



GUIAS TURISTICOS

**GUIAS TURISTICOS
Plan de Negocios**

**Elaborado por:
Haydi Amparo Alcaraz Moreno
Robinson Andrés Sánchez
Juan Camilo Oquendo**

**Asesora
Alejandra Luján Jaramillo
Especialista en Finanzas Corporativas EIA**

**Facultad de Estudios Empresariales y de Mercadeo
Institución Universitaria ESUMER
Medellín
2009**



Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla esta limitada a los estudiantes autorizados que estén realizando Planes de Negocios, ya sea para cursos regulares o a nombre propio con el aval de la Institución. De cualquier forma, al hacer uso de ésta, debe citarse la fuente. No esta permitida la reproducción total o parcial de esta plantilla por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright

DERECHOS RESERVADOS © 2007 Carlos Mario Morales C – UEEM -Coordinador de Emprendimiento ESUMER. carlos.morales@esumer.edu.co. Calle 76 No 80-126 Carretera al Mar Medellín –Colombia
Teléfonos 2646011 Extensión 225

GUIAS TURISTICOS

Contenido - Plan de Negocio

	Pagina
RESUMEN EJECUTIVO	8
1 INFORMACION SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO	9
2. PROPOSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS	10
3. INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA	11
3.1. Nombre de la empresa	11
3.2. Descripción de la empresa	11
3.3. Misión de la empresa	14
3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo	11
3.5. Ventajas competitivas	12
3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir	12
3.7. Relación de productos y / o servicios	13
3.8. Justificación del negocio	13
3.9. Análisis del entorno y del sector	14
3.10. Conocimientos para entrar en el negocio	21
4. ANALISIS DEL MERCADO	22
4.1. Objetivos de mercado	22
4.2. Descripción del portafolio de bienes y /o servicios	24
4.3. El mercado meta de los bienes y/o servicios	25
4.3.1 el mercado meta	25
4.3.2. Estudio del mercado consumidor	25
4.4. El mercado proveedor	27
4.4.1. Proveedores	27
4.4.2. Estudio del mercado proveedor	29
4.5. El mercado competidor	36
4.5.1. Competidores	36
4.5.2. Estudio del mercado competidor	39
4.6. El mercado distribuidor	48
4.6.1. Distribución	48
4.6.2. Distribución a través de terceros	48
4.6.3. Distribución Directa	48
4.6.4 Manejo de inventarios	49
4.6.5. Comunicación	49

4.6.5. Actividades de promoción y divulgación	49
4.7. Precios de los productos	50
4.7.1. Factores que influyen en la determinación de precios de los productos	50
4.7.2. Los precios de los productos tomando como base los costos	50
4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos	51
4.7.4 Política de Precios	51
4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización	51
4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado	51
4.10 Plan de ventas	52
5. ASPECTOS TECNICOS (ANALISIS DE LA PRODUCCION)	54
5.1. Objetivos de producción	54
5.2. Descripción del proceso de producción	54
5.3. Capacidad de producción	54
5.4. Plan de producción	54
5.5. Recursos materiales y humanos para la producción	55
5.5.1. Locaciones	55
5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres	55
5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos	55
5.5.4. Requerimientos de servicios	55
5.5.5. Requerimientos de personal	55
5.6. Programa de producción	57
6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	58
6.1. Procesos administrativos	58
6.1.1. Descripción de los procesos administrativos	58
6.2. Estructura organizacional del negocio.	58
6.2.1 organigrama	58
6.2.2 Descripción funcional de la organización	58
6.3. Recursos materiales y humanos para la administración	59
6.3.1. Locaciones	59
6.3.3. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres	60
6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina	61
6.3.4. Requerimientos de servicios	61
6.3.5 Requerimientos de personal	63
6.4. Programa de administración	64
7. ASPECTOS LEGALES	66

7.1. Tipo de organización empresarial	66
7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas	66
8. ASPECTOS FINANCIEROS	68
8.1 Estructura financiera del proyecto	68
8.1.1. Recursos propios	68
8.1.2. Créditos y préstamos bancarios	68
8.2. Ingresos y egresos	68
8.2.1. Ingresos	68
8.2.1.1. Ingresos propios del negocio	68
8.2.1.2. Otros Ingresos	69
8.2.2. Egresos	69
8.2.2.1. Inversiones	69
8.2.2.2. Costos	70
8.2.2.3. Gastos	70
8.2.2.4. Gastos financieros	71
8.3. Estados financieros proyectados	72
8.3.1. Flujo de caja	72
8.3.2. Estado de pérdidas y ganancias (estado de resultados)	73
8.3.3. Balance general	74
8.4. Evaluación financiera del proyecto	74
8.4.1. Valor presente neto	74
8.4.2. Tasa interna de retorno	74
8.4.3. Indicadores financieros proyectados	74
8.4.4. Análisis de sensibilidad (variación de la demanda)	76
8.4.5. Análisis de sensibilidad (variación del precio)	76
9. CONSIDERACIONES FINALES	78
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	79

TABLAS Y GRAFICOS

1. Determinación de la Demanda	26
2. Proveedores	27
3. Maquinaria y equipo, Muebles y enseres, Implementos – Instrumentos, Equipos de comunicación y Software.	28
4. Estudio del Mercado de Proveedor	29
4.1 Variables estudiadas del mercado proveedor	29
4.2 Medio a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor	31
4.3 Resultados del estudio de los proveedores	31
5. Resultados del Estudio de la Competencia	44
6. Los Precios de los productos tomando como base los Costos	50
7. Los Precios de los Productos propuestos	51
8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización	51
9. Plan de ventas	52
10. Plan de Producción	54
11. Requerimientos de personal.	56
12. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres	60
13. Requerimientos de materiales de oficina.	62
14. Requerimientos de servicios.	62
15. Requerimientos de personal administrativo	63
16. Programa de administración	65
17. Estructura Financiera del proyecto	68
17.1. Recursos Propios	68
17.2. Créditos y Préstamos Bancarios	68
17.3 Ingresos Propios del Negocio.	68
18. Egresos	69
18.1. Inversiones	69
18.2. Costos	70
18.3. Gastos	70
18.4. Gastos Financieros	71
19. Estados Financieros Proyectados	71
19.1. Flujo de Caja	71
19.2.Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)	72
19.3. Balance General	73
20. Indicadores Financieros proyectados	74

RESUMEN EJECUTIVO

Según los resultados, el mercado que consume turismo cultural en la región está conformado principalmente por adultos comprendidos entre los 25 y 45 años de edad, de nacionalidades; principalmente de Medellín, Cali, Bogotá, Manizales y Barranquilla. Muchos de ellos están dispuestos a recorrer el máximo de destinos en la región.

Gran parte de turistas han visitado con anterioridad la región por lo que ya han experimentado varias manifestaciones de la cultura, patrimonio y su comercialización en el ámbito turístico.

En la época donde hay más afluencia de turistas, son los fines de semana, temporadas de semana santa y diciembre.

Las posibilidades económicas de este mercado son especiales puesto que no están dispuestos a gastar mucho dinero al día; si las experiencias y servicios ofrecidos no son muy especiales.

Se proporcionara más información acerca de los patrimonios en estos lugares, los turistas se interesaran por conocerlos y aumentar así su estadía. El pueblo de santa fe de Antioquia es un lugar muy atractivo por su arquitectura, la indumentaria de sus habitantes y su paisaje pintoresco.

Este tipo de mercado paga todos sus servicios desde el inicio de sus recorridos, y prefiere tener una buena calidad de información.

Se tomarían medidas para prestar servicios de hospedaje a los turistas. La región tiene potencialidad para recorridos de turismo guiado.

Sus múltiples monumentos históricos, construcciones coloniales, museos, iglesias y casonas hacen de Santa Fe de Antioquia una de las poblaciones colombianas más admiradas por los turistas.

2 PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El propósito del plan de negocios, es poner en práctica todos los conocimientos obtenidos durante la Tecnología en Mercadeo y realizar el proyecto de grados y con todos estos elementos tener las herramientas suficientes para crea una nueva empresa en el Municipio de Santa Fe de Antioquia, así aprovechar el potencial turístico que tiene el Municipio; mejorar los ingresos y niveles de vida. Darle más posición, reconocimiento al municipio a nivel nacional e internacional.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

Colonial tours: Por que la empresa se dedicara a realizar los tour turísticos por las zonas históricas del municipio de santa Fe de Antioquia por ser este un municipio colonial.

3.2 Descripción de la Empresa

La empresa colonial tours se dedicara a prestar servicios de guianza turísticos a nivel municipal en todos los ámbitos: históricos, ecológicos, naturales todo esto al sector turístico los cuales se ofrecerán con la mayor calidad posible ya que contara con un personal calificado. Dicha empresa estará ubicada en el municipio de Santa Fe de Antioquia por su gran potencial turístico que posee, esta se clasificara como microempresa.

3.3 Misión de la Empresa

Posicionarnos como una de las más prestigiosas empresas de guías turísticas a nivel regional, ofreciendo la mejor calidad de servicio, y así caracterizarnos por ser una organización comprometida con calidad, a la vanguardia de conocimiento, con los más bajos costos.

Una forma de satisfacer la necesidad es con el esparcimiento, recreación y lúdica; en las personas del departamento de Antioquia, es prestándole el servicio de recorridos turísticos en el municipio de santa fe de Antioquia en el área urbana.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivo General

Fortalecer el área turística del municipio de Santa Fe de Antioquia, con una empresa de guías turísticos bien preparados que atiendan a todas las personas que visten el municipio.

