas más efectivas de hacer contacto con los encuestados. Y en eso se debe enfocar Conócelo SAS para lograr posicionar la marca en el mercado.

2.6.2.12 Conclusiones de la Encuesta

- A la gran mayoría de las personas encuestadas les gustaría hacer turismo local nacional.
- La gran mayoría de personas encuestadas está dispuesta a viajar por lo menos una vez al año, si interpretamos “esporádicamente” como eso.
- La gran mayoría de personas encuestadas ha viajado con agencias de viajes y han obtenido una experiencia agradable.
- Teniendo en cuenta los resultados, por lo menos hay demanda del servicio de turismo. Para Conócelo SAS estos datos son muy importantes debido a que brindan un ruterio a seguir en un segmento de la economía que está bastante

explorado por otras personas emprendedoras. En datos como el hecho de que la gente viaja esporádicamente, o en que tienen la tendencia de viajar acompañados, se encuentran puntos que permitirán crear estrategias comerciales dirigidas a aprovechar esos factores, y despertar intereses y costumbres en los clientes que permitan a la empresa permanecer en el mercado por medio de la creación de factores diferenciadores. Incluso, datos que no están tabulados pero que se pueden desprender de las preguntas como lo son Viajes al Exterior, Fechas Especiales, entre otras, y la sola necesidad de Viajar, son elementos que para este proyecto se difieren de esta encuestas, que amplían el panorama de todo lo que se puede hacer y aprovechar en este segmento de la economía mundial.

Zonas: San Fernando, La Rivera, Chiminangos, Poblado 1, Cali Mio Norte,					
1. Sexo	Masculino		Femenino		
	33		67		
2. Rango de Edad	Entre 18 - 25	Entre 26 - 35	Entre 36 - 45	Entre 46 - 55	Mayor de 56
	12	17	44	8	19
3. Motivo por el cual viaja?					
Placer	Negocios	Educación	Cultura	Otro	
59	0	4	37	0	
4. Tipo de turismo que le gustaría hacer como experiencia de viaje					
Ecológico	Recreativo	Cultural	Comercial	Histórico	Otro
37	44	3	2	14	0
5. Que lugares del país desearía conocer ó visitar de nuevo?					
Bogotá	Cartagena	Santa Marta	San Andrés	Eje Cafetero	Pasto
0	26	12	18	2	21
Medellín	Región Pacífica	Llanos Orientales			
12	9	0			
6. Factores que influyen al momento de escoger su destino?					
Clima	Distancia	Precios	Atracciones de los destinos	Confianza en el operador	Seguridad
17	0	62	15	6	0
Otro					
0					
7. Frecuencia con que suele viajar (al año)					
1 vez	Entre 2 y 3 veces	Esporádicamente	más de 3		
25	2	73	0		
8. Cuánto dinero está en capacidad de invertir por un viaje (Miles de					
Entre 100 y 200	Entre 200 y 300	Entre 300 y 400	Entre 400 y 500	Mayor a 500	
0	21	21	19	39	
9. Al momento de viajar es de su preferencia hacerlo:					
Solo	En pareja	Con la familia	Con amigos		
4	41	38	17		
10. Si ha tenido experiencias anteriores con operadores turísticos, estás han sido?					
	Positivas	No los ha Usado		Negativas	
	75	7		18	
11. Por que medio de comunicación le gustaría enterarse de los planes turísticos organizados por los operadores?					
Redes sociales	Wattsap	e-mail	Volanteo	Pagina Web	Mensajes de texto
24	14	15	32	0	0
Periodico					
15					

Figura No.16. Resumen de Tabulación

2.7 LA ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

Conócelo SAS debe ser una empresa pequeña pero agresiva comercialmente sobretodo con tanta competencia. Más adelante se observa como la estructura organizacional busca que todas las personas estén involucradas en todos los procesos, con el objetivo de cumplir a cabalidad con la meta comercial para alcanzar los logros financieros.

Fondos de Empleados, Cooperativas, Grupos Religiosos, Grupos Sociales, son algunos de los enfoques masivos que por medio de convenios se puede conseguir muchos clientes. Pero sin duda una de las actividades fuerte será el contacto directo y uno a uno. Ya se vio en la encuesta como las redes sociales son una forma de contactar a los clientes de manera directa, masiva y contundente, y a eso se debe sumar el volanteo. Además, Conócelo SAS debe procurar crear una cultura del ahorro para que la gente pueda viajar. La intención **NO** es caer en el tema de la captación de recursos; por ahora, sino en facilitarles a las personas la oportunidad de viajar a través de la programación y el ahorro.

3 ESTUDIO TECNICO

3.1 DESCRIPCIÓN PRODUCTO O SERVICIO

Lo concreto es promover la industria del turismo, traduciendo toda la diversidad de los destinos de Colombia en una oferta turística atractiva, de alta calidad y al alcance de todos, ofreciendo paquetes turísticos diseñados de acuerdo con las necesidades de los clientes, haciendo sencilla la forma de viajar en Colombia; ofreciendo rutas innovadoras, excelencia operativa y experiencias auténticas.

El objetivo es desarrollar una política empresarial donde el apoyo a la comunidad y el compromiso comunitario de los sectores implicados en la prestación de un servicio turístico se pueda beneficiar, por medio de alianzas estratégicas con otras empresas turísticas que se enfoquen en un producto de naturaleza, cultura y descanso. Todo esto cumpliendo con las Normas Técnicas Sectoriales del Ministerio de Industria y Turismo.

3.1.1 Servicios:

Servicio	Destino	Descripción	Incluye	No Incluye	Valor Por Persona	Cupo Minimo Pasajeros
Pasadía	Tardes Caleñas Rozo	Disfrute de las atracciones del Acuaparque	Transporte - Almuerzo - Póliza de Seguro - Guía Profesional	Servicios No Especificados	\$75.000	36
Pasadía	Parque del Café - Montenegro	Disfrute de todas las atracciones del Paque con Brasaleta	Transporte - Almuerzo - Póliza de Seguro - Guía Profesional	Servicios No Especificados	\$119.000	36
Pasadía	Parque Ecoturístico Los Pinos	Avistamiento de Animales en Villa Carmelo - Senderos Ecológicos	Transporte - Refrigerio - Almuerzo - Póliza de Seguro - Guía Profesional - Guía Especializado	Servicios No Especificados	\$53.000	36
Pasadía	Parque Ecoturístico Vayju	En el Km 6 vía Tuluá Salónica - Disfrute de Atracciones - Avistamiento de Animales - Caminata Ecológica	Transporte - Refrigerio - Almuerzo - Póliza de Seguro - Guía Profesional - Guía Especializado	Servicios No Especificados	\$74.000	36
Pasadía	Laguna de Sonso	Avistamiento de Aves - Paseo en Canoa - Caminata Ecológica	Transporte - Refrigerio - Almuerzo - Póliza de Seguro - Guía Profesional - Guía Especializado	Servicios No Especificados	\$84.000	36
Pasadía	Finca Alejandria	Avistamiento de Aves en el Km 23 Vía al Mar - Senderos Ecológicos	Transporte - Refrigerio - Almuerzo - Póliza de Seguro - Guía Profesional - Guía Especializado	Servicios No Especificados	\$66.000	36
Pasadía	Los Tubos	Entrada al Bañero y Disfrute de Piscinas - Visita a las Cascadas Naturales de la Zona	Transporte - Refrigerio - Póliza de Seguro - Guía Profesional	Almuerzo - Servicios No Especificados	\$35.000	36
Pasadía	Alumbrado Navideño Quindio	Recorrido por Alumbrado Quimbaya	Transporte - Cena - Póliza de Seguro	Servicios No Especificados	\$70.000	36
Pasadía	Caicedonia Santa Maria	Recorrido por Iglesias - Asistencia a Misa en la Iglesia Santa Maria de Dios.	Transporte - Cena - Póliza de Seguro	Servicios No Especificados	\$70.000	36

Tabla No. 7. Listado de Pasadías

Servicio	Destino	Descripción	Incluye	No Incluye	Valor Por Persona	Cupo Minimo Pasajeros
Excursión	Playas de Ecuador	5 días - Playas Ecuatorianas "Ruta del Sol" Salinas - Manta - Atacames - Tulcán - De regreso a Colombia Visita Laguna de la Cocha	Transporte - 1 Hospedaje en Hotel Salinas - 1 Hospedaje en Manta - 1 Hospedaje en Atacames - 5 Desayunos y 5 Almuerzos - Póliza de Seguro Nacional e Internacional - Guía Profesional	Servicios No Especificados	\$650.000	36
Excursión	Hacienda Nápoles - Puerto Triunfo (Antioquia)	3 días - Disfrute de las atracciones de la hacienda que otorga el pasaporte "Aventura"	Transporte - Hospedaje 2 Noches en Hotel en Puerto Triunfo - 3 Desayunos - 3 Almuerzos - Póliza de Seguro - Guía Profesional	Servicios No Especificados	\$350.000	36
Excursión	Termas del Otoño	2 días - Ascenso al Nevado del Ruiz - Tour por Manizales	Transporte - 1 Hospedaje en Hotel Termas del Otoño - 2 Desayunos - 2 Almuerzos y 1 Cena - Póliza de Seguro - Guía Profesional	Servicios No Especificados	\$365.000	36
Excursión	Tardes Llaneras	5 días - Entrada al Bioparque los Ocarros - Visita a la ciudad de Villavicencia, Guamal, Acacias, Restrepo y Cumaral. Paseo en Buggy en la Hacienda Marsella. Visita al complejo turístico LA CATIRA. Ingreso al parque Malocas. Citytour en chiva con demostración de Baile Típico (Joropo).	Transporte - Hospedaje en Hotel 5 Estrellas - Full Alimentación - Póliza de Seguro	Servicios No Especificados	\$750.000	36
Excursión	Sur de Colombia - Tulcán	3 días - Visita al Santuario de las Lajas - Visita Laguna de la Cocha - Visita Cementerio de la Ciudad de Tulcán Ecuador	Transporte - 3 Desayunos y 3 Almuerzos - Hospedaje en San Juan de Pasto - Póliza de Seguro	Servicios No Especificados	\$280.000	36
Excursión	Salon Betel - Guayaquil	5 días - Tour en el Salón Betel en Guayaquil - Playas Salinas - Tulcán - Laguna de la Cocha	Transporte - 5 Desayunos - 5 Almuerzos - 2 Noches en Hotel en Guayaquil y 1 Noche en Hotel en Salinas - Pólizas de Seguro Nacional e Internacional	Servicios No Especificados	\$650.000	36

Tabla No.8. Listado de Excursiones

3.2 DESCRIPCIÓN DE PROCESO DE PRODUCCIÓN PRESTACIÓN DE SERVICIOS

La empresa en infraestructura es pequeña y funcional para planear y desarrollar las actividades tanto administrativas como operativas. A continuación presentamos nuestro proceso sencillo y eficiente, para la prestación de los servicios.

FLUJO DE ACTIVIDADES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO				
ITEM	ACTIVIDAD O TAREA	DESCRIPCION	REGISTRO	RESPONSABLE
1	Inicio			
2	Escoger los Sitios a Ofrecer	En comité estratégico, se estudian los sitios demandados por los clientes.	Acta de Comité	Gerente - Dir Comercial - Dir Mercadeo - Dir Financiera
3	Establecer la Estrategia de Comercialización	Según las variables establecidas en comité, se debe crear la estrategia para ofrecer el sitio	Volantes - Mensajes (Mails- Whatsapp) - Voz a Voz	Dirección de Mercadeo
4	Despliegue Comercial	Visitar los sitios que se tengan en convenio, a las personas interesadas en tomar nuestros servicios. Efectuar el Recaudo.		Area Comercial - Dir Mercadeo - Gerente
5	Reservas de Sitios y Transporte	Concretar las Reservas con los proveedores según el destino		Gerente
6	Coordinación y Ejecución	Revisar que todos los proveedores estén informados y gestionados.		Area Comercial - Dir Mercadeo - Gerente
7	Desarrollo de la Actividad	Verificación de que todo lo planeado y ofrecido al cliente se cumpla.		Guía Turístico
8	Evaluación de la Actividad	Verificar que los clientes diligencien el formato establecido para evaluar las actividades desarrolladas.		Guía Turístico
9	Retroalimentación	Analizar las encuestas. Informar sobre generalidades y particularidades del viaje.		Guía Turístico
10	Fin			

Figura No.17. Proceso para Prestación del Servicio – Fuente Propia

3.3 SELECCIÓN DE LA TECNOLOGÍA

Este servicio no requiere la utilización de determinada tecnología para desarrollarlo.

3.4 ESTUDIO DEL TAMAÑO

3.4.1 Dimensión del Mercado:

Santiago de Cali es una ciudad con 2.401.000 habitantes, de los cuales el 52% son personas con edades entre 25 y 64 años. En los estratos 1, 2 y 3 encontramos 1.398.000 habitantes.¹³ Vamos a ver más adelante, que la porción anual que se necesita para alcanzar las metas, realmente es muy mínima.

3.4.2 Tecnología del Proceso Productivo:

La empresa es proveedora de un servicio. Por fortuna, no necesita la implementación de tecnología para la prestación del servicio como tal. Sin embargo, el servicio de transporte que se contrata si debe cumplir cierta normatividad. Al respecto, sabiendo que se debe contratar con empresas de servicio especial de transporte de pasajeros o que en su defecto se cuente con la licencia para prestar servicio de transporte habilitada, el decreto 431 de Marzo de 2017 dice lo siguiente:

“DECRETA

Artículo 1. Modifíquese el artículo 2.2.1.6.4 del Capítulo 6 del Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1079 de 2015, el cual quedará así:

«Artículo 2.2.1.6.4. Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Especial.

¹³ Alcaldía Municipal de Santiago de Cali, Departamento de Planeación Municipal, Recuperado en Octubre 12, 2017 de http://www.cali.gov.co/observatorios/publicaciones/2932/perfiles_por_comunas

Es aquel que se presta bajo la responsabilidad de una empresa de transporte legalmente constituida y debidamente habilitada en esta modalidad, a un grupo específico de personas que tengan una característica común y homogénea en su origen y destino, como estudiantes, turistas, empleados, personas con discapacidad y/o movilidad reducida, pacientes no crónicos y particulares que requieren de un servicio expreso, siempre que hagan parte de un grupo determinable y de acuerdo con las condiciones y características que se definen en el presente Capítulo.....**Parágrafo 2.** El transporte especial de pasajeros, en sus diferentes servicios, no podrá contratarse ni prestarse a través de operadores turísticos, salvo en aquellos casos en los que el operador turístico este habilitado como empresa de transporte especial. »¹⁴

Queda claro entonces que como Agencia de Turismo Operadora, la empresa puede solicitar licencia para ofrecer el servicio de transporte especial, pero mientras tanto debe contratar con una empresa debidamente constituida. Ya queda a disposición de la empresa **la calidad** de servicio a contratar, todo según las necesidades, que están en el siguiente ítem.

3.4.3 Disponibilidad de los Insumos:

El servicio consta de dos partes. La primera es la planeación, aquí se eligen los sitios a ofertar, el transporte, hospedaje si aplica y alimentación si aplica. Estos factores son el éxito de cada actividad y obviamente están en las zonas donde estarán los clientes. Por ende, se puede decir que si una actividad se realiza es porque se cuenta con todos los insumos requeridos. Ya en la segunda etapa que se llama ejecución es donde se usan todos estos insumos y sumado al servicio pues se le da satisfacción a los clientes.

¹⁴ Decreto 431 de 14-Mar-2017, Recuperado el Diciembre 1, 2017, <https://www.mintransporte.gov.co/download.php?idFile=15058>

3.4.3.1 Transporte

El servicio de transporte está altamente disponible en la región, principalmente porque existen varias alternativas que cumplen la normatividad ya mencionada y además porque mediante el sistema de **reservas o anticipos** se garantiza que el transportador cumplirá con lo que se acuerde en el debido contrato de prestación de servicios. Lo que realmente debe interesar es la capacidad del bus, y para ello se ha efectuado el siguiente análisis, utilizando la actividad de **mayor frecuencia con menor valor** y la actividad de **mayor frecuencia con mayor valor**, quedando así elegidas “Pasadía Tardes Caleñas y Excursión a Sur de Colombia – Tulcán”. El resultado concluye que la estrategia que se debe seguir es la siguiente si la empresa quiere cubrir como mínimo sus gastos:

- Contratar Servicio de Transporte con Bus de Capacidad para 40 Pasajeros - 40 Pasajeros más el conductor.
- Descontar 1 Puesto de los Pasajeros que será para el Guía de la Actividad, dejando así 39 Puestos Disponibles.
- Fijar como número mínimo de pasajeros 36, quedando así ya en 3 Puestos como margen de pérdida por actividad, y
- Obviamente efectuar los estudios económicos y financieros con esa cifra. Esto lo que indica es que se pueden obtener mayores beneficios siempre y cuando se alcance a completar los 39 Puestos.

Además que 36 es el número mágico desde el punto de vista de los costos vs beneficio, en la realidad es que es más común encontrar un bus de 40 pasajeros que uno de mayor capacidad.

Análisis Servicio de Transporte										
Tardes Caleñas	Capacidad Bus									
Item	12	18	19	20	25	28	36	40	44	60
Vlr Transporte Individual	\$ 18.333	\$ 12.222	\$ 10.526	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 9.545	\$ 7.500
Vlr Transporte Total	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 250.000	\$ 280.000	\$ 360.000	\$ 400.000	\$ 420.000	\$ 450.000
Vlr Seguro Individual	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
Vlr Seguro Total	\$ 36.000	\$ 54.000	\$ 57.000	\$ 60.000	\$ 75.000	\$ 84.000	\$ 108.000	\$ 120.000	\$ 132.000	\$ 180.000
VlrAlimentación Individual	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000
VlrAlimentación Total	\$ 300.000	\$ 450.000	\$ 475.000	\$ 500.000	\$ 625.000	\$ 700.000	\$ 900.000	\$ 1.000.000	\$ 1.100.000	\$ 1.500.000
Vlr Hospedaje Individual	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Vlr Hospedaje Total	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Vlr Varios Individual	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
Entrada con Bumpert Boat	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000
Vlr Varios Total	\$ 372.000	\$ 558.000	\$ 589.000	\$ 620.000	\$ 775.000	\$ 868.000	\$ 1.116.000	\$ 1.240.000	\$ 1.364.000	\$ 1.860.000
MOI Individual	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300
MOI Total	\$ 15.600	\$ 23.400	\$ 24.700	\$ 26.000	\$ 32.500	\$ 36.400	\$ 46.800	\$ 52.000	\$ 57.200	\$ 78.000
Total Individual	\$ 78.633	\$ 72.522	\$ 70.826	\$ 70.300	\$ 70.300	\$ 70.300	\$ 70.300	\$ 70.300	\$ 69.845	\$ 67.800
Total Actividad	\$ 943.600	\$ 1.305.400	\$ 1.345.700	\$ 1.406.000	\$ 1.757.500	\$ 1.968.400	\$ 2.530.800	\$ 2.812.000	\$ 3.073.200	\$ 4.068.000
Vlr Actividad Individual	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000
Vlr Total Actividad	\$ 900.000	\$ 1.350.000	\$ 1.425.000	\$ 1.500.000	\$ 1.875.000	\$ 2.100.000	\$ 2.700.000	\$ 3.000.000	\$ 3.300.000	\$ 4.500.000
Utilidad Operativa Individual	-\$ 3.633	\$ 2.478	\$ 4.174	\$ 4.700	\$ 4.700	\$ 4.700	\$ 4.700	\$ 4.700	\$ 5.155	\$ 7.200
Utilidad Operativa Total	-\$ 43.600	\$ 44.600	\$ 79.300	\$ 94.000	\$ 117.500	\$ 131.600	\$ 169.200	\$ 188.000	\$ 226.800	\$ 432.000

Tabla No.9 Análisis de Servicio de Transporte con Pasadía Tardes Caleñas

Análisis Servicio de Transporte										
Sur de Colombia * 3 días	Capacidad Bus									
Item	12	18	19	20	25	28	36	40	44	60
Vlr Transporte Individual	\$ 133.333	\$ 111.111	\$ 115.789	\$ 110.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 90.000	\$ 81.818	\$ 66.667
Vlr Transporte Total	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000	\$ 2.200.000	\$ 2.200.000	\$ 2.500.000	\$ 2.800.000	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000	\$ 4.000.000
Vlr Seguro Individual	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 9.000
Vlr Seguro Total	\$ 108.000	\$ 162.000	\$ 171.000	\$ 180.000	\$ 225.000	\$ 252.000	\$ 324.000	\$ 360.000	\$ 396.000	\$ 540.000
VlrAlimentación Individual	\$ 51.000	\$ 51.000	\$ 51.000	\$ 51.000	\$ 51.000	\$ 51.000	\$ 51.000	\$ 51.000	\$ 51.000	\$ 51.000
VlrAlimentación Total	\$ 612.000	\$ 918.000	\$ 969.000	\$ 1.020.000	\$ 1.275.000	\$ 1.428.000	\$ 1.836.000	\$ 2.040.000	\$ 2.244.000	\$ 3.060.000
Vlr Hospedaje Individual	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000
Vlr Hospedaje Total	\$ 600.000	\$ 900.000	\$ 950.000	\$ 1.000.000	\$ 1.250.000	\$ 1.400.000	\$ 1.800.000	\$ 2.000.000	\$ 2.200.000	\$ 3.000.000
Vlr Varios Individual	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
Vlr Varios Total	\$ 12.000	\$ 18.000	\$ 19.000	\$ 20.000	\$ 25.000	\$ 28.000	\$ 36.000	\$ 40.000	\$ 44.000	\$ 60.000
MOI Individual	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
MOI Total	\$ 36.000	\$ 54.000	\$ 57.000	\$ 60.000	\$ 75.000	\$ 84.000	\$ 108.000	\$ 120.000	\$ 132.000	\$ 180.000
Total Individual	\$ 197.333	\$ 175.111	\$ 179.789	\$ 174.000	\$ 164.000	\$ 164.000	\$ 164.000	\$ 154.000	\$ 145.818	\$ 130.667
Total Actividad	\$ 2.968.000	\$ 4.052.000	\$ 4.366.000	\$ 4.480.000	\$ 5.350.000	\$ 5.992.000	\$ 7.704.000	\$ 8.160.000	\$ 8.616.000	\$ 10.840.000
Vlr Actividad Individual	\$ 280.000	\$ 280.000	\$ 280.000	\$ 280.000	\$ 280.000	\$ 280.000	\$ 280.000	\$ 280.000	\$ 280.000	\$ 280.000
Vlr Total Actividad	\$ 3.360.000	\$ 5.040.000	\$ 5.320.000	\$ 5.600.000	\$ 7.000.000	\$ 7.840.000	\$ 10.080.000	\$ 11.200.000	\$ 12.320.000	\$ 16.800.000
Utilidad Operativa Individual	\$ 82.667	\$ 104.889	\$ 100.211	\$ 106.000	\$ 116.000	\$ 116.000	\$ 116.000	\$ 126.000	\$ 134.182	\$ 149.333
Utilidad Operativa Total	\$ 392.000	\$ 988.000	\$ 954.000	\$ 1.120.000	\$ 1.650.000	\$ 1.848.000	\$ 2.376.000	\$ 3.040.000	\$ 3.704.000	\$ 5.960.000
							Optima	Ejecutable - 1		

Tabla No.10. Análisis de Servicio de Transporte con Excursión Sur de Colombia

3.4.3.2 Seguro

La póliza de seguro para las agencias de Turismo, **NO** es de carácter obligatorio, de hecho no existe normatividad legislativa al respecto o que por lo menos refiera que las agencias deben cumplir con ese requisito. En realidad existen dos motivos por los cuales los seguros se han vuelto tan famosos entre las agencias de Viajes. El primero es por diversificar los ingresos. Desconociendo las cifras operativas de todas las demás empresas, es apenas lógico que una agencia pueda incorporar el tema de seguros a su portafolio. Tienen los clientes, tienen la oportunidad, se vuelven agentes de las compañías aseguradoras, todo está dado para tomar la oportunidad. El segundo motivo es precisamente por seguridad. Los riesgos son para asumirlos y/o administrarlos, y es que en una actividad turística existen todo tipo de riesgos. Desde un accidente durante el trayecto de ida o venida del sitio de la actividad, hasta un accidente en el propio sitio de la actividad. Y lo paradójico de esto, es que la legislación colombiana **lo único que dice** es lo siguiente:

“Num. 7 - Advertir a las personas o grupos a su cargo de la conveniencia de ser amparados por póliza de seguros de accidente, cuando la actividad desarrollada así lo amerite.”¹⁵

En la práctica, algunas empresas de turismo hacen firmar un documento de desistimiento para no adquirir la póliza de seguro. Para Conócelo SAS, es importante cuidar su buen nombre, cumplir en materia legislativa con todo lo requerido y además, hacer sentir tranquilo al cliente en todo momento de alguna actividad, **por eso todas las actividades llevan póliza de seguro**. Las que se encuentran en el mercado, tienen una **tarifa de \$2.500** por día por cada persona

¹⁵ Decreto 503 de 1997 – Por la cual se reglamenta la profesión de Guía de Turismo que trata el artículo 90 de la Ley 300 de 1996, Capítulo Cuatro, Artículo 9, numeral 7.

miembro de la actividad turística. Además, para las excursiones al exterior, como lo son las idas a Ecuador, se manejan pólizas con cobertura internacional que tienen un **costo diario de \$9.000** por miembro de la actividad turística.

3.4.3.3 Alimentación

Este servicio se contratará según la necesidad. Hay que tener en cuenta que algunas ofertas en el mercado no ofrecen el servicio de alimentación, quedando al gusto del cliente. La intención de Conócelo SAS es crear paquetes turísticos que ofrezcan la mayor tranquilidad al cliente, por eso todos los paquetes llevan incluido la alimentación. Como cultura de turismo, lo que se acostumbra es Desayuno y Almuerzo, y una cena liviana. La gran mayoría de destinos, llevan los dos primeros. Los precios varían según el destino, y la intención comercial debe ser buscar siempre descuentos por volumen.

3.4.3.4 Hospedaje

No todas las actividades requieren de servicio de Hospedaje, pero en los casos que se requieran, se contratarán con Hoteles que brinden comodidad y seguridad a los clientes. En este caso, el estudio se hará dependiendo del destino y las tarifas que ofrezcan.

3.4.3.5 Varios

Cualquier otro Costo no previsto que se deba cubrir durante la actividad, o cualquier otro Costo específico ya previsto como lo son entradas a parques Temáticos u otros sitios, acceso a atracciones, que son rubros que están descritos dentro del itinerario de la actividad.

3.4.3.6 MOI – Mano de Obra Indirecta

El decreto 502 de 1997, en su artículo 5 define las funciones de las agencias de viaje operadoras, diciendo textualmente “e) Prestar el servicio de guianza con personas debidamente inscritas en el Registro Nacional de turismo”¹⁶. Es por eso, que todas las actividades incluyen un Guía, el cual tendrá una compensación por el desarrollo de la actividad, la cual representa la MOI. La tarifa se establece por parámetros internos cada año, y como está establecido, el Gerente, la Directora de Mercadeo o el Director Comercial, pueden desarrollar esta función, sin que este rubro represente carga prestacional. Dicho de otra manera, es un reconocimiento económico que se le hace al funcionario por el tiempo invertido en la atención en la actividad, de la cual él puede disfrutar sin incurrir en ningún gasto propio, porque su hospedaje, su alimentación, póliza y transporte, ya están cubiertos. La gran mayoría de actividades se desarrolla en fines de semana, por eso se debe convenir que día de la semana se compensará.