Objetivos Específicos

- 1- Preparar personas que sean capaces que guiar a los turistas, por las diferente zonas turísticas del municipio de Santa Fe de Antioquia, estas personas serán habitantes del mismo municipio.
- 2- Mostrar a los turistas las cosas bellas del municipio de Santa Fe de Antioquia no solo arquitectónicas sino también naturales.
- 3- Brindar a las personas que viven en el municipio de Santa Fe de Antioquia medios de trabajo para le sustento de sus familias.
- 4- Promover la conservación, recuperación de los monumentos y sitios culturales vinculados con el turismo.

3.5 Ventajas Competitivas

La ventaja que se tendrá es que al no haber una empresa de este tipo en nuestro municipio, se tendrá una mayor oportunidad en el mercado, se ofrecerá un excelente servicio con calidad y eficiencia.

El servicio se destacara por ser eficiente, que el usuario pueda cumplir todas sus expectativas, también se tendrá un contacto permanente con nuestros clientes para ofrecerles más planes y así vuelvan a visitar el municipio.

La empresa de Guías Turísticas distinguirá por la calidad del servicio, por adelantar programas que contribuirán a su facilitación y al desarrollo del sector turístico en la región.

Los bajos costos que tendrán dichos recorridos y la garantía de un personal altamente calificado.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

La subregión de Occidente del Departamento de Antioquia es una zona de mucha afluencia de turistas provenientes de otras zonas del departamento de Antioquia, del país y turistas extranjeros. Se tiene como referencia los municipios de Santa Fe de Antioquia, Sopetran y San Jerónimo por su historia y por sus diferentes lugares que son atractivos para los visitantes como lo son las zonas históricas y naturales. Y además la subregión tendrá un desarrollo aun mas grande con los

mega proyectos que se realizaran en el Departamento donde esta subregión es la principal protagonista, como lo es la represa pescadero Ituango, la doble calzada santa fe de Antioquia-Turbo, el puerto de Turbo, todo esto hace que la subregión se consolide mas y se transforme en una zona de gran desarrollo para el Departamento.

Por estas razones se es necesario estar preparados, comenzar desde este momento a crear estrategias para saber aprovechar todas las oportunidades que nos brinda la subregión, como la conformación de una empresa que de los servicio de guías turísticas para el municipio de Santa Fe de Antioquia, que todo el que venga a visitarnos se lleve una gran recuerdo de nuestro municipio y así aportar el desarrollo de la subregión.

3.7 Relación de productos y/o servicios

Recorridos turísticos por zonas históricas

Recorrido religioso: este contempla visitas alas iglesias de Jesús Nazareno, Santa Bárbara, Catedral Basílica Metropolitana La inmaculada Concepción, Nuestra señora de Chiquinquirá, Seminario Mayor Santo Tomás de Aquino

Recorrido colonial: se contemplan visitas a las casas, calles, y museos entre ellas tenemos Casa del Pistacho, Casa Negra, Casa de la Fundición, Casa de Niño Dios, Casa De Las Ortiz, Casa de los Herrones, Casa de María Centeno, Palacio Arzobispal, Palacio de Gobernadores, Calle la Amargura, Museo de Arte Religioso Francisco Cristóbal Toro, Museo Juan del Corral

Recorridos ecológicos: en los que se encuentran, Casa de las Dos Palmas, Puente de Occidente José María Villa y túnel de Juan blanco

3.8 Justificación del Negocio

Habrà capacidad del servicio que ofrece la empresa colonial tour para la satisfacción de las personas que visiten el municipio; y así aprovechar el potencial turístico que tiene santa fe de Antioquia contribuyendo al desarrollo de este sector. Se trata de una empresa que comercializa itinerarios turísticos y culturales; cuyo principal atractivo se centra en potenciar todo tipo de recursos culturales y/o naturales que posee la ciudad fortaleciendo el entorno económico de la región.

3.9 Análisis del entorno y del sector

La implementación del plan de desarrollo turístico, son herramientas para potencializar el turismo como la industria de más rápido crecimiento en el mundo y con amplias implicaciones en los ámbitos ambiental y sociocultural de los pueblos del mundo. Esta importancia de la actividad se evidencia en su contribución económica como generador de divisas para la mayoría de los países, representando uno de los sectores que más empleos genera actualmente.

Este potencial turístico da la posibilidad de crear nuevos emprendimientos, de generar empleo y con esto la potencialidad para consolidar verdaderamente una cadena productiva en torno a las características generales del municipio, contribuyendo en parte a la disminución de la pobreza.

Aprovechar el turismo como articulador de procesos de identificación, valoración, competitividad, sostenibilidad y difusión del patrimonio cultural del municipio, además de fomentar el turismo incentivando a colombianos y extranjeros a que visiten la región, buscando de ésta manera la generación de beneficios para la comunidad, así como la motivación para cuidar y preservar el patrimonio cultural, garantizando la sostenibilidad del sector cultural y turístico.

Fuente Página del municipio www.santafedeantioquia-antioquia.gov.co/

OCCIDENTE ANTIOQUEÑO DATOS GENERALES

Extensión 7.291 Km².

- Áreas Urbanas 15.5 Km².
- Municipios 19 (con Caicedo)
- Corregimientos 44
- Veredas 631
- Población 228.290 Hab.
- Población Cabecera Municipal 70.437 Hab.
- Población Zona Rural 157.853 Hab.

Fuente: Plan de Desarrollo 2004-2007- Gobernación de Antioquia
PRODUCTO INTERNO BRUTO

- Establecimientos financieros, seguridad y servicios a empresas 26%

- Energía, acueducto y alcantarillado 23%
- Servicios comunales, sociales y personales 20%
- Comercio, restaurantes y Hoteles. 9%
- Transporte y comunicaciones 8%
- Construcción y obras públicas 6%
- Industria manufacturera 6%
- Agropecuario y Silvicultura 2%

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Comercio, restaurantes y Hoteles 74%

- Servicios personales 14%
- Industria manufacturera 5%
- Seguros, finanzas y servicios a empresas 2%
- Agricultura 2%
- Transporte y comunicaciones 2%
- Construcción 1%

Fuente: Cámara de Comercio_ Medellín

ASPECTOS GEOGRÁFICOS

MOSTRAR EN UN CUADRO Y MEJORAR LA PRESENTACION

- La subregión del Occidente de Antioquia está localizada en áreas de la cordillera Central y Occidental, entre el suroccidente del Valle de Aburra, al sur y el Nudo de Paramillo y la región de Urabá al Norte.
- Posee uno de los procesos más intensos de destrucción ecológica que se conoce como el Desierto de Occidente ubicado en la zona central en territorios de Santa Fe de Antioquia, San Jerónimo, Anzá, y Sopetrán.

SECTOR ECONÓMICO

- Las principales actividades productivas del occidente son: la ganadería doble propósito, el cultivo de frutas, de frijol, lulo, café, maíz, plátano,

la explotación de la madera, la minería, industrias avícolas, la industria turística..

- La industria del turismo en Municipios como Sopetrán, San Jerónimo, Santa Fe de Antioquia, ha desplazado a los cultivadores de frutas, debido a la venta de parcelas para fincas recreativas, en estos tres municipios se ha construido una infraestructura hotelera, hostales, clubes y hosterías.
- El plátano se utiliza como sombrío para el café, la producción es de subsistencia. Ebéjico, es el municipio que produce más plátano, pero su baja tecnificación no los hace rentables.
- La minería se realiza en los municipios de Frontino y Abriaquí, de manera muy rudimentaria.
- En general, la región del occidente antioqueño tiene unos bajos índices de desarrollo, las necesidades básicas insatisfechas dan cuenta de ello. En acueducto, tiene una cobertura del 67.8%, alcantarillado del 36.6% y la educación superior 1.1%.

PROBLEMÁTICAS

- Hoy los campesinos del occidente están emigrando de sus tierras por cuenta de la violencia de los grupos guerrilleros y paramilitares.
- Fuentes insuficientes de trabajo, con bajo desarrollo del sector turístico y la escasa competitividad en el sector agropecuario, agroindustrial, ambiental y de servicios, a pesar de las grandes potencialidades que presentan estos sectores, siendo esto parte de la economía de la Región.
- Posee altos costos de producción, deficiente planificación e infraestructura de apoyo a la producción, comercialización e industrialización.
- Exceso de cargas fiscales impiden la creación de empresas.
- Dificultades de acceso al crédito y tecnología.
- Agotamiento de los recursos naturales.
- Acelerada urbanización.

- Deficiencia en los servicios públicos domiciliarios, telecomunicaciones y vías. Esto por la mala planeación y poca inversión gubernamental.
- Baja educación, salud, vivienda rural y urbana.
- Presencia de conflicto armado.

FORTALEZAS DE LA REGIÓN

- Riqueza de biodiversidad y bosques.
- Reservas naturales y corredores biológicos.
- Posibilidad de construir senderos ecológicos.
- Presencia de dos parques nacionales: Las Orquídeas y el Paramillo.
- Reforestación de tipo comercial.
- Abundantes fuentes de agua.
- Potencial Hídrico-Energético.
- Recursos mineros.
- Diversidad Étnica.
- Producción agrícola diversificada.
- Climas diversos para la producción agrícola.
- Producción de frutas.
- Ventajas competitivas con algunos productos agrícolas tales como: Papaya, tomate, fríjol, chonto, auyama, caña, plátano, lulo, cebolla junca, murrapo, granadilla.
- Desarrollo de la piscicultura.
- Desarrollo del turismo.
- Proyectos viables de interés social.
- Presencia de la vía al mar como integrador del territorio.
- Túnel de Occidente.

- Existencia de agregados como material para vías y de arcilla de calidad que permite la generación de empleo, ingresos, riqueza y crecimiento económico

FORTALEZAS PRODUCTIVAS

- Reforestación – Madera
- Caña.
- Frutas
- Leche
- Café
- Quesos.
- Cacao
- Fríjol
- Turismo
- Confecciones.