3.4.4 Localización:

El servicio se desarrollará en la zona de influencia, como lo son los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3. Además se harán convenios con empresas, asociaciones, cooperativas de pensionados, entidades religiosas e instituciones educativas. Porque ahí existen masas de personas “Grupos” que son de interés. Además, como se está comenzando, se debe considerar que en la ciudad de Cali, la empresa no incurre en mayores gastos y costos para operar.

¹⁶ Decreto 502 de 1997 por la cual se definen la naturaleza y las funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes de que trata el artículo 85 de la Ley 300 de 1996, artículo 5, literal E.

3.4.5 Financiamiento del Proyecto:

En concreto, **este proyecto ni es necesario comenzar con financiamiento, ni es recomendable usar fuentes de financiación.** No es necesario porque son servicios ofrecidos por demanda. No existe una oferta lineal o estándar de los mismos porque no son servicios que las personas demanden por necesidad básica sino por necesidad secundaria, es decir que son inciertos los resultados, por ende no es para nada recomendable iniciar con financiación. Además, en la práctica estas compañías hacen anticipos en porcentajes mínimos a los proveedores. Estos anticipos salen de los valores pagados por los viajeros “turistas” a modo de separación de sus cupos.

Teniendo en cuenta los anteriores puntos, se ha definido el siguiente cronograma de paseos y pasadías que nos llevarán a atender a los clientes potenciales.

PRESUPUESTO DE VENTAS - CONOCELO SAS													Año
Destino	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	1
Tardes Caleñas	1	1	1		2	1	1	1	1	1	2		12
Parque del Café			1			1			1			1	4
Playas de Ecuador			1							1			2
Hacienda Nápoles (Medellín)		1					1				1	1	4
Cañon de Chicamocha				1					1				2
Termales del Otoño					1								1
Los Tubos		1		1		1			1		1		5
Salon Betel - Guayaquil TJ							1						1
Alumbrado Navideño Quindío												1	1
Caicedonia Santa María												1	1
Tardes Llaneras								1					1
Sur de Colombia - Tulcán	1			1				1		1		1	5
Total Actividades	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	39

Tabla No.11. Presupuesto de Ventas Año 1

Como se puede observar, la proyección Estándar de actividades muestra que se puede atender a 1.404 clientes en 39 actividades “Excursiones y Pasadías” en el primer año, y en cada actividad se requiere un mínimo de 36 personas. En total son 12 destinos diferentes, y no es práctico ofrecer todos los servicios de una vez, ya que son servicios por demanda. Aún así, es indispensable elaborar paquetes con nuevos destinos, o destinos que están siendo demandados por los clientes.

De cualquier forma, la empresa debe continuar su crecimiento, y es por eso que el cuadro de actividades para los dos años siguientes, queda de la siguiente manera, recalcando que el crecimiento es buscando equipararse administrativamente a otras entidades, y operativamente siendo consecuente con la política comercial.

PRESUPUESTO DE VENTAS - CONOCELO SAS - AÑO 2													Año
Destino	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2
Tardes Caleñas	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1		10
Parque del Café			1			1			1			1	4
Playas de Ecuador			2							2			4
Hacienda Nápoles (Medellín)		1					1				1	2	5
Cañon de Chicamocha				1					1				2
Termates del Otoño					2								2
Los Tubos		1		1		1			1		1		5
Salon Betel - Guayaquil TJ							2						2
Alumbrado Navideño Quindío												2	2
Caicedonia Santa María												2	2
Tardes Llaneras				1					1				2
Sur de Colombia - Tulcán	2			2				2		2		2	10
Total Actividades	3	3	4	5	3	3	4	3	5	5	3	9	50

Tabla No.12. Presupuesto de Ventas Año 2.

PRESUPUESTO DE VENTAS - CONOCELO SAS - AÑO 3													Año
Destino	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	3
Tardes Caleñas	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1		10
Parque del Café			1			1			1			1	4
Playas de Ecuador			2							2			4
Hacienda Nápoles (Medellín)		1					1				1	2	5
Cañon de Chicamocha				1					1				2
Termates del Otoño					2								2
Los Tubos		1		1		1			1		1		5
Salon Betel - Guayaquil TJ							2						2
Alumbrado Navideño Quindío												2	2
Caicedonia Santa María												2	2
Tardes Llaneras				1					1				2
Sur de Colombia - Tulcán	2			2				2		2		2	10
Total Actividades	3	3	4	5	3	3	4	3	5	5	3	9	50

Tabla No.13. Presupuesto de Ventas Año 3

4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL AMBIENTAL Y LEGAL

4.1 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

4.1.1 Misión

Ofrecer un servicio personalizado de calidad y confianza, brindando a los clientes toda la oferta consolidada de planes turísticos de primera categoría a nivel nacional, a través de los proveedores, supliendo así las necesidades actuales y futuras de los viajeros. Contribuyendo al crecimiento, rentabilidad y durabilidad de la empresa, de los proveedores y aliados y por ende al desarrollo económico de las principales zonas turísticas y a la generación de nuevos destinos, que beneficien a la comunidad.

4.1.2 Visión:

Llegar a ser la Agencia de Viajes reconocida a nivel nacional, por la seguridad, y respaldo que les ofrecemos a los clientes y la confianza que ellos depositan en nosotros, presentando ofertas innovadoras y asegurando una actividad turística sostenible, consiguiendo satisfacción de los clientes.

4.1.3 Objetivos y Metas:

- Brindar el mejor servicio con la más alta calidad.
- Posicionar la empresa Conócelo SAS, en el mercado local en el próximo año de tal manera que podamos cubrir las expectativas planeadas desde el inicio de la actividad, convirtiéndola en la mejor herramienta.
- Ofrecer paquetes turísticos que ya se encuentren en el mercado.
- Diseñar una estructura empresarial que permita la expansión de la empresa a mediano plazo
- Brindar seguridad y satisfacción a los clientes por medio de la buena capacitación a los clientes.

- Diseñar y ofrecer paquetes con mayor cobertura que no sean comunes en el mercado.
- Contribuir a la economía de nuestro país por medio de las visitas turísticas.

4.1.4 Descripción De Las Áreas

4.1.4.1 Dirección General- Gerente

El Gerente de la empresa será el encargado de:

- Planificar los objetivos generales y específicos
- Organizar las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones
- Controlar las actividades planificadas.
- Fomentar la adecuada comunicación entre las diferentes áreas
- Contratar, seleccionar, el personal adecuado para cada cargo.
- Coordinar con cada una de las áreas las estrategias para la consecución nuevos clientes y en el mantenimiento de los actuales, supervisar la elaboración de planes y los diferentes servicios ofrecidos por la empresa, las finanzas de la misma
- Asistir a las actividades como Guía, según programación en comité.

4.1.4.2 Comercial

La persona encargada de esta área será la responsable de definir y ejecutar la estrategia de comercialización y promoción del servicio turísticos que ofrece la empresa. Dentro de sus funciones están:

- Diseñar, elaborar y valorar, los diferentes servicios ofrecidos por la empresa
- Realizar un seguimiento de las ventas y evaluar los resultados.
- Definir las estrategias de promoción y comercialización, el público objetivo, los mensajes, los medios y los canales de comunicación.
- Elaborar un presupuesto detallado con todas las partidas del Plan de Marketing y establece mecanismos de control.
- Mantener actualizada la base de datos de clientes de la empresa
- Asistir a las actividades como Guía, según programación en comité.

4.1.4.3 Mercadeo

El departamento de Mercadeo, le ayudará al área comercial a definir la estrategia y el modo de promoción de la misma en todos los frentes a atacar “Redes Sociales, Instituciones, Grupos Religiosos”, además será la encargada de interactuar con los diferentes proveedores para prestar los servicios.

- Reservar en hoteles, hostales, alojamientos
- Reservar en restaurantes
- Contratar con guías turísticos si así lo requiere el plan
- Reservar y organizar las demás actividades incluidas si así fuere el caso dentro de los planes escogidos por los clientes
- Asistir a las actividades como Guía, según programación en comité.

4.1.4.4 Financiera

El departamento Financiero está compuesto de dos áreas: La de contabilidad la cual será la encargada de registrar cada operación que se realiza, como ventas, compras, registro de anticipos, reintegros e inversiones entre otros, y el área Financiera que se encarga de analizar el tema de salud de las finanzas y recursos de la empresa, y en general este departamento cuantificará las operaciones de la empresa, con el fin de obtener información actualizada para planificar y tomar decisiones pertinentes. Se manejará por Honorarios durante el primer año, ya en el segundo año se hará contratación directa de una auxiliar de oficina con énfasis contable, debido al crecimiento del negocio. En ambos casos, la contabilidad se debe llevar a cabo con la normatividad vigente basada en Normas Internacionales de Información Financiera **NIIF**, y con las Normas Internacionales de Contabilidad **NIC** que apliquen. La empresa debe adquirir un Software administrativo bajo estos parámetros para cuando se tome la administración de la contabilidad.

4.1.5 Descripción De Las Relaciones Internas Entre Las Áreas

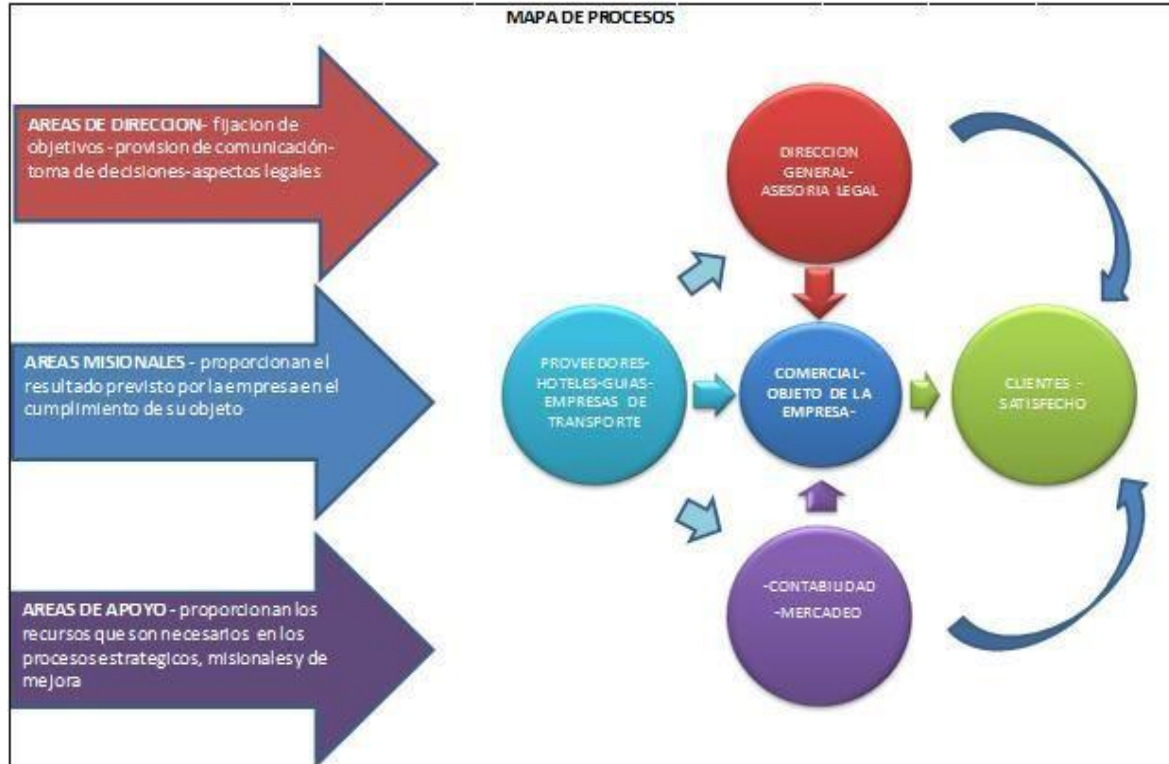


Figura No.18. Mapa de Procesos – Fuente Propia

El mapa de procesos de la empresa permite verla de manera global y ubicando cada proceso en el marco de la cadena de valor, conocer la interrelación entre las áreas funcionales de la empresa, como un conjunto de actividades que convierten los elementos de entrada en salida, aportando valor para el usuario final. Por ejemplo el proceso inicia con el contacto de los proveedores de guías, transporte, alojamiento, restaurantes a través del área de Mercadeo, quien a su vez depende del departamento de dirección (Gerente), y se recibe apoyo de los departamento de Contabilidad, para finalmente entregar un servicio de como resultado un cliente satisfecho.

Es importante no confundir procesos con procedimientos. Los procesos tienen como propósito ofrecer al cliente o usuario un servicio que cubra sus necesidades y satisfaga sus expectativas. Un procedimiento es la forma específica de realizar un proceso o una parte del mismo.

4.1.6 Descripción De Las Relaciones De Las Áreas Con El Medio Externo

Como toda empresa organizada, se cuenta con un conducto regular para efectos de interactuar con el medio externo. También es cierto que por ahora, el enfoque es solo el mercado local, tanto en competencia como en clientes, así que el entorno solo será local. Toda comunicación oficial deberá ser revisada por el Gerente, además de llevar su firma. La recepción de toda comunicación o petición formal e informal la puede hacer cualquier funcionario.

4.2 ESTRUCTURA ORGÁNICA

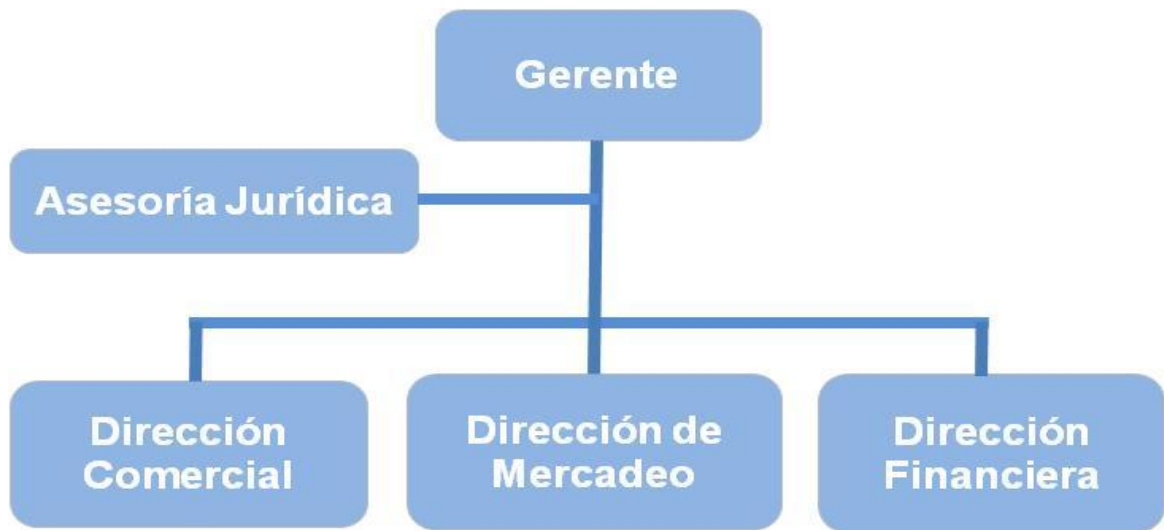


Figura No.19. Organigrama

4.3 DEFINICIONES DE CARGOS Y PERFILES

- **Gerente:** Debe ser un profesional con experiencia en gestión empresarial, procesos de desarrollo organizacional, habilidades comerciales para abrir convenios, innovador y creativo, muy organizado y con una vocación de servicio porque por lo general él será la cara visible de la empresa.

- **Director Mercadeo:** Debe ser una persona con carrera técnica o profesional, debe tener experiencia en mercadeo y preferiblemente conocer el sector.
- **Director Comercial:** Persona con carrera técnica o profesional, con experiencia en empresas del sector turismo o experiencia en ventas y habilidades comerciales. Debe ser una persona con una alta orientación al logro de objetivos.
- **Financiera “Contabilidad”:** Servicios de Contabilidad contratados por Honorarios. Contador con tarjeta profesional, actualizado en NIIF.

4.4 DEFINICIONES DE FUNCIONES PARA CADA CARGO

- **Gerente:** Debe determinar cuál debe ser el rumbo de la empresa. Elaborar indicadores, consecución de clientes grandes, establecer convenios, dirigir el comité, participar activamente en algunos de los paseos o Tours, indicar a los demás cuáles son las actividades a desarrollar, evaluar, aprobar o desaprobar las iniciativas de sus subalternos, son algunas de sus funciones primarias.
- **Director de Mercadeo:** Esencialmente debe establecer cuáles son las actividades que se deben desarrollar para promocionar los productos. Debe participar activamente en algunos de los paseos o Tours. Debe analizar y retroalimentarse de las evaluaciones de los clientes. Debe actualizar la base de datos de clientes, analizarla y entregarla al director comercial y debe además evaluar los resultados obtenidos por él en la gestión de la misma.

- **Director Comercial:** Debe ejecutar la estrategia creada por la dirección de Mercadeo, y utilizar todos los elementos que este le proporcione: Publicidad, Material Institucional, Bases de Datos.

4.5 VALORACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL PROYECTO

Cuando se habla de comenzar un proyecto como estos se debe hacer foco en la funcionalidad de cada uno de los procesos, sabiendo que involucra recurso humano, recurso financiero, recursos materiales y otros factores. La intención es; **dicho coloquialmente “No tener tanto Cacique”**. Todos deben ir en función de alcanzar la meta comercial, quiere decir que todos tienen que ser Comerciales desde el punto de vista que hay que procurar siempre estar vendiendo en diferentes segmentos, pero sin desconocer las funciones administrativas. Gerencia y Dirección Mercadeo son áreas con contratación directa por la empresa, cuyas asignaciones salariales son \$800.000 para cada Cargo. El director Comercial tendrá un par de auxilios “Auxilio Básico por \$400.000 y Auxilio de Rodamiento por \$200.000” y se pacta pagarle el valor correspondiente a la cotización de seguridad social para independientes, es decir esta persona no tiene contrato laboral sino por prestación de servicios. Además, gana comisiones con un techo de \$1.000.000 mensuales. La dirección Financiera de la cual se puede decir que inicialmente se encargará de la parte contable mientras se contrata a un auxiliar de tesorería, también irá por prestaciones de servicios con una asignación de \$600.000 **POR SER UNA EMPRESA NUEVA Y PEQUEÑA, LO MEJOR ES NO CARGARSE DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y** comenzar a trabajar para ir mejorando, logrando incorporar paulatinamente a todo el personal a la empresa con contratación directa. No se hacen simulaciones de este tipo de escenarios, porque la intención es reflejar el funcionamiento óptimo de la empresa.

Simulando un mes de operación Normal, el cuadro anterior representa las

erogaciones en las que incurriríamos. Esto en concreto nos demuestra que se debe cubrir mensualmente si o si **\$6.935.090.** Esta suma no se va a lograr en una sola actividad ni tampoco se pueden desarrollar muchas actividades durante todo el mes, se debe escoger muy bien los planes cada mes, tratando de efectuar al menos una excursión cada y mes y pasadías cada ocho días. Se debe ser estratégicos aprovechando los recursos, activando a los aliados comerciales, proyectando la adquisición de buses, convertirse en una Agencia de Viajes para así diversificar y obtener mayores ingresos. En bancos se inicia con recursos suficientes para cubrir esta cifra durante máximo los dos primeros meses, a partir de ahí, ya se debe comenzar a obtener recursos de los ingresos propios de la operación.

PRESUPUESTO DE GASTOS MES 1			
GASTOS FIJOS	Estandar	Carga Presta	Total
Servicio Telefónico - Internet - Movil	\$ 250.000		\$ 250.000
Energia y Acueducto	\$ 70.000		\$ 70.000
Subtotal Servicios Públicos y Comunicaciones	\$ 320.000		\$ 320.000
Publicidad			\$ 1.200.000
Elementos de Cafetería y Papelería			\$ 50.000
Subtotal Publicidad			\$ 1.250.000
Arrendamiento	\$ 500.000		\$ 500.000
Subtotal Arrendamiento	\$ 500.000		\$ 500.000
Sueldo Gerente	\$ 800.000	\$ 344.240	\$ 1.144.240
Aux Transporte	\$ 83.140		\$ 83.140
Sueldo Dir Mercadeo	\$ 800.000	\$ 344.240	\$ 1.144.240
Aux Transporte	\$ 83.140		\$ 83.140
Sueldo Secretaria Auxiliar	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Aux Transporte	\$ 0		\$ 0
Sueldo Dir Comercial	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Aux Transporte	\$ 0		\$ 0
Subtotal Sueldos	\$ 1.766.280	\$ 688.480	\$ 2.454.760
Auxilio Básico Dir Comercial	\$ 400.000		\$ 400.000
Auxilio Rodamiento Dir Comercial	\$ 200.000		\$ 200.000
Base Minima Cotización Seguridad Social		\$ 210.330	\$ 210.330
Subtotal Auxilios Dir Comercial	\$ 600.000	\$ 210.330	\$ 810.330
**Comisiones Dir Comercial	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 1.000.000
***Otras Comisiones	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subtotal Comisiones	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 1.000.000
Honorarios Contabilidad y Finanzas	\$ 600.000		\$ 600.000
Subtotal Honorarios	\$ 600.000		\$ 600.000
Totales Gastos			\$ 6.935.090
**Comisiones Dir Comercial: Son calculadas en base a la efectividad de su labor. Su tope es de \$1.000.000			
*** Otras Comisiones: Comisiones Compartidas con agencias y otros operadores.			

Tabla No.14. Presupuesto de Gastos Mes 1.

5 ESTUDIO LEGAL

5.1 DEFINICIÓN DE LA ORGANIZACIÓN JURÍDICA CONÓCELO

La empresa CONÓCELO se define como una SAS. Las Sociedades por Acciones Simplificadas S.A.S. son un modelo legal para la constitución de personas jurídicas, que tuvo su origen en la [Ley 1258 del 05 de diciembre de 2008](#); ésta Ley opera de forma independiente, puesto que no introdujo ninguna modificación en el Código de Comercio. Con la entrada en vigencia de dicha normatividad, el gobierno nacional estableció que ya no podrían seguirse constituyendo Sociedades Unipersonales y a cambio ofreció un nuevo modelo, el de las S.A.S. que ha generado varias ventajas en términos económicos y administrativos, representados en su constitución y aval de su información financiera. En general las S.A.S. son un modelo jurídico para la constitución de empresas en Colombia, que tiene ciertas ventajas que han hecho que este tipo de sociedad sea la preferida para conformar nuevas organizaciones; en el siguiente cuadro se observan los aspectos más importantes de las S.A.S.

Ahora bien, la definición y clasificación de los tipos de agencias de turismo, las encontramos en el decreto 502 de 1997, así: “**Artículo 4º.** De las Agencias de Viajes Operadoras. Son Agencias de Viajes Operadoras las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen **profesionalmente a operar planes turísticos.**”, mientras que en su artículo 2 dice el mismo decreto: “**Artículo 2º.** De las Agencias de Viajes y Turismo. Son Agencias de Viajes y Turismo las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas **que se dediquen profesionalmente a vender planes turísticos.**”¹⁷

¹⁷ Decreto 502 de 1997

Denominación	Las a S.A.S deben tener un nombre único que las distinga de otros entes económicos; su nombre debe ir acompañado de las palabras “Sociedad por Acciones Simplificada” o de las letras “S.A.S.” (Numeral 2º del artículo 5º de la Ley 1258 de 2008)
Constitución	Las S.A.S. se constituyen por medio de un documento privado debidamente autenticado, sin embargo en los casos en que los aportes de los socios requieran de escritura pública para poder ser transferidos, la constitución de la compañía también deberá realizarse por medio de escritura pública. (artículo 5º de la Ley 1258 de 2008)
Accionistas	El mínimo de personas naturales o jurídicas exigido para conformar una S.A.S es de uno y el tope máximo es ilimitado. (Artículo 1 de la Ley 1258 de 2008)
Responsabilidad	Las personas naturales o jurídicas que constituyan una S.A.S son responsables solamente hasta el monto de sus respectivos aportes; puesto que según el artículo 2 de la Ley 1258 de 2008 las S.A.S constituirán una persona jurídica independiente y diferente de la personería de sus accionistas; esto pasará cuando la sociedad esté debidamente inscrita en el Registro Mercantil (Artículo 1 de la Ley 1258 de 2008)
Acciones	Las acciones y demás títulos valores que emita una S.A.S. no pueden ser negociadas en bolsas de valores ni tampoco inscritas en el Registro Nacional de Valores y Emisores (artículo 4º de la Ley 1258)
Decisiones	<p>Cada accionista tiene derecho a tantos votos como acciones posea</p> <p>Se tendrá quórum cuando haya presencia de por lo menos la mitad más una de las acciones suscritas (en los estatutos se puede pactar un quórum inferior).</p> <p>Las decisiones se aprobarán con el voto favorable de los accionistas que representen como mínimo la mitad más uno de acciones presentes (la mayoría decisoria puede ser diferente en los casos en los que se haya indicado en los estatutos).</p> <p>En lo concerniente a la elección de juntas directivas o de otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto (artículo 22 y 23 de la Ley 1258 de 2008)</p>
Revisoría fiscal	Gracias a lo indicado en el artículo 28 de la Ley 1258 de 2008, las S.A.S no van a requerir tener revisor fiscal en todos los casos. Dicha obligación nacerá en situaciones específicas previamente estipuladas por la Ley, como la indicada en parágrafo 2 del artículo 13 de la ley 43 de 1990, que exige nombrar revisor fiscal cuando las sociedades comerciales superen cierto nivel de activos o ingresos brutos.
Causales de Disolución y Liquidación	<p>Una S.A.S se verá obligada disolverse y liquidarse cuando:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Finalice el término de duración previsto en los estatutos (esta causal puede evitarse si antes de la fecha de expiración, se hubiera registrado una prórroga ante la Cámara de Comercio correspondiente) 2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social 3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial 4. Por las causales previstas en los estatutos 5. Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único 6. Por orden de autoridad competente 7. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

Tabla No.15. Características Generales de las SAS

Las S.A.S deben tener un nombre único que las distinga de otros entes económicos; su nombre debe ir acompañado de las palabras “Sociedad por Acciones Simplificada” o de las letras “S.A.S.” (Numeral 2º del artículo 5º de la Ley 1258 de 2008)

Las personas naturales o jurídicas que constituyan una S.A.S son responsables

solamente hasta el monto de sus respectivos aportes; puesto que según el artículo 2 de la Ley 1258 de 2008 las S.A.S constituirán una persona jurídica independiente y diferente de la personería de sus accionistas; esto pasará cuando la sociedad esté debidamente inscrita en el Registro Mercantil (Artículo 1 de la Ley 1258 de 2008)

5.2 DOCUMENTOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

5.2.1 Requisitos para Constituir una SAS

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.¹⁸

5.2.1.1 Requisitos para la Constitución de la Empresa

¹⁸ Cámara de Comercio de Cali, 2017. Recuperado el 01 de Diciembre de 2017, de <http://www.ccc.org.co/tramites-de-registros-publicos/registros-publicos/registro-mercantil/tramites/>

- Documento de Identidad
- Confirmar disponibilidad del nombre de la empresa.
- Revisión de la actividad económica
- Confirmar disponibilidad de marca y de registro
- Revisión de tipo de sociedad
- Consulta de uso de suelo
- Elaboración de acta de constitución
- Redactar estatutos de la compañía
- Registro de libros contables
- Inscripción de registro único tributario (RUT)
- Diligenciar formulario de registro único empresarial (RUE) y formulario de registro con otras entidades.
- Diligenciar Matricula Mercantil (RM)

Las actividades que realizará Conócelo SAS de acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) 6340 Actividades de agencias de viajes y organizadores de viajes; actividades de asistencia a turistas.