POTENCIALIDADES DEL OCCIDENTE

Posee una buena ubicación geográfica el Occidente de Antioquia, paso obligado entre el Valle de Aburra y el Urabá, puede llegar a ser un eje logístico de importancia, así como un atractivo destino turístico, explotando adecuadamente su variedad de climas y paisajes. Sus suelos son aptos para la reforestación.

OPORTUNIDADES DE LA REGIÓN

- Producción e implementación de biotecnología y abonos orgánicos.
- Cofinanciación de proyectos ambientales por parte de las Corporaciones Autónomas Regionales.
- Posibilidad de asentamientos industriales.
- Reactivación comercial.
- Acceso a grandes mercados.

- Oportunidad para la creación de un puerto seco.
- Facilidades de desarrollo energético (Hidroeléctrica).

DEBILIDADES DE LA REGIÓN

- Deforestación
- Aunque posee abundancia de recursos hídricos, posee escasez de éstos, en las partes bajas de la región.
- Mal manejo de residuos.
- Mal tratamiento de aguas residuales.
- Zonas de altos riesgo por deslizamientos e inundaciones.
- Cultivos Ilícitos.
- Falta de generación de empleo.
- Sistemas de producción tradicional.
- Economía agrícola con bajo nivel de capitalización.
- Ganadería extensiva.
- Suelos de baja fertilidad natural.
- Baja contribución del sector turístico en los recursos municipales utilización por parte del sector turístico de infraestructuras municipales sin una justa compensación económica.
- Aislamiento de los municipios, desconectados de la región.
- Veredas con vías difíciles de transitar.
- Déficit de vivienda.
- Carencia de infraestructura y tecnología adecuada.
- Condiciones críticas de pobreza.
- Débil apoyo a los grupos sociales organizados-falta de capacitación a líderes en toma de decisiones

- Problemas sociales: violencia intrafamiliar, prostitución y farmacodependencia.
- Baja tasa de escolaridad y de educación.
- Inseguridad.
- Falta de capacitación para el trabajo.
- Planes de desarrollo poco concertados.
- Pobre gestión tanto de alcaldes, concejales y gobierno

AMENAZAS DE LA REGIÓN

- Sobreoferta de productos en mercados departamental y nacional.
- Desempleo creciente.
- Estructura económica con predominancia en las actividades urbanas.
- Baja capacidad de la industria para inducir el potencial económico de las subregiones.
- Creciente modernización de las actividades agrícolas.
- Impactos del túnel de occidente.
- Desorden urbanístico por la sobrepoblación
- Incremento de parcelaciones.
- Recorte presupuestal
- Poco reconocimiento de la imagen subregional.

CRECIMIENTO SALIDAS DESDE MEDELLÍN HACIA LAS SUBREGIONES DE ANTIOQUIA.

- Occidente: para el periodo enero – noviembre del año 2007 se logró registrar 45.062 vehículos en entradas a la subregión, mientras que el año 2006 en el mismo tiempo se contabilizaron 37.067 vehículos, lo que significa un crecimiento del 21.57%.

- Urabá: es la subregión de mayor aumento en la entrada de vehículos provenientes de Medellín, con un incremento del 35.33%. Durante los primeros 11 meses del año 2007 se registraron 12.530 vehículos y en el año 2006, en este mismo espacio de tiempo se contaron en promedio 9.259 vehículos por entradas a Urabá.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Los conocimientos mínimos que se deben tener son:

- Todo lo relacionado con el sector turístico
- Mercadeo
- Recorridos turísticos
- Administración de empresas

- Conocimiento de la reseña histórica del municipio
- Ubicación geográfica
- Manejo del personal
- Atención al cliente
- Administración contable
- Técnicas de ventas
- Investigación de mercado
- Recreación

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Ofrecer servicios de guianza turística por las zonas históricas más importantes del municipio de Santa Fe de Antioquia, con una capacidad de atender al 25% de las personas que visitan el municipio. Los servicios serán ofrecidos durante el transcurso del año con énfasis en los días festivos y temporada alta donde se concentra la mayor afluencia de turistas.

Este mercado como cualquier otro mercado tiene una gran influencia de las relaciones públicas y muchos trabajos son ganados por empresa que conocen personalmente a sus clientes. El director fomentará este tipo de relaciones como modo de hacerse conocer en el mercado.

Se gestionarán acuerdos con los administradores de los hoteles que se encuentran en la zona histórica del municipio de Santa Fe de Antioquia; la razón es darle al turista la opción de poder acceder al servicio de guianza turística que ofrece la empresa.

Los hoteles serán los siguientes: Hotel Caserón Plaza; Hotel Mariscal Robledo; Hotel El Castellano; Hotel Casa Amárela, Hotel Los Geranios, Hostería Mis Ancestros, Hostal Casa Tenerife.

La forma de realizar los contactos con los administradores será de la siguiente manera:

Las citas serán acordadas con los administradores de los hoteles un mes después de legalizada la empresa. En esta reunión se le dará a conocer el portafolio de servicios que ofrece la empresa y los beneficios que obtendrá el hotel.

La empresa se dará a conocer en la Oficina de Turismo del Municipio de Santa Fe de Antioquia, dejando un Brochure con toda la información clara y específica de los servicios que se prestarán.

Estrategia de ventas.

La empresa presta el servicio de recorridos turísticos en la parte urbana del municipio de Santa Fe de Antioquia, se tendrá un punto de información en el Parque Principal de Santa Fe de Antioquia donde uno de los guías dará información de los servicios que prestará la empresa.

Los servicios se ofrecerán a personas de estratos 2, 3, 4 y 5, grupos de tercera edad; empleados públicos y privados, grupos estudiantiles. Durante el recorrido se le obsequiará a cada persona hidratación con bebidas típicas del municipio.

La empresa estará amparada con un seguro contra accidentes, que puedan ocurrir durante el recorrido a los usuarios.

La empresa prestara un excelente servicio desde la atención en la oficina, hasta llegar a manos de los Guías que son unos expertos en el conocimiento de la historia de los lugares.

Estrategia de precio.

La empresa de guías turísticos se caracterizara por brindar un servicio con calidad humana y los guías serán personas capacitadas en el área.

El recorrido por la zona histórica del municipio de santa fe de Antioquia tendrá un valor de \$25.000 la hora siendo el recorrido con un tiempo de 2 horas.

Se harán descuentos a los Hoteles que tengan los convenios con la empresa, también se darán descuentos a personas o empresas que tengan un historial de compras actualizado.

Canales de distribución.

Como es un servicio, el canal de distribución es directo; donde este se ofrece y en el mismo momento satisface la necesidad al cliente.

Publicidad y promoción.

Para la empresa de operador turístico, la publicidad se hará por medio de la radio, prensa, vallas publicitarias, volantes y pagina web.

Radio: emisoras de Medellín; candela, radio uno, la FM y emisoras universitarias.
Emisora local: ondas del tonusco.

Prensa: periódico el santafereño, crónica municipal.

Vallas: estas serán puestas por la vía que conduce Medellín-santa fe de Antioquia. Donde sus coloridos y la información serán muy llamativos para todas las personas.

Volantes: se manejaran 1.000 volantes donde su distribución será así; en la oficina de turismo, supermercados, personal encargado de la seguridad en las calles y parqueaderos.

Se promocionara el servicio con un gancho; donde el visitante obtendrá beneficio de hospedaje, día del sol, en los hoteles aliados a la empresa.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Recorrido religioso: Este contempla visitas a las iglesias de Jesús Nazareno, Santa Bárbara, Catedral Basílica Metropolitana La Inmaculada Concepción, Nuestra Señora de Chiquinquirá, Seminario Mayor Santo Tomás de Aquino.

Para este recorrido se sugiere que las personas lleven ropa y zapatos cómodos para una mejor atención. El recorrido se iniciará con la visita al templo de Jesús Nazareno, la iglesia de Santa Bárbara, donde se narra la historia de cada una y se tomarán fotografías. Se ingresará al Seminario Mayor Santo Tomás de Aquino, aquí disfrutaran de la arquitectura y la naturaleza que este tiene.

Se sigue el recorrido para conocer la iglesia de Nuestra Señora de Chiquinquirá, la cual tiene una historia nueva para contar.

Por último se llega a la Catedral Basílica Metropolitana La Inmaculada Concepción, donde termina el recorrido.

Recorrido colonial: se contemplan visitas a las casas, calles, y museos entre ellas tenemos Casa del Pistacho, Casa Negra, Casa de la Fundición, Casa de Niño Dios, Casa de Las Ortiz, Casa de los Herrones, Casa de María Centeno, Palacio Arzobispal, Palacio de Gobernadores, Palacio Mon y Velarde, Calle la Amargura, Museo de Arte Religioso Francisco Cristóbal Toro, Museo Juan del Corral.

Este recorrido será de mucho interés aquí caminarás por calles empedradas conocerás las casas más viejas que tiene el municipio, y dos museos hermosos y con mucha historia.

Recorridos ecológicos: se encuentran; Río Tonusco, Casa de las Dos Palmas, túnel de Juan Blanco, Puente de Occidente José María Villa.

Para este recorrido se necesita llevar zapatos cómodos, vestido de baño y ropa deportiva.

El tour iniciará con la visita al puente Occidente, disfrutarás de la adrenalina al pasar el puente para escuchar la historia de este, pasados 45 minutos el recorrido se dirige al corregimiento El Espinal donde está ubicada la Casa de las Dos Palmas y el túnel de Juan Blanco, allí se repartirá un refrigerio y apreciarás un lindo paisaje, zonas verdes y una vista panorámica. Luego se caminará unos 30 minutos para llegar al túnel de Juan Blanco.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

El tamaño total del mercado para la empresa de operador turístico en Santa Fe de Antioquia es de 8.500 personas anuales, La población que se pretende atender son las personas que visitan el Municipio de Santa Fe de Antioquia en calidad de turistas, estas personas son de la ciudad de Medellín y demás ciudades de Colombia; y visitantes extranjeros. Los servicios se ofrecerán a personas de estratos 2, 3, 4 y 5, grupos de tercera edad; empleados públicos y privados, grupos estudiantiles.