Como Conócelo SAS es una empresa cuya actividad principal es el turismo se debe diligenciar el registro nacional de turismo (RNT) ante la cámara de comercio de forma virtual en el portal <http://rntcali.confecamaras.co/>

Presentar los documentos ante cualquier sede de la Cámara de Comercio de Cali y cancelar el derecho de matrícula que en este caso es de \$235.000 pesos colombianos, tarifa determinada por el rango de activos¹⁹. Los costos asociados según el Capital para el caso de Sociedades Comerciales por acciones son: Impuesto de Registro del 1,175% sobre el valor de su capital suscrito, los

¹⁹ <http://www.ccc.org.co/serviciosvirtuales/cae/tarifas.html>

derechos de Inscripción que corresponde a \$35.000, el formulario de Registro Único Empresarial \$5.700. El valor exacto lo liquidará el cajero al momento de presentar sus documentos y estos valores los debe cancelar solamente en cheque de gerencia, tarjeta débito o efectivo.

5.3 PERMISOS Y LICENCIAS

5.3.1 Registro Nacional de Turismo

La Ley 300 de 1996 en el artículo 61 estableció el Registro Nacional de Turismo y el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006 define los prestadores de servicios turísticos obligados a registrarse antes de iniciar sus operaciones en Colombia.

Este Registro es obligatorio para su funcionamiento y debe actualizarse anualmente.

5.3.2 Actualización anual del registro

A partir del 1° de julio de 2012, las actualizaciones, las mutaciones o cambios se tramitarán a través de la página del Registro Único Empresarial www.rues.org.co Acceda a través del ícono del RNT, baje e imprima el instructivo de Actualización Anual del Registro y siga las indicaciones. Recuerde que debe proceder con la actualización anual entre el 1° de enero al 31 de marzo de cada año.

5.3.3 Normatividad aplicable

[La Ley 223 de 1995](#), por la cual se expiden normas sobre racionalización tributaria y se dictan otras disposiciones.

Decreto 650 de 1996, por el cual se modificó parcialmente la [Ley 223 de 1995](#).

5.3.4 Impuesto de registro

El artículo 226 de la [Ley 223 de 1995](#), como hecho generador, señala que el impuesto de registro está constituido por la inscripción de actos, contratos o negocios jurídicos documentales en los cuales sean parte o beneficiarios los particulares y que, de conformidad con las disposiciones legales, deban registrarse en las Oficinas de Registro de Instrumentos Públicos o en las Cámaras de Comercio. Cuando un acto, contrato o negocio jurídico deba registrarse tanto en la Oficina de Registro de Instrumentos Públicos como en la Cámara de Comercio, el impuesto se generará solamente en la instancia de inscripción en la Oficina de Registro de Instrumentos Públicos. Cuando el documento esté sujeto al impuesto de registro de que trata la ley, no se causará impuesto de timbre nacional. El funcionario competente no podrá realizar el registro si la solicitud no se ha acompañado de la constancia o recibo del pago del impuesto. (Artículo 228. Causación. [Ley 223 de 1995](#) y Parágrafo del Artículo 1º del Decreto 650 de 1996).

¿Qué entidades recaudan el impuesto de registro departamental?

1. En las oficinas de recaudo de la Gobernación.
2. En las Cámaras de Comercio autorizadas para recibir este pago.
3. En otros casos, lo recaudan las Oficinas de Registro de Instrumentos Públicos.

5.3.5 Descripción Y Valoración de tributos de Acuerdo Al Tipo De Organización.

Los tributos, son los aportes que todos los contribuyentes tienen que transferir al Estado; dichos aportes son recaudados en ocasiones directamente por la administración pública o en algunos casos por otros entes denominados recaudadores indirectos.

En nuestro país, la obligación de tributar está dada en el numeral 9 del artículo 95 de la Constitución Nacional, en la que se menciona que todos los colombianos deben “contribuir al funcionamiento de los gastos e inversión del Estado dentro de los conceptos de justicia y equidad”.

Existen tres clases de tributos:

Clases	Hecho Generador	Tipo de Obligación	Contraprestación directa
Impuestos	Los definidos por la ley para cada caso.	Absolutamente obligatorio.	Inexistente
Contribuciones	Obtención de beneficios producto de inversión estatal	Obligatoriedad media	Beneficio recibido
Tasas	Beneficio por servicios estatales	Obligatoriedad baja	Servicio prestado

Tabla No.16. Impuestos y Contribuciones

Los Impuestos: son dineros que pagan los particulares y por los que el Estado no se obliga a dar ninguna contraprestación. El objeto de los impuestos es principalmente atender las obligaciones públicas de inversión; dos ejemplos de impuestos son: impuesto de Renta y complementarios, y el Impuesto sobre las ventas - IVA.

De acuerdo a la organización de la empresa Conócelo SAS dentro de sus tributos esta numerado según la DIAN:

05. Impuesto de Renta y Complementarios régimen ordinario 07- Retención en la Fuente a título de Renta

09- Retención en la fuente en el impuesto 11- Ventas Régimen Común

6 ESTUDIO AMBIENTAL Y SOCIAL

6.1 DESCRIPCIÓN Y VALORACIÓN DE LOS FACTORES AMBIENTALES

Dando cumplimiento a la normatividad colombiana, Conócelo SAS debe procurar por cumplir con la NTS-NT-003 que es la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible. “Hablar de sostenibilidad, hoy en día, es hablar de respeto al medioambiente, de inclusión de las comunidades locales, de generación de empleo en condiciones justas y equitativas y, por supuesto, de crecimiento económico para el prestador o el destino donde se desarrollan las actividades de turismo”²⁰.

- Uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico.
- En el destino turístico deben prevalecer los usos de conservación del patrimonio cultural y natural sobre el aprovechamiento turístico.
- En el destino turístico no se debe comercializar ni consumir especies o productos de flora y fauna vedados por la ley, así como tampoco ejecutar o apoyar actividades encaminadas a la colección y tráfico de especies animales o vegetales que no cuenten con los permisos y licencias respectivas otorgadas por las autoridades ambientales competentes.
- El destino turístico debe promover acciones encaminadas a la conservación y uso sostenible de biodiversidad de la zona, y establecer comportamientos responsables de todos los actores, para con su entorno.
- Los programas para el uso eficiente y ahorro de agua deben ser conocidos por visitantes, turistas, empleados, propietarios de la empresa y la comunidad en general que hacen parte del destino turístico.
- Contar con agua potable para el consumo humano, disponible para los

²⁰ Ministerio de Industria y Turismo, [www.mincit.gov.co](http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=77926&name=Guia_para_la_implementacion_de_la_NTS-TS_003.pdf&prefijo=file), recuperado el 02 de Diciembre, 2017 de http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=77926&name=Guia_para_la_implementacion_de_la_NTS-TS_003.pdf&prefijo=file

turistas y la población local.

- Informar a la comunidad, visitantes y turistas sobre las condiciones de la calidad del agua para su uso recreativo.
- Establecer, implementar y mantener un programa para reducir la generación de los residuos sólidos.
- Clasificar y almacenar por separado los residuos sólidos y darles un adecuado manejo, para reutilización, reciclaje y disposición final.
- Adelantar un programa dirigido a las diferentes organizaciones, para minimizar y utilizar adecuadamente los productos químicos, identificados aquellos que generen un impacto significativo sobre el medio ambiente.
- Promover en las organizaciones el uso de productos químicos de limpieza y jardinería y otros usos en las dosis indicadas por el proveedor del producto.
- Promover el uso de productos orgánicos en labores de jardinería, agricultura y otros usos.
- Se debe contar con un código de conducta, el cual debe ser divulgado.
- Contar con programas de conservación del patrimonio cultural de la zona y colaborar en la promoción de los mismos.
- Liderar y promover con las organizaciones y entidades competentes, campañas enfocadas a la prevención del tráfico ilícito de bienes culturales, teniendo en cuenta la reglamentación vigente. Promover la recuperación del patrimonio arquitectónico y el uso de materiales tradicionales en la planta turística.

6.2 NORMAS DE CALIDAD QUE DEBE CUMPLIR EL PROYECTO

- Calidad implica la satisfacción de las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto los productos y servicios turísticos.
- Implica el cumplimiento de aspectos tales como seguridad, higiene, accesibilidad, autenticidad, armonía, infraestructura y preocupación por el entorno humano y natural entre otros.

- Escogencia de buena calidad de servicio para el turista buscando empresas certificadas en transporte, alojamiento, alimentación. Sello que indica que es

certificado  .

- Contratación de guías de turismo inscritos en el Registro Nacional de Turismo.
- Certificación de seguridad en temas de aventura.
- Certificación de los empleados en sus diferentes áreas.
- Tener disponibles eco alojamientos.
- Contar con centros de atención al visitante.
- Innovación de servicios
- Brindar seguridad en sus servicios.
- Ser unos operadores turísticos certificados

6.3 PROYECCIÓN DEL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO:

Una actividad turística responsable implica la conservación y el respeto de los recursos y valores naturales que son la base de la misma, y cuya existencia ha de ser garantizada en el futuro para su propio sostenimiento y para asegurar el disfrute del medio por parte de las generaciones venideras. CONÓCELO SAS, debe garantizar mediante sus políticas y acogiéndose a la reglamentación nacional a realizar sus actividades turísticas de forma equilibrada con una planificación y uso consciente del recurso natural, preservándolo, y conservándolo.

6.4 GENERACIÓN DE EMPLEO:

El turismo es un sector que emplea bastante mano de obra, recordemos que “, el turismo aporta el 10% del PIB Mundial, además de que por cada 10 empleos 1 es generado por el turismo”²¹ y se compone tradicionalmente de empresas pequeñas y microempresas. Muchas actividades turísticas se adaptan especialmente a las mujeres, a los jóvenes y a grupos desfavorecidos como poblaciones de minorías étnicas. Muchos puestos de trabajo en el sector turístico pueden estar al alcance de las personas desfavorecidas, ya que exigen relativamente pocas competencias técnicas y pequeña inversión. Algunos empleos incluso pueden ser de jornada parcial y servir para complementar los ingresos derivados de otras actividades.

Dentro de las estrategias que se tienen en cuenta en cuanto a la generación de empleo, está motivar a los turistas para que compren artesanías, ropa, comida y toda clase de productos característicos de la región, fabricados por personas o empresas locales en condiciones comerciales justas, es decir generarles beneficios económicos y sociales, siendo el turismo una alternativa para mejorar la calidad de vida de las comunidades con potencialidades naturales o culturales. Teniendo en cuenta estos elementos, el turismo debe realizarse enfocando su esfuerzo en factores de sostenibilidad para salvaguardar las riquezas naturales y culturales que posee el sector, bajo el respeto hacia la naturaleza, su cultura y gente, pues son aspectos importantes que hay que considerar al momento de emprender esta actividad productiva. Además, la Norma Técnica Sectorial NTS-003, busca eso, que el turismo sea sostenible, y esto es en los siguientes aspectos:



Dimensiones de la sostenibilidad

Figura No.20. Dimensiones de Sostenibilidad –
Fuente Ministerio de Industria y Turismo

²¹ <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

Dentro de las estrategias a tener en cuenta:

- Respeto y autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando su patrimonio cultural y sus valores tradicionales.
- La compra por parte de los empresarios, visitantes y turistas de bienes y servicios elaborados y suministrados por la comunidad local, de acuerdo con su disponibilidad.

6.5 MEJORAS EN LAS CONDICIONES DE VIDA:

- El problema que plantea el turismo con respecto al empleo es la fuerte estacionalidad, pues un gran número de puestos de trabajo se crean en temporada alta.
- Tanta es la importancia actual del turismo que en varios países existe la carrera universitaria y estudios de posgrado dedicados al turismo.
- En general ayudándoles a su economía por medio del uso de sus servicios a los turistas, para que así ellos puedan acceder a mejor salud, educación, vivienda.