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Proporcionar la información necesaria para la creación de la empresa de Guías turísticas en el municipio de Santa Fe de Antioquia para esto es necesario identificar el tipo de turista que visita la región y el precio que el cliente está dispuesto a pagar, además inventariar los lugares turísticos más importantes para visitar y

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

Entrevista con especialistas del sector turístico del municipio de Santa Fe de Antioquia

c) Aplicación de los Medios

Se realizaron algunas entrevistas a diferentes agentes involucrados en esta actividad que permitiera dar una valoración real y coherente con las condiciones propias del territorio, estas personas fueron: Juan Esteban Martínez (Guía Turístico), Francisco Gil (Secretario de Turismo), Gonzalo Hernández (Representante del Centro de Historia), Érica Panesso (corporación Paraíso del Sol).

Se recolectó información secundaria, representada en fuentes estadísticas a nivel nacional y local, así como de agremiaciones en este tipo de actividades, para tener claridad respecto al entorno sectorial.

Las entrevistas fueron realizadas en los diferentes sitios de trabajo de cada persona entrevistada, separando cita con anticipación para si tener un contacto más personal con el especialista,

Las entrevistas fueron realizadas los días 12, 16, 17,18 del mes de junio del año 2009.

d) Resultado del estudio de los consumidores

Población Consumidora

El tipo del consumidor: institucional, consumidor directo. El consumidor turístico ha de ser estudiado en todo su proceso de consumo, desde que surge la necesidad del viaje hasta que, tras disfrutar de sus vacaciones, vuelve a casa y gestiona sus recuerdos de ese viaje. Por supuesto cualquier clasificación tiende a simplificar el objeto clasificado, tratando en ocasiones de alejar cualquier intención de complejidad.

Criterio de compra: forma de pago, calidad del servicio, temporada y garantía. Los consumidores influyentes pueden comprar por un fácil acceso de pago, como lo es la financiación del paquete turístico, esto nos conlleva a que los consumidores se sientan privilegiados y satisfechos con el servicio.

El perfil: empresas y personas naturales. Donde estos tienen unos ingresos asequibles para adquirir el servicio, estas personas lo hacen por llevar una vida tranquila, por salud y anti estrés por haber laborado durante toda una semana. Estas personas manejan una frecuencia de compra los fines de semana, temporada; ya sea en vacaciones, semana santa y fin de año.

Determinación de la Demanda

El tamaño total del mercado para la empresa de operador turístico en Santa Fe de Antioquia es de 5.500 personas anuales, según indicadores del sistema de indicadores de turismo. (SITUR).

Los servicios se ofrecerán a personas de estratos 2, 3, 4 y 5, grupos de tercera edad; empleados públicos y privados, grupos estudiantiles.

Tabla 1

2009	Diciembre: 50 recorridos
2010	Enero: 60 recorridos
Febrero: 30 recorridos	Marzo: 30 recorridos
Abril: 70 recorridos	Mayo: 30 recorridos
Junio: 50 recorridos	Julio: 50 recorridos
Agosto: 30 recorridos	Septiembre: 30 recorridos
Octubre: 30 recorridos	Noviembre: 30 recorridos
Diciembre: 50 recorridos	Total año: 500 recorridos
Total año 2 700	Total año 3 1000
Total año 4 1200	

El turismo es uno de los sectores más dinámicos de la economía, pues genera aproximadamente el 10% del Producto Interno Bruto mundial. Para cerca del 40% de los países, las actividades turísticas son la principal fuente de divisas. Los dólares desembolsados por los visitantes ingresan a las cuentas de la nación como si se tratara de exportación de bienes. Por eso, el turismo es un componente importante de la balanza comercial

Tamaño del segmento del mercado: un 80% de la población entre las instituciones gerontológicas y personas naturales que habitan en la región y las diferentes ciudades antes mencionadas

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Tabla 2

<p>www.paginasamarillas.com</p>	<p>Sitio Web que le permite al emprendedor acceder a la información de negocios, secciones de la actividad del sector, proveedores y contactos empresariales a nivel nacional e internacional.</p>
<p>www.proveedoresinstitucionales.com, www.colombiaexport.com</p>	<p>Unidad de negocios de catálogos especializados, comercializa publicidad en sus portales de Internet y catálogos impresos que reúnen información especializada de 8 sectores económicos en 7 países de Latinoamérica</p>
<p>www.losnegociantes.com, www.dic.com.co</p>	<p>Directorio y centro virtual para la industria colombiana. Aquí encontrará más de 60.000 contactos empresariales para hacer negocios. Esta Web les permite hacer registros y figuración de su empresa en el centro de negocios; además, permite hacer contactos directos, y cotización en línea. Buscador de empresas y oportunidades de negocios.</p>
<p>www.medellinconventionbureau.com www.culturayturismomedellin.com</p>	<p>Página de Internet, que le permite al emprendedor encontrar rutas turísticas, guía de lugares, calendario de eventos, y proveedores de todos los sectores, para las diferentes</p>

	actividades que se quieran hacer en la ciudad.
Dirección : C.C Monterrey carrera 48 # 10-45 local 319-320 Teléfonos: 311 62 40	Casa computo. Aquí encontraras todo lo relacionado en computadores y el mundo cibernético.
Papelería panafargo Dirección: calle 48 # 56-30 pichincha entre facioline y av. Ferrocarril. Medellín Teléfono: 293 18 78	Encuéntrelo todo y para todos en un mismo lugar lo que usted necesita en papelería.
Almacén punto hogar Caribe Dirección: calle 10 plaza principal. Teléfono: Santa fe de Antioquia.	Venta de electrodomésticos, juguetería, artículos para el hogar, productos marca rimax y mucho mas.

Maquinaria y equipo, Muebles y enseres, Implementos – Instrumentos, Equipos de comunicación y Software.

Tabla 3

CONCEPTO	CONCEPTO	CONCEPTO	CONCEPTO
lámpara	Computador	Libro contable	celular
Cafetera Oster	Fax	Resmas de papel	Diadema micrófono
ventiladores	Teléfono	Lapiceros	Software
nevera	Impresora	CDS	
	Video vean	Cosedora	
	Pantalla de proyección	Perforadora	
	calculadora	Carpetas A-Z	
	Sillas ergonómicas	Papel higiénico	
	escritorio	Jabón	
	Sillas Rimax	Traperas	
	Cámara digital	Escoba	
	Video grabadora	Toallas desechables	
		Ambientador liquido	

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Muebles y enseres

Tabla 4.1

concepto	referencia	marca	valor	característica	garantía	descuento
computador	AOA150-1014	acer	850.000	Procesador Intel Celeron (1.466HZ.533MH Z FSB.1 MBLZ cache), capacidad 40GB, memoria 512MB RAM, pantalla LCD 14.1" TFTWXGA, peso 2.4kg, unidad óptica DVD, wireless/modem. Puerto USB 3.	12 meses	0
Cámara digital	NV100HD. referencia interna,026172 03	Samsung	180,17e	Zoom angular 29-145m, m .censor12, 1mg. Impresión de imagen. Enfoque automatico.ajuste de selección.	12 meses	-30%
videograbadora	DCR SR85	Sony	1,085.000	Disco 60GB ,zoom optico25, disco rígido 30GB, lente Carl zeiss, visor LCD táctil 2.7"	12 meses	0
videobeam	ModeloVPL-CX61	Sony	1,529.000	Resolución XGA Para usar en	Certificado por 12	0

				computadores portátiles nuevos TFT, lumenes2500 en color, sonido estéreo separado por 2 canales, salida de video con capacidad de reproducción, display compatible con equipos PC y Marc, varias entradas para conexiones, salida de monitor.	meses	
concepto	referencia	marca	valor	característica	garantía	descuento
Pantalla de proyección	Pared 180x180	La bodeguita	122.000	Alta resolución para espacios que no se pueden oscurecer	12 meses	0
fax	KX-FT901 COLOR GRIS.	Panasonic	180.000	Agenda telefónica 100 números ,tipo de papel térmico, velocidad de modem , 15 segundo por pagina, dimensiones 120x347x270cm		Financiación por 12cuotas

b) Medio a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor

COTIZACION:

Tabla 4.2

computador	AOA150-1014	acer	850.000
Cámara digital	NV100HD.	Samsung	180,17e
videograbadora	DCR SR85	Sony	1,085.000
videobeam	ModeloVPL-CX61	Sony	1,529.000
Pantalla de proyección	Pared 180x180	La bodeguita	122.000
fax	KX-FT901 COLOR gris	Panasonic	180.000

c) Aplicación de la Medio

Los medios utilizados son: página web, visita personal a diferentes locales comerciales antes mencionados.

d) Resultados del estudio de los proveedores

Tabla 4.3

nombre	dirección	p.contacto	producto	precios	f.pago	garantía	Debilidad y fortaleza.
compunet	Calle 10 la chinca	Jaime Holguín	computador	1700000	Cont.	1año	Servicio y puntualida
compunet	Calle 10 la chinca	Jaime Holguín	fax	180.000	Cont.	1año	Servicio y puntualida
Punto hogar	Calle 9 Plaza	Diana coronado	teléfono	90.000	Cont.	3meses	Capacidad económica

Guías Turísticas -Plan de Negocios

	principal						
Fotocopias Colombia	Calle Colombia Medellín	Viviana Rendón	impresora	200.000	Cont.	1año	Gama de producto.
Pag. web	Cc monterrey		Video beam	1529000	Cont.	1año	
La bodeguita	Pag. web		Pantalla de proyección	122.000	Cont.	6meses	Elaboración del producto
Punto hogar	Calle 9 Plaza principal	Diana coronado	calculadora	20.000	Cont.	0	Capacidad económica
Almacén luma	plaza principal	Over Quintero	Cámara digital	2000000	Crédit y cont.	1año	Buena atención, capacidad económica
Almacén luma	Plaza principal	Over Quintero	videograbadora	1085000	Credit	1año	Buena atención, capacidad económica
Ferretería	Calle 10	Jorge	lámpara	70.000	Cont.	1 mes	Variedad

Guías Turísticas -Plan de Negocios

Adán Oquendo	Plaza principal	Oquendo					en la gama de productos
Punto hogar	Calle 9 Plaza principal	Diana coronado	Cafetera Oster	150.000	Cont.	1 mes	Capacidad económica
Ferretería Adán Oquendo	Calle 10 Plaza principal	Calle 10 Plaza principal	ventiladores	150.000	Cont.	6meses	Variedad en la gama de productos
Almacén luma	Plaza principal	Over Quintero	nevera	250.000	credit	1año	Buena atención, capacidad económica
compunet	Calle 10 la chinca	Jaime Holguín	Sillas ergonómicas	60.000	Cont.	6meses	Servicio y puntualida
Punto hogar	Calle 9 Plaza principal	Diana coronado	Sillas rimax	570.000	Cont.	6meses	Servicio y puntualida
compunet	Calle 10 la chinca	Jaime Holguín	escritorios	170.000	Cont.	4meses	Servicio y puntualida
Papelería	Calle 48 pichinch	Lorena	Libro	4.000	Cont.		Calidad en

panafargo	a entre faciolinc y av. Ferrocar ril. Medellín	zuluaga	contable				el servicio
Papelería panafargo	Calle 48 pichinch a entre faciolinc y av. Ferrocar ril. Medellín	Lorena zuluaga	Papel resma	60.000	Cont.		Calidad en el servicio
Papelería panafargo			Lapicero	8.000			
Papelería panafargo			CDS	11.000			
Papelería panafargo			cocedora	3.000			
Papelería panafargo			perforadora	4.000			
Papelería panafargo			Carpetas A-Z	5.000			
Supermerca do tarqui	Calle 9 Plaza principal	Freddy Ángel	Papel higiénico	7.500	Cont.		Autoservic variedad Mejores

							marcas
Supermerca do tarqui	Calle 9 Plaza principal	Freddy Ángel	Jabón, ambientador	10.000	Cont.		Autoservic variedad Mejores marcas
Supermerca do tarqui			trapera	1.500			
Supermerca do tarqui			escoba	2.500			
Supermerca do tarqui			Toallas desechables	7.000			

4.5 El Mercado Competidores

4.5.1 Competidores

En el municipio no hay una empresa estructurada como la que se esta planteando en el proyecto; pero si hay personas que prestan su servicio como guías, el servicio de las moto taxis dentro de su oferte esta el de ofrecer guiansa turísticas por el municipio. Además las empresas de turismo de aventura como los es NATURAANEVTURA, y otras empresas que brinda actividades como lo rafting por el rio cauca, y rio Tonusco, y cabalgatas.

Operadores turísticos en otras ciudades.

- **Chiva tour la quindianita**

Agencia Operadora de Viajes y Turismo ubicada en Armenia - Quindío. Ofrece a todos los visitantes una gran variedad de servicios de la mejor calidad para brindar alegría descanso y tranquilidad a quienes prestan sus servicios. Dirección: Calle 22 No 18-17 Edificio La Cantillana – Armenia.

- **Cielo y tierra tour operadores. Bogota-colombia**

Cielo y Tierra es una agencia de viajes operadora cuyos principales destinos turísticos están en territorio Colombiano, principalmente en el sur y centro de Colombia, con oficinas en Bogotá, Pasto y Otavalo-Ecuador. Dirección: Carrera 15 No 84 - 24 Local 201

- **Odre tours International E. U. Bogotá -Colombia**

Odre tours International es un operador de turismo ubicado en Bogotá. Realiza turismo receptivo para toda Colombia y turismo emisor para Latinoamérica. Ofrece eventos, congresos, ferias, convenciones y paquetes turísticos. Dirección: Calle 68 No. 60-97. Torre 10, Oficina 403.

- **Vía Colombia Travel Services E.U. Bogotá – Colombia**

Contamos con un calificado equipo humano de amplia trayectoria, compuesto por conductores y guías profesionales multilingües, que le proporcionan a nuestros clientes una relación personalizada y dedicada acorde con sus necesidades. Dirección: Calle 72 (Av. Chile) No. 12 -65 Ofic. 405 - Bogotá, Colombia

- **Viajes R & Q Ltda. Bogotá -Colombia**

Empresa especializada en turismo, eventos, centros turísticos, organización de tours y actividades turísticas a nivel nacional. Los mejores servicios, la infraestructura de los centros de turismo hacen una empresa reconocida, ubicada en Santa Bárbara. Dirección: Calle 83 a No 114-99 int 151- Bogotá

- Mi Tolima para el mundo, agencia de viajes y turismo. Medellín (Ibagué Tolima)
Dirección, cl. 39 n°4h-05 avenida ferrocarril.
- Lugares y destinos s.a, agencia de viajes. Medellín Antioquia.
Dirección: Cl 32 EE No 76-57
- Travel, agencia de viajes. Medellín.
Dirección: Cl 10 No 42-45 Of 422 el poblado.

- Ba-caciones, Agencias de viajes, Medellín, Antioquia.
Dirección: Cl 36 D S 27 D-166 Of 162
- Excursiones sol y luna, Agencias de viajes, Medellín, Antioquia.
Dirección: car 81 B 54 A-43 Of 215

- Abordo viajes y turismo, agencia de viajes, Medellín Antioquia.
Dirección av74b n°39b 84 laureles.

- Aerocanan tours Ltda. Agencia de viajes, Medellín Antioquia
Dirección cr65F 4-69 hangar 1-D

- Aerorepublica, agencia de viajes, Ibagué Tolima.
Dirección cr 4 n°9-15 L-101 edificio torre del cen tenario.

- Agencia al mar, agencia de viajes, Medellín Antioquia.
Dirección car 74 n°49-25

- Agencia casa de viajes, agencia de viajes, Medellín Antioquia.
Dirección car 43 n°33-57B of 220

- Agencia de excursiones circuito turístico, Medellín Antioquia.
Dirección cr51 51-47L -3311

- Agencia de turismo escarcha viajes y turismo Ltda., Medellín Antioquia.
Dirección cl. 48D 66-57 of 203
- Agencia de viajes Gómez tour Ltda. Medellín Antioquia.
Dirección cr42 n°53-63
- Agencia de viajes arena p. tropical, Itagüí Antioquia
Dirección car 50-28 L -323
- Agencia de viajes comfenalco Antioquia, Medellín Antioquia.
Dirección cr50 53-43
- Agencia de viajes cotrafa social, bello Antioquia.
Dirección cl. 46 49- 146
- Agencia de viajes ecoturismo Miramar, Medellín Antioquia.
Dirección cl. 48E 93-29 AP 102
- Agencia de viajes excursiones terramar, sabaneta Antioquia.
Dirección cl. 68 S 43 C-16
- Agencia de viajes hipertours, Medellín Antioquia.
Dirección car 47 n°50-24 of 102
- Agencia de viajes la gran excursión, envigado Antioquia.
Dirección cl. 36ª sur n°46 A-81L-209 Ccial metro s ur
- Agencia de viajes milenium travel, Medellín Antioquia.
Dirección cr43 A n°8-63 Ls-6 y 7 multcentro aliado s parque el poblado
- Agencia de viajes operadora scape vacations, Pereira, Risaralda.

Dirección cl. 20 n°4-57 L2

- Agencia de viajes orienturismo, la ceja, Antioquia.

Dirección cr20 18-78

- Agencia de viajes over rutas s.a, Medellín Antioquia.

Dirección cr 50A n°53-14

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

Las barreras de entrada y salida influyen sobre el nivel de competencia de un mercado, ya que según sea su intensidad, se ve afectado el atractivo de éste. Consecuentemente con lo anterior, si en un mercado existen barreras de entrada bajas, existirán muchos emprendedores que deseen incursionarse en la actividad, lo que puede afectar negativamente el desarrollo de la misma. En el caso de las empresas que desarrollan actividades de operadores de turismo receptivo, se observa que existen barreras de entrada altas. Aunque la inversión requerida en términos monetarios para el inicio de la actividad no es muy significativa, es indispensable poseer un amplio conocimiento del sector y sobre su funcionamiento. Esta comprensión ha de abarcar conocimientos en temas específicos relacionados con el turismo, como por ejemplo: planeación y elaboración de rutas turísticas, reconocimiento y aplicación de la norma que cobija la actividad, geografía de la región, estrategias de comercialización de productos y servicios, investigación de rutas y lugares atractivos de interés turístico, idiomas, etc. Las barreras de salida del mercado se consideran bajas, y ello en buena parte, gracias a que en la ciudad existen una serie de empresas y personas que adquieren equipos de segunda mano, con lo cual se consigue minimizar los costos al momento de abandonar la actividad. Aunque como es obvio, debemos aclarar que la utilidad por venta de los equipos dependerá directamente del estado de utilización y del deterioro de los mismos. Si el emprendedor adquirió un préstamo para la puesta en marcha de la empresa y al momento del cierre no lo ha cancelado, esto también supondrá una barrera de salida.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

- **Chiva Tour La Quindianita**

Tarifas

Para grupos (por persona) desde:

- Balsaje por el río La Vieja. \$ 100.000
- Los Termales de Santa Rosa. \$ 84.000

- Parque Nacional de la Cultura Cafetera \$ 87.000
- Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria **PANACA** \$ 103.000
- Mariposario y jardín botánico de Calarcá \$ 48.000
- Valle de Cocora Salento \$ 57.000
- Granja de Mama Lulu \$ 49.000
- Centro Bambú Guadua \$ 63.000

Otros Tours

- Turismo Aventura
- Visita a parques temáticos
- Transporte
- Alojamientos rurales
- Chivas Rumberas

Cielo y Tierra Touroperadores Bogotá, Cundinamarca – Colombia

Nariño de Ensueño

Duración: 4 días /3 noches

Sitios a visitar:

City tour en Pasto

Santuario de Las Lajas,

Laguna La Cocha

Carnaval de Negros y Blancos en Pasto 2009

Duración: 5 días 4 noches

En el que podrá disfrutar de los días que comprende el carnaval en Pasto.