7 ESTUDIO ECONÓMICO

7.1 PROYECCIÓN Y PRESUPUESTO DE VENTAS

PRESUPUESTO DE VENTAS - CONOCELO SAS														Año
Destino	Total Actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	1
Tardes Caleñas	\$2.700.000	1	1	1		2	1	1	1	1	1	2		12
Parque del Café	\$4.284.000			1			1			1			1	4
Playas de Ecuador	\$23.400.000			1							1			2
Hacienda Nápoles (Medellín)	\$12.600.000		1					1				1	1	4
Cañon de Chicamocha	\$17.100.000				1					1				2
Termales del Otoño	\$13.140.000					1								1
Los Tubos	\$1.260.000		1		1		1			1		1		5
Salon Betel - Guayaquil TJ	\$23.400.000							1						1
Alumbrado Navideño Quindio	\$2.520.000												1	1
Caicedonia Santa Maria	\$2.520.000												1	1
Tardes Llaneras	\$27.000.000								1					1
Sur de Colombia - Tulcán	\$10.080.000	1			1				1		1		1	5
Total Actividades		2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	39
Total Ingresos Mes		\$12.780.000	\$16.560.000	\$30.384.000	\$28.440.000	\$18.540.000	\$8.244.000	\$38.700.000	\$39.780.000	\$25.344.000	\$36.180.000	\$19.260.000	\$32.004.000	\$306.216.000
PRESUPUESTO DE VENTAS - CONOCELO SAS - AÑO 2														Año
Destino	Total Actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2
Tardes Caleñas	\$2.700.000	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1		10
Parque del Café	\$4.284.000			1			1			1			1	4
Playas de Ecuador	\$23.400.000			2							2			4
Hacienda Nápoles (Medellín)	\$12.600.000		1					1				1	2	5
Cañon de Chicamocha	\$17.100.000				1					1				2
Termales del Otoño	\$13.140.000					2								2
Los Tubos	\$1.260.000		1		1		1			1		1		5
Salon Betel - Guayaquil TJ	\$23.400.000							2						2
Alumbrado Navideño Quindio	\$2.520.000												2	2
Caicedonia Santa Maria	\$2.520.000												2	2
Tardes Llaneras	\$27.000.000				1					1				2
Sur de Colombia - Tulcán	\$10.080.000	2			2				2		2		2	10
Total Actividades		3	3	4	5	3	3	4	3	5	5	3	9	50
Total Ingresos Mes		\$23.751.540	\$17.205.840	\$55.881.576	\$68.075.280	\$30.110.220	\$8.565.516	\$64.521.900	\$23.751.540	\$54.385.416	\$72.376.740	\$17.205.840	\$62.053.236	\$497.884.644
PRESUPUESTO DE VENTAS - CONOCELO SAS - AÑO 3														Año
Destino	Total Actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	3
Tardes Caleñas	\$2.700.000	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1		10
Parque del Café	\$4.284.000			1			1			1			1	4
Playas de Ecuador	\$23.400.000			2							2			4
Hacienda Nápoles (Medellín)	\$12.600.000		1					1				1	2	5
Cañon de Chicamocha	\$17.100.000				1					1				2
Termales del Otoño	\$13.140.000					2								2
Los Tubos	\$1.260.000		1		1		1			1		1		5
Salon Betel - Guayaquil TJ	\$23.400.000							2						2
Alumbrado Navideño Quindio	\$2.520.000												2	2
Caicedonia Santa Maria	\$2.520.000												2	2
Tardes Llaneras	\$27.000.000				1					1				2
Sur de Colombia - Tulcán	\$10.080.000	2			2				2		2		2	10
Total Actividades		3	3	4	5	3	3	4	3	5	5	3	9	50
Total Ingresos Mes		\$24.677.850	\$17.876.868	\$58.060.957	\$70.730.216	\$31.284.519	\$8.899.571	\$67.038.254	\$24.677.850	\$56.506.447	\$75.199.433	\$17.876.868	\$64.473.312	\$517.302.145

Tabla No.17. Presupuesto Anual de Ventas

7.1.1 PROYECCIÓN Y PRESUPUESTO DE VENTAS SEMESTRAL

							Total Semestre
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	
Año 1	\$12.780.000	\$16.560.000	\$30.384.000	\$28.440.000	\$18.540.000	\$8.244.000	\$114.948.000
Año 2	\$23.751.540	\$17.205.840	\$55.881.576	\$68.075.280	\$30.110.220	\$8.565.516	\$203.589.972
Año 3	\$24.677.850	\$17.876.868	\$58.060.957	\$70.730.216	\$31.284.519	\$8.899.571	\$211.529.981
							Total Semestre
	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Año 1	\$38.700.000	\$39.780.000	\$25.344.000	\$36.180.000	\$19.260.000	\$32.004.000	\$191.268.000
Año 2	\$64.521.900	\$23.751.540	\$54.385.416	\$72.376.740	\$17.205.840	\$62.053.236	\$294.294.672
Año 3	\$67.038.254	\$24.677.850	\$56.506.447	\$75.199.433	\$17.876.868	\$64.473.312	\$305.772.164
		Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3			
		\$306.216.000	\$497.884.644	\$517.302.145			

Tabla No.18. Proyección Presupuesto de Ventas Semestral

7.2 PRESUPUESTO INICIAL

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL PROYECTO DE INVERSIÓN CONOCELO SAS				
RUBROS		Inicial		
ACTIVOS FIJOS		\$ 3.500.000		
Terrenos		\$ 0		
Maquinaria y muebles		\$ 500.000		
Equipos		\$ 3.000.000		
		\$ 0		
ACTIVOS CORRIENTES		\$ 14.750.000		
Capital de Trabajo		\$ 14.750.000		
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 1.750.000		
Gastos de Constitución		\$ 750.000		
Software Institucional		\$ 1.000.000		
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$ 20.000.000		

DETALLE ACTIVOS INVERSIÓN INICIAL				
Tipo	Producto	Cantidad	Valor Unitario	Total
Muebles	Escritorio Tipo Confort Sport	4	\$ 60.000	\$ 240.000
Muebles	Sillas Tipo Confort Sport	12	\$ 15.000	\$ 180.000
Muebles	Sillas Client Confort Sport	4	\$ 20.000	\$ 80.000
	Subtotal Muebles	20	\$ 95.000	\$ 500.000
Equipos	Computador Portatil - HP AX 029	2	\$ 800.000	\$ 1.600.000
Equipos	Impresora HP 2529	1	\$ 550.000	\$ 550.000
Equipos	Teléfono Línea Fija	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Equipos	Celular Motorola Moto G5	1	\$ 590.000	\$ 590.000
Equipos	Dispensador de Agua	1	\$ 180.000	\$ 180.000
	Subtotal Equipos	6	\$ 2.200.000	\$ 3.000.000
Diferidos	Gastos de Constitución	1	\$ 750.000	\$ 750.000
Diferidos	Software Institucional	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
	Subtotal Diferidos		\$ 1.750.000	\$ 1.750.000
Disponible	Disponible en Bancos		\$ 14.750.000	\$ 14.750.000
	Subtotal Disponible		\$ 14.750.000	\$ 14.750.000
Total Activo Inicial				\$ 20.000.000

Tabla No.19. Presupuesto Inicial

Como se observa, la inversión inicial asciende a \$20.000.000 en efectivo de los cuales el 26,25% se utilizan en la adecuación de la oficina, en la adquisición de un teléfono celular con buena resolución de Cámara “para dejar buenos registros fotográficos” que serán subidos a la Página Web, en un software administrativo y contable, y en gastos de constitución. El restante está disponible para los gastos iniciales

7.3 PRESUPUESTO DE COSTOS

7.3.1 Presupuesto de Costos Detallados

			COSTOS DIRECTOS					Vlr Por Pasajero MOI	MOI
Servicios	Valor Por Persona	Total Actividad	Transporte	Seguro	Alimentación	Hospedaje	Varios		
Tardes Caleñas	\$75.000	\$2.700.000	\$ 360.000	\$ 108.000	\$ 900.000	\$ 0	\$ 1.116.000	\$ 1.300	\$ 46.800
Parque del Café	\$119.000	\$4.284.000	\$ 684.000	\$ 108.000	\$ 540.000	\$ 0	\$ 36.000	\$ 2.000	\$ 72.000
Playas de Ecuador	\$650.000	\$23.400.000	\$ 7.000.000	\$ 1.440.000	\$ 2.880.000	\$ 2.700.000	\$ 36.000	\$ 8.000	\$ 288.000
Hacienda Nápoles (Medellín)	\$350.000	\$12.600.000	\$ 3.600.000	\$ 324.000	\$ 1.620.000	\$ 2.160.000	\$ 36.000	\$ 3.000	\$ 108.000
Cañon de Chicamocha	\$475.000	\$17.100.000	\$ 4.320.000	\$ 360.000	\$ 1.620.000	\$ 2.376.000	\$ 36.000	\$ 3.000	\$ 108.000
Termales del Otoño	\$365.000	\$13.140.000	\$ 2.880.000	\$ 270.000	\$ 1.620.000	\$ 3.240.000	\$ 36.000	\$ 3.000	\$ 108.000
Los Tubos	\$35.000	\$1.260.000	\$ 750.000	\$ 108.000	\$ 0	\$ 0	\$ 36.000	\$ 2.000	\$ 72.000
Salon Betel - Guayaquil TJ	\$650.000	\$23.400.000	\$ 7.000.000	\$ 1.440.000	\$ 3.312.000	\$ 5.400.000	\$ 36.000	\$ 8.000	\$ 288.000
Alumbrado Navideño Quindío	\$70.000	\$2.520.000	\$ 1.575.000	\$ 108.000	\$ 288.000	\$ 0	\$ 36.000	\$ 1.300	\$ 46.800
Caicedonia Santa Maria	\$70.000	\$2.520.000	\$ 1.260.000	\$ 108.000	\$ 288.000	\$ 0	\$ 36.000	\$ 1.300	\$ 46.800
Tardes Llaneras	\$750.000	\$27.000.000	\$ 6.000.000	\$ 540.000	\$ 3.600.000	\$ 6.480.000	\$ 1.476.000	\$ 8.000	\$ 288.000
Sur de Colombia - Tulcán	\$280.000	\$10.080.000	\$ 3.600.000	\$ 324.000	\$ 1.620.000	\$ 1.440.000	\$ 36.000	\$ 3.000	\$ 108.000
Totales		\$ 149.976.000	\$ 40.729.000	\$ 7.290.000	\$ 18.828.000	\$ 23.796.000	\$ 3.276.000	\$ 51.900	\$ 1.868.400

Tabla No.20. Presupuesto de Costos Detallados.

7.3.2 Presupuesto Consolidado de Costos

PRESUPUESTO DE COSTOS CONSOLIDADO						
Servicios	Costos Directos			Mano de Obra Indirecta - MOI		
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 1	Año 2	Año 3
Tardes Caleñas	\$ 29.808.000	\$ 25.808.760	\$ 26.815.302	\$ 561.600	\$ 486.252	\$ 505.216
Parque del Café	\$ 5.472.000	\$ 5.685.408	\$ 5.907.139	\$ 288.000	\$ 299.232	\$ 310.902
Playas de Ecuador	\$ 28.112.000	\$ 58.416.736	\$ 60.694.989	\$ 576.000	\$ 1.196.928	\$ 1.243.608
Hacienda Nápoles (Medellín)	\$ 30.960.000	\$ 40.209.300	\$ 41.777.463	\$ 432.000	\$ 561.060	\$ 582.941
Cañon de Chicamocha	\$ 17.424.000	\$ 18.103.536	\$ 18.809.574	\$ 216.000	\$ 224.424	\$ 233.177
Termales del Otoño	\$ 8.046.000	\$ 16.719.588	\$ 17.371.652	\$ 108.000	\$ 224.424	\$ 233.177
Los Tubos	\$ 4.470.000	\$ 4.644.330	\$ 4.825.459	\$ 360.000	\$ 374.040	\$ 388.628
Salon Betel - Guayaquil TJ	\$ 17.188.000	\$ 35.716.664	\$ 37.109.614	\$ 288.000	\$ 598.464	\$ 621.804
Alumbrado Navideño Quindío	\$ 2.007.000	\$ 4.170.546	\$ 4.333.197	\$ 46.800	\$ 97.250	\$ 101.043
Caicedonia Santa Maria	\$ 1.692.000	\$ 3.515.976	\$ 3.653.099	\$ 46.800	\$ 97.250	\$ 101.043
Tardes Llaneras	\$ 18.096.000	\$ 37.603.488	\$ 39.070.024	\$ 288.000	\$ 598.464	\$ 621.804
Sur de Colombia - Tulcán	\$ 35.100.000	\$ 72.937.800	\$ 75.782.374	\$ 540.000	\$ 1.122.120	\$ 1.165.883
Totales	\$ 198.375.000	\$ 323.532.132	\$ 336.149.885	\$ 3.751.200	\$ 5.879.909	\$ 6.109.225

Tabla No.21.
Presupuesto Consolidado
de Costos

Lo primero que se debe explicar es que se ha efectuado presupuestos ajustados con una Tasa de Inflación Promedio del 3.9%, calculada con los datos inflacionarios del país de los últimos 7 años.²²

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Inflación	3,17%	3,73%	2,44%	1,94%	3,66%	6,77%	5,75%
Inflación Promedio							3,9%

Tabla No.22. Cálculo Promedio de la Inflación

Teniendo en cuenta que se ha mencionado con anterioridad que se contrata con proveedores diferentes y específicos según la actividad, los Costos Directos son expresados y calculados según lo facturado por los proveedores. Mientras que los costos indirectos corresponden a tarifas que se ha calculado a modo de compensación para pagarlo a los Guías de las actividades, a modo de Auxilios para el Gerente y la Directora de Mercadeo, y a modo de Comisiones, para el Director Comercial. Recordemos que todos los funcionarios tienen la función de ser Guías. Esto además constituye un incentivo Comercial, porque se es Guía, además de viajar Gratis y disfrutar de los sitios, pues le están pagando, y entre más actividades se realicen, pues más dinero ganará e incluso se puede comenzar a ampliar la fuerza de ventas. La tarifa por Pasajero se ha establecido según el cuadro “Detallado de Costos”.

7.4 PRESUPUESTO DE GASTOS

7.4.1 Presupuesto De Gastos Administrativos

Así como se ha ajustados el presupuesto de ingresos con la tasa de inflación promedio se debe también ajustar el presupuesto de gastos.