Bogotá Plan Capital

Duración: 4 días / 3 noches

Sitios a visitar:

Visita a Monserrate

Tour a Zipaquirá

Maloka y otros sitios turísticos.

. Odre tours International E. U. Bogotá, Cundinamarca - Colombia

Detalle

Somos especialistas en el diseño y la operación de los mejores circuitos turísticos en Colombia. EcoTurismo, EtnoTurismo y Turismo de Aventura. Parques Nacionales Naturales. Tours a la Alta Guajira; Santa Marta, Ciudad Perdida, Tairona, Rioacha, Cabo de la Vela, Cartagena, Tolu, Coveñas, Medellín,

Capurgana, Bucaramanga, Valledupar. Operamos los más sofisticados eventos como: Festivales Internacionales de Quinceañeras, Solteras y mucho más.

Circuitos, Expediciones

En Colombia, para turistas nacionales:

- 1.- La Alta Guajira y Santa Marta: EXPEDICIÓN COLOMBIA No.1.
- 2.- Ciudad Perdida - Santa Marta: EXPEDICIÓN COLOMBIA No.2.
- 3.- Bogotá - Medellín - Capurgana - Panama: EXPEDICIÓN COLOMBIA No:3.
- 4.- Cartagena - Santa Marta - La Guajira: EXPEDICIÓN COLOMBIA No.4.
- 5.- Medellín, Cartagena, Santa Marta y La Guajira: EXPEDICIÓN COLOMBIA No. 5
- 6.- Plan para Quinceañeras combinado así: Medellín;Cartagena;Santa Marta; Guajira;Valledupar
- 7.- Festival Internacional de Solteras & Solteros CARTAGENA DE INDIAS. Diciembre de 2008.
- 8.- Festival Internacional de Lesbigan: CARTAGENA DE INDIAS. Enero/2009

- **Vía Colombia Travel Services E.U.**

Detalle

Una empresa que se destaca por ofrecer una extensa y completa variedad de servicios hechos a su medida para que pueda tener la mejor experiencia al disfrutar de la ciudad. Hemos diseñado diferentes actividades aptas para todos los gustos y edades: desde recorridos turísticos cargados de historia y cultura hasta actividades exóticas y de aventura extrema.

Planes Activos

- Paracaidismo, Parapente, Ala Delta
- Rafting, Kayaking
- Cañonismo, Torrentismo
- Canopy, Escalada en Roca, Espeleología
- Caminatas, Trekking
- Ciclomontañismo
- Cabalgata
- Paintball
- Carrera de Karts, Golf
- De Bar en Bar De fiesta en Chiva
- Vuelo en Helicoptero Noche de Salsa, Lo mejor de la noche

Paquetes

Día Extremo:165.000\$

- Tres días y dos noches en Villa de Leyva: 480.000

Recorridos Turísticos

Gran City Tour, Recorrido Histórico, Bogotá de Noche

- Bogotá Antigua, Bogotá Religiosa, Bogotá Científica
- Bogotá Romántica, Bogotá Fantasmagórica, Panorama en Tren Clásico
- Pedaleando Bogotá, Ciudad Cultural
- Tour a los Parques de Diversiones, De Compras por Bogotá
- Catedral de Sal de Zipaquirá, Leyenda de El Dorado, Guatavita
- Experiencia Cafetera, Tour de un día a Villa de Leyva, Tour en Conexión

• Viajes R & Q Ltda. Bogotá, Cundinamarca – Colombia

Detalle

Viajes R & Q ofrece diferentes planes al turista, entre ellos románticos, de aventura como cabalgatas, parapente, buceo, caminatas, y otros planes recreativos. Todos ellos brindan asesoría de guías expertos. Le guiará para que tenga experiencias inolvidables y relajarse.

Planes

Ofrece diferentes planes como:

-**Plan Escapados** \$ 285.000 Pareja: es un maravilloso plan de pareja en el hotel la Esperanza, en la población de Suesca (Cundinamarca) dos días una noche, habitación decorada con pétalos de rosa, en un ambiente romántico.

- **Cabalgatas nocturnas**\$ 60.000 por persona: se realizan recorridos de acuerdo al grupo guiados por chalanos expertos.

- **Canotaje** \$ 80.000 por persona: una experiencia inolvidable, guiado por kayacs expertos.

Tours

Chiviando con R & Q

- Viva el Tren

- Viva Molienda
- Tour por el Tequendama
- Boyacá turístico y cultural
- Tour Sabanero
- San Agustín
- Tous Salinero
- Salidas Pedagógicas

Eventos

EVENTOS SOCIALES: Matrimonios, cumpleaños, primeras comuniones, bautizos, despedidas, lanzamiento de productos, en restaurantes, centros turísticos, fincas y salones para eventos.

DESPEDIDAS DE FIN DE AÑO: en centros recreativos, fincas privadas o restaurantes campestres con diferentes servicios.

PROGRAMAS: programas de conocimiento experimental y vivencial, en el idioma inglés, con guías bilingües y actividades según el nivel del grupo.

c) Aplicación de la Medios

Estos medios fueron extraídos de internet, donde aparecen empresas de operadores turísticos existentes en Colombia mostrando toda su información.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Tabla 5

Nombre	Dirección	Contacto	Producto	Precio	F.pago	Garantía	Debilidad y fortaleza.
Chiva Tour La Quindianita	Calle 22 No 18-17 Edificio La Cantillana Armenia.	interne	Servicios de Paquete turístico	\$ 100.000	contado		
			Balsaje por el río La Vieja.	\$ 84.000			
			Los Termales de Santa Rosa. o	\$ 87.000			
			Parque Nacional de la Cultura	\$ 103.000			
			parque panaca	\$ 48.000			
			- Mariposa rio y jardín botánico de Calarcá \$ 48.000	\$ 57.000			
			-Valle de Cócora Salento				
			- Granja de	\$49.000			

Guías Turísticos -Plan de Negocios

			Mama Lulú - Centro Bambú Guadua 63.000	\$63.000			
Cielo y tierra tour operadores	Dirección: Carrera 15 No 84 - 24 Local 201	internet	Planes turísticos		Cont.		
Vía Colombia Travel Services E.U	Dirección: Calle 72 (Av. Chile) No. 12 -65 Ofic. 405 - Bogotá, Colombia	internet	Paracaidismo, Parapente, Ala Delta - Rafting, Kayaking - Cañonismo, Torrentismo - Canopy, Escalada en Roca, Espeleología - Caminatas, Trekking -Ciclo montañismo - Cabalgata - Paintball - Carrera de Karts, Golf	\$165.000	Cont.		

<p>Vía Colombia Travel Services E.U</p>			<p>- De Bar en Bar De fiesta en Chiva - Vuelo en Helicóptero Noche de Salsa, Lo mejor de la noche.</p> <p>Recorridos Turísticos</p> <p>Gran City Tour, Recorrido Histórico, Bogotá de Noche - Bogotá Antigua, Bogotá Religiosa, Bogotá Científica - Bogotá Romántica, Bogotá Fantasmagórica, Panorama en Tren Clásico - Pedaleando Bogotá, Ciudad Cultural - Tour a los</p>	<p>\$480.000</p>			
---------------------------------------------------------	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------	--	--	--

			<p>Parques de Diversiones, De Compras por Bogotá</p> <p>- Catedral de Sal de Zipaquirá, Leyenda de El Dorado, Guatavita</p> <p>- Experiencia Cafetera, Tour de un día a Villa de Leyva, Tour en Conexión</p>				
Viajes R & Q Ltda	Dirección: Calle 83 a No 114-99 int 151- Bogotá	internet	<p>-Plan Escapados,</p> <p>Cabalgatas canotaje</p>	<p>\$ 285.000 Pareja</p> <p>\$60.000</p> <p>\$80.000</p>			

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

La empresa de operador turístico colonial tour, para realizar su distribución no contara con terceros ni mixta. Esta se hará directamente

4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

No aplica

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor

No aplica

c) Aplicación de la Medios

No aplica

d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

No aplica

4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

a) Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto

A través de un punto de venta, la oficina estará situada en el marco de la plaza principal; allí estaremos disponibles para servir.

b) Fuerza de ventas

Directa: en la que no existen intermediarios. El problema principal de esta modalidad es el elevado coste que supone generar uno mismo su propia vía de comercialización, y asumir los gastos de las acciones de promoción y marketing de la empresa. Entre las empresas es frecuente realizar una comercialización directa, y en especial a través de la vía telefónica, para lo que emplean dos tipos de estrategias:

La llamada tradicional: se llama al cliente objetivo para ofrecerle los productos y servicios de la empresa, y si no se muestra interesado, se desiste y se vuelve a intentar con un nuevo contacto.