²² <http://www.banrep.gov.co/es/inflacion-basica>

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS CONOCELO SAS												
GASTOS FIJOS	Año 1				Año 2				Año 3			
	Estandar	Carga Presta	Total Mes	Acumulado	Estandar	Carga Presta	Total Mes	Acumulado	Estandar	Carga Presta	Total Mes	Acumulado
Servicio Telefónico - Internet - Movil	\$ 250.000		\$ 250.000	\$ 3.000.000	\$ 259.750		\$ 259.750	\$ 3.117.000	\$ 269.880	\$ 0	\$ 269.880	\$ 3.238.563
Energía y Acueducto	\$ 70.000		\$ 70.000	\$ 840.000	\$ 72.730		\$ 72.730	\$ 872.760	\$ 75.566	\$ 0	\$ 75.566	\$ 906.798
Subtotal Servicios Públicos y Comunicaciones	\$ 320.000		\$ 320.000	\$ 3.840.000	\$ 332.480		\$ 332.480	\$ 3.989.760	\$ 345.447	\$ 0	\$ 345.447	\$ 4.145.361
Publicidad	\$ 1.200.000		\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 600.000		\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 623.400	\$ 0	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Elementos de Cafetería y Papelería	\$ 50.000		\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 51.950		\$ 51.950	\$ 623.400	\$ 53.976	\$ 0	\$ 53.976	\$ 647.713
Subtotal Publicidad - Cafetería y Papelería	\$ 1.250.000		\$ 1.250.000	\$ 1.800.000	\$ 651.950		\$ 651.950	\$ 1.223.400	\$ 677.376	\$ 0	\$ 1.053.976	\$ 1.647.713
Arrendamiento	\$ 500.000		\$ 500.000	\$ 6.000.000	\$ 519.500		\$ 519.500	\$ 6.234.000	\$ 539.761	\$ 0	\$ 539.761	\$ 6.477.126
Subtotal Arrendamiento	\$ 500.000		\$ 500.000	\$ 6.000.000	\$ 519.500		\$ 519.500	\$ 6.234.000	\$ 539.761	\$ 0	\$ 539.761	\$ 6.477.126
Sueldo Gerente	\$ 800.000	\$ 344.266	\$ 1.144.266	\$ 13.731.197	\$ 2.000.000	\$ 860.600	\$ 2.860.600	\$ 34.327.200	\$ 2.078.000	\$ 894.163	\$ 2.972.163	\$ 35.665.961
Aux Transporte	\$ 83.140		\$ 83.140	\$ 997.680	\$ 83.140	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 86.382	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Sueldo Dir Mercadeo	\$ 800.000	\$ 344.266	\$ 1.144.266	\$ 13.731.197	\$ 1.100.000	\$ 473.330	\$ 1.573.330	\$ 18.879.960	\$ 1.142.900	\$ 491.790	\$ 1.634.690	\$ 19.616.278
Aux Transporte	\$ 83.140		\$ 83.140	\$ 997.680	\$ 83.140	\$ 0	\$ 83.140	\$ 997.680	\$ 86.382	\$ 0	\$ 86.382	\$ 1.036.590
Sueldo Secretaria Auxiliar					\$ 800.000	\$ 344.240	\$ 1.144.240	\$ 13.730.880	\$ 831.200	\$ 357.665	\$ 1.188.865	\$ 14.266.384
Aux Transporte					\$ 83.140	\$ 0	\$ 83.140	\$ 997.680	\$ 86.382	\$ 0	\$ 86.382	\$ 1.036.590
Sueldo Dir Comercial	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 800.000	\$ 344.240	\$ 1.144.240	\$ 13.730.880	\$ 831.200	\$ 357.665	\$ 1.188.865	\$ 14.266.384
Aux Transporte	\$ 0		\$ 0	\$ 0	\$ 83.140		\$ 83.140	\$ 997.680	\$ 86.382	\$ 0	\$ 86.382	\$ 1.036.590
Subtotal Sueldos	\$ 1.766.280	\$ 688.533	\$ 2.454.813	\$ 29.457.754	\$ 5.032.560	\$ 2.022.410	\$ 6.971.830	\$ 83.661.960	\$ 5.228.830	\$ 2.101.284	\$ 7.243.731	\$ 86.924.776
Auxilio Básico Dir Comercial	\$ 400.000		\$ 400.000	\$ 4.800.000	\$ 0		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Auxilio Rodamiento Dir Comercial	\$ 200.000		\$ 200.000	\$ 2.400.000	\$ 0		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Base Minima Cotización Seguridad Social		\$ 210.330	\$ 210.330	\$ 2.523.960		\$ 0	\$ 0	\$ 0		\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subtotal Auxilios Dir Comercial	\$ 600.000	\$ 210.330	\$ 810.330	\$ 9.723.960	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
**Comisiones Dir Comercial	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 1.039.000	\$ 0	\$ 1.039.000	\$ 12.468.000	\$ 1.079.521	\$ 0	\$ 1.079.521	\$ 12.954.252
***Otras Comisiones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subtotal Comisiones	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 1.039.000	\$ 0	\$ 1.039.000	\$ 12.468.000	\$ 1.079.521	\$ 0	\$ 1.079.521	\$ 12.954.252
Honorarios Contabilidad y Finanzas	\$ 600.000		\$ 600.000	\$ 7.200.000	\$ 623.400		\$ 623.400	\$ 7.480.800	\$ 647.713	\$ 0	\$ 647.713	\$ 7.772.551
Subtotal Honorarios	\$ 600.000		\$ 600.000	\$ 7.200.000	\$ 623.400		\$ 623.400	\$ 7.480.800	\$ 647.713	\$ 0	\$ 647.713	\$ 7.772.551
Totales Gastos			\$ 6.935.143	\$ 70.021.714			\$ 10.138.160	\$ 115.057.920	\$ 0	\$ 0	\$ 10.910.148	\$ 119.921.779
Nota: Variación Anual del 3,9%. - Valor Publicidad es Digitado												
**Comisiones Dir Comercial: Son calculadas en base a la efectividad de su labor. Su tope es de \$1.000.000												
*** Otras Comisiones: Comisiones Compartidas con agencias y otros operadores. Comisiones con Asesores Temporales o Freelance.												

Tabla No.23. Presupuesto de Gastos Anuales

En este cuadro no aparecen registrados los valores que se le pagan a los Guías, porque esos se calculan como costo directamente. Además, el gasto de Publicidad no es constante, debido a que es programado conforme se requiera. Los demás gastos están ajustados normalmente incluyendo a los gastos por Salarios, los cuales se calculan con una carga prestacional del 43,03%, detallada así:

Carga Prestacional	Factor Prestacional	Césantías	Prima de Vacacione	Vacaciones	Intereses a las Cesantías	Subtotal
		8,33%	8,33%	4,17%	1,00%	21,83%
	Seguridad Social		ARL	Salud	Pensión	
			0,70%	8,50%	12,00%	21,20%
	Totales					43,03%

Tabla No.24. Carga Prestacional a la Nómina

7.4.2 Presupuesto de Costos y Gastos

PRESUPUESTO DE INGRESOS COSTOS Y GASTOS PROYECTADO PROYECTO DE INVERSION CONÓCELO SAS			
Ingresos por Actividades	AÑO		
	1	2	3
Número de Actividades	39	50	50
Valor Total Ingresos	\$ 306.216.000,00	\$ 497.884.644,00	\$ 517.302.145,12
RUBROS	AÑO		
	1	2	3
COSTOS DE VENTAS	205.877.400,00	335.291.949,60	348.368.335,63
MOI y CIF	3.751.200,00	5.879.908,80	6.109.225,24
Costos Directos	202.126.200,00	329.412.040,80	342.259.110,39
GASTOS GENERALES	75.271.713,60	116.723.460,00	122.166.490,49
Depreciación Equipos	3.000.000,00	-	-
Gastos de Personal	39.181.713,60	83.661.960,00	86.924.776,44
Comisiones	12.000.000,00	12.468.000,00	12.954.252,00
Honorarios	7.200.000,00	7.480.800,00	7.772.551,20
Depreciación Muebles y Maquinaria	500.000,00	-	-
Arrendamiento	6.000.000,00	6.234.000,00	6.477.126,00
Servicios Públicos y Comunicaciones	3.840.000,00	3.989.760,00	4.145.360,64
Amortizaciones	1.750.000,00	-	-
Publicidad - Cafetería y Papelería	1.800.000,00	1.223.400,00	1.647.712,60
Contribución Fontur	-	765.540,00	1.244.711,61
Otros Impuestos	-	900.000,00	1.000.000,00
TOTAL COSTOS Y GASTOS	281.149.113,60	452.015.409,60	470.534.826,12

Tabla No.25. Presupuesto de Ingresos, Costos y Gastos Anuales.

Se ha incorporado la contribución al Fontur “Fondo Nacional del Turismo”, el cual se debe calcular con una tasa del 2.5*1.000, sobre los ingresos operativos del

periodo inmediatamente anterior.²³ La depreciación de los equipos se realiza en un año.

7.5 PRESUPUESTO DE TESORERIA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO PROYECTO DE INVERSION CONÓCELO SAS				
CUENTA	AÑO			
	0	1	2	3
CAJA INICIAL	14.750.000,00	\$ 14.750.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840
INGRESOS	-	\$ 306.216.000	\$ 497.884.644	\$ 517.302.145
Ventas	-	\$ 306.216.000	\$ 497.884.644	\$ 517.302.145
EGRESOS		\$ 284.421.855	\$ 467.610.949	\$ 486.435.715
MOI y CIF		\$ 3.751.200	\$ 5.879.909	\$ 6.109.225
Costos Directos		\$ 202.126.200	\$ 329.412.041	\$ 342.259.110
-		\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos de Personal		\$ 39.181.714	\$ 83.661.960	\$ 86.924.776
Comisiones		\$ 12.000.000	\$ 12.468.000	\$ 12.954.252
Honorarios		\$ 7.200.000	\$ 7.480.800	\$ 7.772.551
Arrendamiento		\$ 6.000.000	\$ 6.234.000	\$ 6.477.126
Servicios Públicos y Comunicaciones		\$ 3.840.000	\$ 3.989.760	\$ 4.145.361
Publicidad - Cafetería y Papelería		\$ 1.800.000	\$ 1.223.400	\$ 1.647.713
Contribución Fontur		\$ 0	\$ 765.540	\$ 1.244.712
Otros Impuestos		\$ 0	\$ 900.000	\$ 1.000.000
Impuesto		\$ 8.522.741	\$ 15.595.540	\$ 15.900.888
Servicio a la Deuda		\$ 0	\$ 0	\$ 0
CAJA FINAL	-	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840	\$ 97.684.270

Tabla No.26. Presupuesto de Tesorería

²³ <http://fontur.com.co/productos-y-servicios/que-es-contribucion-parafiscal-tipos-de-aportantes-base-liquidacion/49>

7.6 ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO PROYECTO DE INVERSION CONÓCELO SAS			
CUENTA	AÑO		
	1	2	3
INGRESOS	\$ 306.216.000	\$ 497.884.644	\$ 517.302.145
COSTOS DE VENTAS	\$ 205.877.400	\$ 335.291.950	\$ 348.368.336
MOI y CIF	\$ 3.751.200	\$ 5.879.909	\$ 6.109.225
Costos Directos	\$ 202.126.200	\$ 329.412.041	\$ 342.259.110
	\$ 0	\$ 0	\$ 0
UTILIDAD BRUTA	\$ 100.338.600	\$ 162.592.694	\$ 168.933.809
GASTOS GENERALES	\$ 75.271.714	\$ 116.723.460	\$ 122.166.490
Gastos de Personal	\$ 39.181.714	\$ 83.661.960	\$ 86.924.776
Comisiones	\$ 12.000.000	\$ 12.468.000	\$ 12.954.252
Honorarios	\$ 7.200.000	\$ 7.480.800	\$ 7.772.551
Arrendamiento	\$ 6.000.000	\$ 6.234.000	\$ 6.477.126
Servicios Públicos y Comunicaciones	\$ 3.840.000	\$ 3.989.760	\$ 4.145.361
Publicidad - Cafetería y Papelería	\$ 1.800.000	\$ 1.223.400	\$ 1.647.713
Contribución Fontur	\$ 0	\$ 765.540	\$ 1.244.712
Otros Impuestos	\$ 0	\$ 900.000	\$ 1.000.000
Depreciación Muebles y Maquinaria	\$ 500.000	\$ 0	\$ 0
Amortizaciones	\$ 1.750.000	\$ 0	\$ 0
Depreciación Equipos	\$ 3.000.000	\$ 0	\$ 0
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 25.066.886	\$ 45.869.234	\$ 46.767.319
Gastos Financieros			
Intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 25.066.886	\$ 45.869.234	\$ 46.767.319
Impuestos	\$ 8.522.741	\$ 15.595.540	\$ 15.900.888
	\$ 0	\$ 0	\$ 0
UTILIDAD NETA	\$ 16.544.145	\$ 30.273.695	\$ 30.866.431

Tabla No.27. Estado de Resultados Anualizado

7.7 BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL PROYECTADO CONÓCELO SAS				
CUENTA	AÑOS			
	0	1	2	3
ACTIVOS		\$ 0	\$ 0	\$ 0
ACTIVO CORRIENTE	\$ 14.750.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840	\$ 97.684.270
Disponible		\$ 36.544.145	\$ 66.817.840	\$ 97.684.270
Capital de Trabajo	\$ 14.750.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0
ACTIVO DIFERIDO	\$ 1.750.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos de Consitución	\$ 750.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Software Institucional	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0
ACTIVO FIJO NETO	\$ 3.500.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Terrenos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Edificios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Maquinaria y Equipos	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
Depreciación Acumulada		-\$ 3.500.000	-\$ 3.500.000	-\$ 3.500.000
TOTAL ACTIVOS	\$ 20.000.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840	\$ 97.684.270
PASIVOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda entidad Financiera	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
PATRIMONIO	\$ 20.000.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840	\$ 97.684.270
CAPITAL	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
Utilidades de Ejercicios anteriores		\$ 0	\$ 16.544.145	\$ 46.817.840
Utilidades del ejercicio		\$ 16.544.145	\$ 30.273.695	\$ 30.866.431
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 20.000.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840	\$ 97.684.270