Llamada inteligente: se llama al cliente objetivo para ofrecerle los productos y servicios de la empresa e interesarse por sus expectativas de viaje, esto es, para conocer cuales son motivaciones principales, recogiendo así información adicional que nos permita posteriormente, ofrecerle un producto más acorde con sus requerimientos.

Internet (página Web y portales especializados) y la publicación en revistas especializadas, son otro recurso que se emplea habitualmente entre las empresas como medio de comercialización directa. Con ello se da la oportunidad de que público compare entre ofertas y servicios que se ofrecen en el mercado y de que realicen búsquedas personalizadas, acordes a sus necesidades. Tener una página Web en la que los visitantes puedan consultar los servicios y productos turísticos que ofrece su empresa es un elemento que da una mayor seguridad y confianza, ya que además de poder consultar precios, se puede visualizar su ubicación geográfica. A su vez, la empresa puede hacer un seguimiento periódico de las visitas y entradas que se hacen a su página, y esto puede proporcionarle información interesante.

4.6.4 Manejo de inventarios

No aplica

4.6.5 Comunicación

Recorridos turísticos por zonas históricas

Recorrido religioso: este contempla visitas a las iglesias de Jesús Nazareno, Santa Bárbara, Catedral Basílica Metropolitana La Inmaculada Concepción, Nuestra Señora de Chiquinquirá, Seminario Mayor Santo Tomás de Aquino

Recorrido colonial: se contemplan visitas a las casas, calles, y museos entre ellas tenemos Casa del Pistacho, Casa Negra, Casa de la Fundición, Casa de Niño Dios, Casa de Las Ortiz, Casa de los Herrones, Casa de María Centeno, Palacio Arzobispal, Palacio de Gobernadores, Calle la Amargura, Museo de Arte Religioso Francisco Cristóbal Toro, Museo Juan del Corral

Recorridos ecológicos: en los que se encuentran, Casa de las Dos Palmas, Puente de Occidente José María Villa y túnel de Juan Blanco.

4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

Colonial tour contará con muy buena publicidad en los medios de; la radio (emisora local), vallas publicitarias en la vía. (Medellín - Santa Fe de Antioquia), apoyo de eventos culturales realizados en el municipio.

Campañas publicitarias: el lanzamiento de esta campaña publicitaria se realizará en toda la región y tiene como finalidad informar a las personas, viajeros, clientes.

Que llevar a cabo turismo en santa fe de Antioquia les hará sentir placer en todos sus sentidos.

La campaña esta destinada a la población en general. Los medios que se utilizaran para la comunicación de la región serán gráficos esencialmente, y en diversos formatos como revistas, afiches en la vía publica, volantes.

Eventos promocionales: colonial tour teda el mejor turismo en santa fe de Antioquia, te lleva a conocer la parte urbana del municipio.

En la zona urbana pasaras a conocer; casas viejas, iglesias, parques, museos, calles coloniales. Colonial Tour tu mejor punto de partida.

Eventos públicos: para la empresa colonial tour el correcto aprovechamiento de sus recorridos turísticos es más que para cualquier otro tipo de empresa, de vital importancia, ya que sus recorridos son el producto mismo.

Para que la función de las relaciones publicas cumplan el objetivo, colonial tour coordinara y cooperara en las actividades cívicas, culturales y sociales de los residentes de la región.

4.7 Precios de los Productos

4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Calidad del servicio: la empresa se destacara por a ofrecer un servicio de buena calidad, servicios ofrecidos por personal experto en el tema de guiansas turísticas.

Competencia: Al tener el turista múltiples alternativas para visitar tanto a nivel nacional y departamental se ofrecerá el municipio como una buena alternativa para conocer.

Valor agregado: una forma diferente de conocer el municipio.

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Tabla 6

Servicio	Precio por hora
Recorrido religioso	20.000
Recorrido histórico	20.000
Recorrido ecológico	25.000

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Tabla 7

Servicio	Precio por hora
Recorrido religioso 2 horas	30.000
Recorrido histórico 2 horas	35.000
Recorrido ecológico 4 horas	40.000

4.7.4 Política de Precios

La empresa de guías turísticos se caracterizara por brindar un servicio con calidad humana y los guías serán personas capacitadas en el área.

Los recorridos se distribuirán de la siguiente manera:

Se harán descuentos a los Hoteles que tengan los convenios con la empresa, también se darán descuentos a personas o empresas que tengan un historial de compras actualizado.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Tabla 8

Gastos	Cantidades	V/unitario	V/total
Transporte	7.040	10.000	70,400.000

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos: la competencia de las empresas que se encuentran a nivel departamental y nacional, ofreciendo sus servicios hacia otros lugares del país; y así mismo el ofrecimiento de servicios turísticos a la región del occidente.

Oportunidades: al ser santa fe de Antioquia un atractivo turístico, conocido nacional e internacionalmente, fortalece el desarrollo socio-económico del municipio y por tanto se da la oportunidad de crear empresas que visionan un mayor desarrollo en el sector turístico.

4.10 Plan de ventas

Tabla 9

RECORRIDO RELIGIOSO	1	2	3	4	5	6
CANTIDAD	200	150	200	150	150	200
PRECIO X HORA	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
TOTAL	6.000.000	4.500.000	6.000.000	4.500.000	4.500.000	6.000.000

MES						TOTAL
7	8	9	10	11	12	
200	150	150	150	190	300	2190
30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	
6.000.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	5.700.000	9.000.000	35700000

Tabla 9.1

RECORRIDO HISTORICO	1	2	3	4	5	6
CANTIDAD	200	200	200	200	200	200
PRECIO X HORA	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000
TOTAL	7.000.000	7.000.000	8.750.000	7.000.000	7.000.000	8.750.000

7	8	9	10	11	12	TOTAL
200	200	200	200	150	250	2.500
35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	
7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	5.250.000	8.750.000	87.500.000

Tabla 9.2

RECORRIDO ECOLOGICO	1	2	3	4	5	6
CANTIDAD	200	150	150	200	200	200
PRECIO X HORA	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
TOTAL	8.000.000	6.000.000	6.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000

7	8	9	10	11	12	TOTAL
200	200	200	200	200	250	2.350
40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	
8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	10.000.000	94.000.000

ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

No aplica

5.2 Descripción del proceso de producción

No aplica

5.3 Capacidad de producción

La capacidad de producción de la empresa será la siguiente:

Capacidad diseñada: 850 recorridos en el mes

Capacidad instalada: 700 recorridos en el mes

Capacidad utilizada: 600 recorridos en el mes

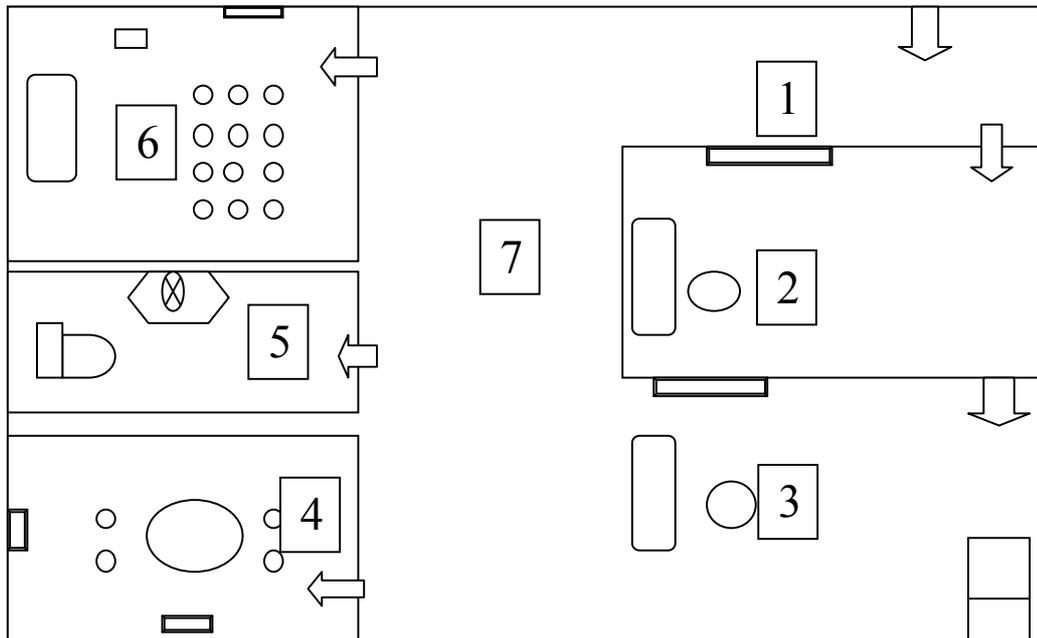
5.4 Plan de Producción

Tabla 10

	AÑO				
RECORRIDO RELIGIOSO	1	2	3	4	5
CANTIDAD	2.190	2.409	2.650	2.915	3.206
	AÑO				
RECORRIDO HISTORICO	1	2	3	4	5
CANTIDAD	2.500	2.750	3.025	3.328	3.660
	AÑO				
RECORRIDO ECOLOGICO	1	2	3	4	5
CANTIDAD	2.350	2.585	2.844	3.128	3.441

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones



1. Recepción
2. Secretaria
3. Gerente
4. Cafetería
5. Baños

- 6. Salon de proyecciones
- 7. Corredor

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

No aplica

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

No aplica

5.5.4 Requerimientos de servicios.

No aplica

5.5.5 Requerimientos de personal.

Tabla 11

Nombre del cargo	Cantidad de personas en el cargo	Tres
Guía turístico	Reporta a: Gerente	
<p>Funciones generales: El guía es el responsable de la coordinación, recepción asistencia, conducción, información y animación de los turistas tanto nacionales como extranjeros.</p> <p>Funciones específicas: Recibe las instrucciones de la empresa operadora sobre el grupo de turistas a conducir o a la actividad a realizar que incluye: número del vuelo o las especificaciones del barco, día y hora de llegada, tipo de tour, órdenes de servicios, presupuesto para gastos del tour y pases a instalaciones restringidas.</p> <p>Supervisar la unidad de transporte a utilizar.</p> <p>Elabora informe al finalizar los itinerarios.</p> <p>Acompaña a los turistas en sus compras, paseos, visitas, espectáculos y diversiones.</p> <p>Controla periódicamente el grupo de turistas que está bajo su responsabilidad.</p>		