Tabla No.28. Balance General Anualizado

8 ESTUDIO FINANCIERO

8.1 FLUJO DE CAJA LIBRE

FLUJO DE CAJA LIBRE (FLUJO DE CAJA NETO) PROYECTADO CONÓCELO SAS				
RUBRO	inicial	1	2	3
Utilidad Operativa	\$ 0	\$ 25.066.886	\$ 45.869.234	\$ 46.767.319
Depreciación	\$ 0	\$ 5.250.000	\$ 0	\$ 0
Depreciación acumulada		\$ 5.250.000	\$ 5.250.000	\$ 5.250.000
Gastos no en efectivo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activo corriente	\$ 14.750.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840	\$ 97.684.270
Pasivo Corriente	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Capital de Trabajo Neto	\$ 14.750.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840	\$ 97.684.270
Cambio en el Capital de Trabajo Neto		\$ 21.794.145	\$ 30.273.695	\$ 30.866.431
Activo Fijo	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
Cambio en los activos Fijos		-	-	-
Impuestos	34,000%	34,000%	34,000%	34,000%
Intereses		-	-	-
CALCULO DEL COSTO DEL CAPITAL				
Deuda de Largo Plazo	0,00%	-	-	-
Patrimonio	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840
CAPITAL		\$ 20.000.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840
Costo de Capital Propio (Ke)	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
Costo de la Deuda (Kd)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
%DLP	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
%PAT	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Tasa de Impuesto	34,000%	34,000%	34,000%	34,000%
Costo promedio ponderado del Capital (CPPC)	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
FLUJO DE CAJA LIBRE				
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 0	\$ 25.066.886	\$ 45.869.234	\$ 46.767.319
- Impuestos	\$ 0	\$ 8.522.741	\$ 15.595.540	\$ 15.900.888
"= UTILIDAD OPERATIVA NETA DESPUES DE IMPUESTOS(UONDI)	\$ 0	\$ 16.544.145	\$ 30.273.695	\$ 30.866.431
+ Depreciacion	\$ 0	\$ 5.250.000	\$ 0	\$ 0
+ Gastos no efectivos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= FLUJO DE CAJA BRUTO (FCB)	\$ 0	\$ 21.794.145	\$ 30.273.695	\$ 30.866.431
+/- Incremento en Capital de trabajo Neto	\$ 0	\$ 21.794.145	\$ 30.273.695	\$ 30.866.431
+/- Incremento en Activo Fijo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
FLUJO DE CAJA LIBRE (FCL)	-\$ 20.000.000	\$ 0	-\$ 0	\$ 0
+ Valor Residual Proyecto	\$ 14.750.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840	\$ 97.684.270
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	-\$ 5.250.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840	\$ 97.684.270
FLUJO DE CAJA DE LA DEUDA	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	-\$ 5.250.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840	\$ 97.684.270
EVALUACION CON EL FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO				
RUBRO	PERIODOS			
	0	1	2	3
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	-\$ 5.250.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840	\$ 97.684.270
Costo promedio ponderado del Capital (CPPC)	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
FACTOR DE DESCUENTO (FD)	1,00	0,80	0,64	0,51
VALORES PRESENTES (FLUJO DE CAJA * FD)	-\$ 5.250.000	\$ 29.235.316	\$ 42.763.417	\$ 50.014.346
VALOR PRESENTE	\$ 122.013.080			
VALOR PRESENTE NETO	\$ 116.763.080			
TASA INTERNA DE RETORNO	768%			
RELACION BENEFICIO COSTO	23,24			
EVALUACION CON EL FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA				
RUBRO	PERIODOS			
	0	1	2	3
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	-\$ 5.250.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840	\$ 97.684.270
Costo de Capital Propio (Ke)	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
FACTOR DE DESCUENTO (FD)	1,00	0,80	0,64	0,51
VALORES PRESENTES (FLUJO DE CAJA * FD)	-\$ 5.250.000	\$ 29.235.316	\$ 42.763.417	\$ 50.014.346
VALOR PRESENTE	\$ 122.013.080			
VALOR PRESENTE NETO	\$ 116.763.080			
TASA INTERNA DE RETORNO	767,51%			
RELACION BENEFICIO COSTO	23,24			
CPPC Promedio Geometrico	25,00%			
TASA INTERNA DE RETORNO MODIFICADA	256,72%			

Tabla No. 29. Flujo de Caja Libre

8.2 INDICADORES ECONÓMICOS

EVALUACION FINANCIERA - ENFOQUE ECONOMICO				
PROYECTO DE INVERSION CONÓCELO SAS				
INDICADORES ECONOMICOS				
INDICADORES DE GESTION ORIENTADA A LA GENERACIÓN DE VALOR				
INDICADOR	AÑO			
	0	1	2	3
INGRESOS		\$ 306.216.000	\$ 497.884.644	\$ 517.302.145
- COSTOS		\$ 205.877.400	\$ 335.291.950	\$ 348.368.336
- GASTOS GENERALES		\$ 75.271.714	\$ 116.723.460	\$ 122.166.490
+ DEPRECIACIONES		\$ 3.500.000	\$ 0	\$ 0
+ AMORTIZACIONES		\$ 1.750.000	\$ 0	\$ 0
EBITDA		\$ 30.316.886	\$ 45.869.234	\$ 46.767.319
MARGEN EBITDA		9,90%	9,21%	9,04%
CAMBIO MARGEN EBITDA		-	-6,95%	-1,87%
CAMBIO EN EL INGRESO			62,59%	3,90%
CAMBIO EN LOS COSTOS Y GASTOS EN EFECTIVO			62,86%	3,90%
ESTIMACIÓN DEL VALOR AGREGADO PARA EL ACCIONISTA				
INDICADOR	AÑO			
	0	1	2	3
UTILIDAD NETA		\$ 16.544.145	\$ 30.273.695	\$ 30.866.431
PATRIMONIO	\$ 20.000.000	\$ 36.544.145	\$ 66.817.840	\$ 97.684.270
ROE		45,27%	45,31%	31,60%
COSTO DEL CAPITAL PROPIO		25,00%	25,00%	25,00%
EVA		\$ 7.408.109	\$ 13.569.235	\$ 6.445.363
CAMBIO EN EL EVA		-	83,17%	-52,50%

Tabla No.30. Indicadores Económicos

8.3 INDICADORES PARA EVALUACIÓN FINANCIERA

EVALUACION FINANCIERA - ENFOQUE FINANCIERO					
PROYECTO DE INVERSION CONÓCELO SAS					
FLUJO DE CAJA			CALCULO DEL EVA		
PERIODOS (AÑOS)	FLUJO DE CAJA	FLUJO DE CAJA ACUMULADO	UTILIDAD NETA	PATRIMONIO	EVA
0	-\$ 5.250.000				
1	\$ 36.544.145	\$ 36.544.145	\$ 16.544.145	\$ 36.544.145	\$ 7.408.109
2	\$ 66.817.840	\$ 103.361.985	\$ 30.273.695	\$ 66.817.840	\$ 13.569.235
3	\$ 97.684.270	\$ 201.046.255	\$ 30.866.431	\$ 97.684.270	\$ 6.445.363
INDICADOR PARA LA EVALUACION FINANCIERA					
INVERSION INICIAL	\$ 5.250.000				
TASA DE OPORTUNIDAD	25,00%				
TASA INTERNA DE RETORNO	767,51%	Se debe aceptar el proyecto, porque la TIR es mayor que el Capital			
TASA INTERNA DE RETORNO MODIFICADA	256,72%				
VALOR ACTUAL	\$ 122.013.080	Se debe aceptar el proyecto, porque el VPN es mayor que la Inversión Inicial			
VALOR ACTUAL NETO	\$ 116.763.080				
RELACION BENEFICIO COSTO	23,24	Se Acepta, porque la relación Costo Beneficio es Mayor que 1			

Tabla No.31. Indicadores de Evaluación Financiera

8.4 CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA

Los resultados obtenidos a partir de este estudio económico y financiero muestran que la compañía generará utilidades desde su primer año de operaciones y que los indicadores que muestran su viabilidad son muy favorables para realización de este proyecto y demuestran también su confiabilidad para los inversionistas interesados.

La inversión inicial como se mostró anteriormente no es muy alta, los inversionistas cuentan con dicha suma, y no se necesita recurrir al endeudamiento para poner en funcionamiento la compañía

9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Hoy por hoy, la gente dice que soñar no cuesta nada. Si uno tiene una idea, una convicción, una meta, una motivación, debe luchar por aquello en lo que cree. Algunas cosas se hacen con el corazón, sencillamente se toma la decisión de iniciar con lo que se tenga en la mano y listo. A otras, como en este caso, hay que ponerles un poco más de cabeza, ser más racional que emocional. Las cifras son contundentes, ahí están, no mienten. El proyecto es viable financieramente. Y este es muy confiable toda vez que se ha realizado con información muy real, muy comprobable.

Quizá para un inversionista de los de gran envergadura no sea tan atractivo, pero para comenzar, para personas como nosotros, que se ha visto la oportunidad, creo que está muy bien.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es mucho mayor que el Capital Inicial **767,51%**, la relación Costo Beneficio es de **23.24** veces o puntos, y la VPN es mayor que la inversión inicial **\$116.763.080**, si sumado a todos estos indicadores tenemos en cuenta que no hay que asumir deuda alguna, pues solo queda comenzar.

Conócelo SAS debe hacer un seguimiento a sus actividades cotidianas para lograr los objetivos comerciales, lo ideal sería implementar un **Balance Score Card**, que le permita elaborar un buen plan estratégico articulado, ejecutarlo y medir sus avances.

10 REFERENCIAS

- Banco de la República
www.banrep.gov.co
- Cali Destinos
<http://www.calidestinos.com>
- Cámara de Comercio de Cali
<http://www.ccc.org.co>
- Crucero Turismo
<http://www.cruceroturismo.net/>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE
www.dane.gov.co
- Fondo Nacional del Turismo – Fontur
www.fontur.com.co
- Ministerio de Industria y Turismo
www.mincit.gov.co
- Organización Mundial del Turismo
<http://www2.unwto.org>
- Promotora de Turismo Belisario Marín
www.promotoradeturismo.com

- CORREA RODRIGUEZ Diana Liseth, Global Tourism of Colombia SAS, Universidad EAN, 2013

11 ANEXOS

11.1 ANEXO 1

Encuesta de Investigación de Mercado

Metodología:

Tema de Investigación: tendencias turísticas y los factores que influyen en tales decisiones.

Universo: Hombres y Mujeres entre 18 años de edad y mayores, de estrato socioeconómico entre 2 y 3. Grupos poblacionales: (tercera edad, grupos religiosos)

Tamaño de la Muestra: 100 personas

Técnica de Investigación: encuesta cara a cara, con los grupos o personas objeto del estudio

Cuestionario: Desarrollado por el grupo de estudiantes de la universidad del valle del curso de Evaluación Financiera de Proyectos (Nombre de los estudiantes)

Fecha de recolección de los datos:

1. Sexo

☐ Masculino ☒ Femenino

2. Rango de Edad

☐ Entre 18 - 25 ☐ Entre 36 - 45 ☒ Entre 56 - Más
☐ Entre 26 - 35 ☐ Entre 46 - 55

3. Motivo por el cual viaja?
(escoja solo una respuesta)

☒ Placer ☐ Educación ☐ Cultura
☐ Negocios ☐ Otro _____

4. Tipo de turismo que le gustaría hacer como experiencia de viaje
(escoja uno o varios respuestas)

☒ Turismo Ecológico ☐ Turismo Cultural
☒ Turismo Recreativo ☐ Turismo Comercial
☐ Turismo Histórico ☐ Otro _____

5. Que lugares del país desearía conocer ó visitar de nuevo?
(escoja uno o varios respuestas)

☐ Bogotá ☐ Santa Marta ☒ Eje Cafetero
☐ Cartagena ☒ San Andrés ☐ Pasto
☐ Medellín ☐ Región Pacífica ☐ Llanos Orientales
☐ Otro _____

6. Factores que influyen al momento de escoger su destino?
(escoja uno o varios respuestas)

☐ Clima ☒ Precios
☐ Distancia ☒ Atracciones de los destinos
☐ Seguridad ☒ Confianza en el operador
☐ Otro _____

7. Frecuencia con que suele viajar
(escoja solo una respuesta)

☒ una vez al año ☐ Esporádicamente
☐ Dos a tres veces al año
☐ mas de tres

8. Cuánto dinero está en capacidad de invertir por un viaje
(escoja solo una respuesta)

☐ Entre 100 y 200 (miles)
☐ Entre 200 y 300 (miles)
☐ Entre 300 y 400 (miles)
☒ Entre 400 y 500 (miles)
☐ Entre 500 ó más (miles)

9. Al momento de viajar es de su preferencia hacerlo:
(escoja uno o dos respuestas)

☐ Solo ☒ Con la familia
☐ En pareja
☐ Con amigos

10. Si ha tenido experiencias anteriores con operadores turísticos, estás han sido?
(escoja solo una respuesta)

☒ Positivas ☐ Negativas
 Por qué? Completa con lo pactado

11. Por que medio de comunicación le gustaría enterarse de los planes turísticos organizados por los operadores?
(escoja solo una respuesta)

☐ Redes sociales ☐ Correos electrónicos
☐ Whatsapp ☒ Mensajes de texto
☐ Volanteo ☐ Periódico

Anexo.1. Encuesta de Investigación de Mercado.