<p>Toma decisiones en situaciones especiales que afectan al turista.</p> <p>Coordina los servicios que se le prestan al turista durante los recorridos.</p> <p>Asiste al turista en los primeros auxilios y coordina su ingreso a los centros hospitalarios.</p> <p>Distribuye el tiempo entre los diferentes puntos del itinerario</p>	
Formación:	TECNICO, TECNOLOGO, PROFESIONAL
Destrezas y habilidades Administración De Empresa Turísticas, mercadeo y ventas	
Experiencia: un año de experiencia en el sector turístico	
Conocimientos específicos: El personal que labore en la empresa debe tener conocimientos a cerca de los diferentes programas que son implementado en el sector, conocer bien la terminología empleada, tener capacidad de negociación con los proveedores, conocer el entorno geográfico del territorio, dotes comunicativas y de atención al cliente, capacidad organizativa y de planificación para la elaboración de paquetes turísticos, cualidades comerciales, y en la medida de lo posible, dominar un segundo idioma.	

5.6 Programa de producción

No aplica

6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

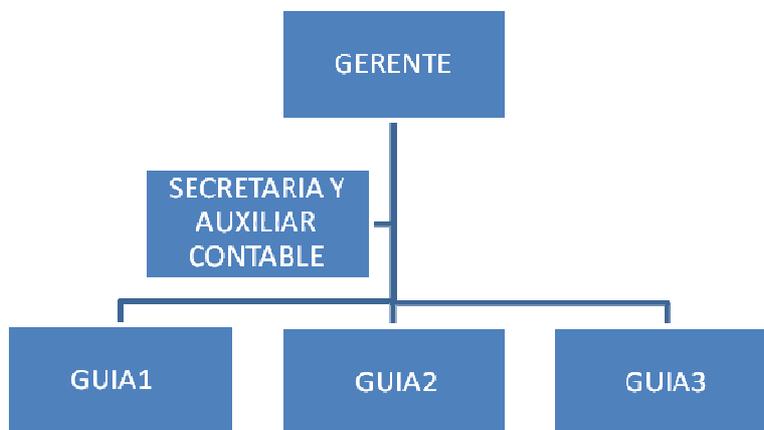
No aplica

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

No aplica

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



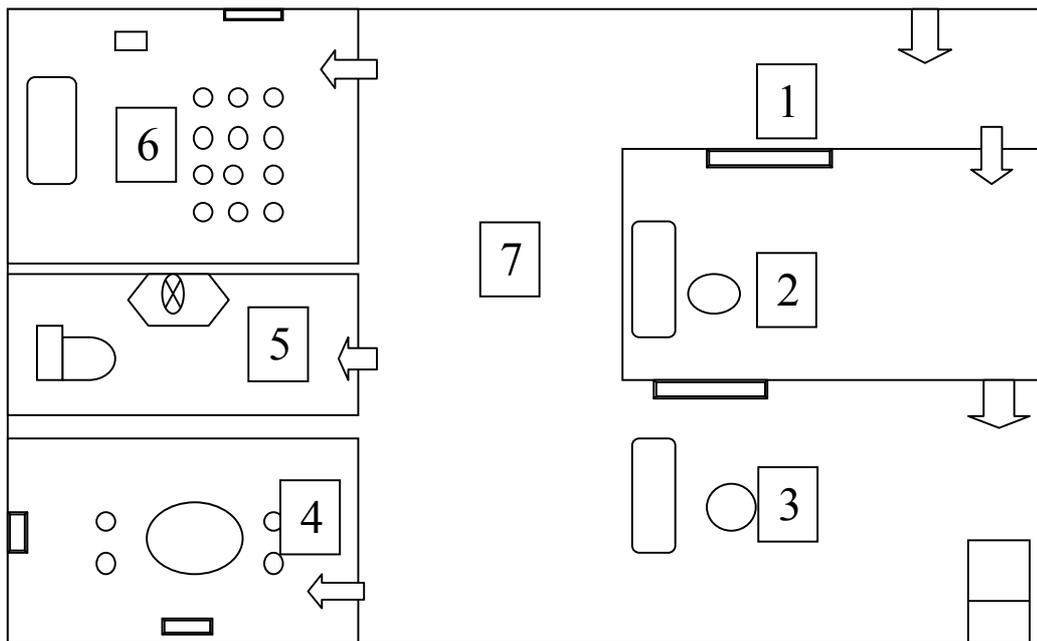
6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Manual de funciones Gerente

- 1 Capacitación de clientes potenciales, donde ellos tengan conocimientos de la empresa y el servicio que se presta. .
- 2 Fiscalizar el manejo de las entradas y salidas del dinero que la empresa maneja.
- 3 Gestionar para que los equipos de cómputo estén a la par con la tecnología.
4. prestar atención de la importancia que tienen los usuarios para la empresa (revisar sugerencias, quejas y reclamos.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones



- 8. Recepcion
- 9. Secretaria
- 10. Gerente
- 11. Cafeteria
- 12. Baños
- 13. Salon de proyecciones
- 14. Corredor

Adecuaciones: redes eléctricas e iluminación

- Redes eléctrica; se necesitan para la conectar los computador, impresora, internet,
- Iluminación; se necesitan instalar 8 lámparas. (Baño, sala de proyección (2), sala de Brey, recepción, gerencia y pasillo (2).

Costos: lámparas \$70.000c/u. Total lámparas \$560.000, Mano de obra \$20.000.

Costo mano de obra de redes eléctricas \$75.000.

Total costos \$ 655.000

Área del local:

Local arrendado \$

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Tabla 12

concepto	cantidad	precio	proveedor
computador	2	1,700.000	
fax	1	180.000	
teléfono	1	90.000	Punto hogar
impresora	1	20.000	
Video beam	1	1,529.000	
Pantalla de proyección	1	122.000	La bodeguita
calculadora	1	20.000	Punto hogar
Cámara digital	2	2.000.000	Almacen luma
videograbadora	2	1,085.000	Casa sony
lámpara	8	560.000	Ferretería oquendo
Cafetera Oster	1	150.000	Punto hogar
ventiladores	4	600.000	Ferretería oquendo
nevera	1	250.000	Almacen luma
Sillas ergonómicas	2	120.000	compunet

Sillas rimax	30	570.000	Punto hogar
escritorios	2	340.000	compunet
Libro contable	2	8.000	panafargo
Papel resma	10pqt	60.000	panafargo
Lapicero	1caja	8.000	panafargo
CDS	1torre	11.000	panafargo
cocedora	2	6.000	Panafargo
perforadora	2	8.000	Panafargo
Carpetas A-Z	5	25.000	Panafargo
Papel higiénico	1pqt x4	7.500	Supermercado tarqui
Jabón	1pqt x4	4.000	Supermercado tarqui
trapera	2	3.000	Supermercado tarqui
escoba	1	2.500	Supermercado tarqui
Toallas desechables	1rollo	7.000	Supermercado tarqui
ambientador	1fco 5.000cm3	6.000	Supermercado tarqui

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Tabla 13

Libro contable	2	8.000	panafargo
Papel resma	10pqt	60.000	panafargo
Lapicero	1caja	8.000	panafargo
CDS	1torre	11.000	panafargo
cocedora	2	6.000	Panafargo
perforadora	2	8.000	Panafargo
Carpetas A-Z	5	25.000	Panafargo
Papel higiénico	1pqt x4	7.500	Supermercado tarqui
Jabón	1pqt x4	4.000	Supermercado tarqui
tropera	2	3.000	Supermercado tarqui
escoba	1	2.500	Supermercado tarqui
Toallas desechables	1rollo	7.000	Supermercado tarqui
ambientador	1fco 5.000cm3	6.000	Supermercado tarqui

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Tabla 14

Servicio	Proveedor	Valor
Agua	Conhidra s.a	20.000
Luz	Epm	20.000
Teléfono e internet	Une telecomunicaciones	70.000

6.3.5 Requerimientos de personal

Tabla 15

Nombre del cargo	Cantidad de personas en el cargo	Uno
Gerente	Reporta a: Junta de socios	
<p>Funciones generales: Encargado de la administración general de la empresa, programa y controla todas las actividades que la empresa desarrolla.</p> <p>Funciones específicas: La negociación con los proveedores y clientes, La elaboración y diseño de los productos o paquetes turísticos que se comercialicen en la empresa.</p> <p>Captación de nuevos clientes</p> <p>Contratación de personal</p> <p>Manejo de nóminas</p> <p>Facturación</p> <p>Compra de equipos de trabajo</p> <p>Atención al cliente</p>		
Formación:	TECNICO, TECNOLOGO, PROFESIONAL	
<p>Destrezas y habilidades</p> <p>Administración De Empresa Turísticas, mercadeo y ventas</p>		
<p>Experiencia: un año de experiencia en el sector turístico</p>		
<p>Conocimientos específicos:</p> <p>El personal que labore en la empresa debe tener conocimientos a cerca de los diferentes programas que san implementado en el sector, conocer bien la terminología empleada, tener capacidad de negociación con los proveedores, conocer el entorno geográfico del territorio, dotes comunicativas y de atención al cliente, capacidad organizativa y de planificación para la elaboración de paquetes turísticos, cualidades comerciales, y en la medida de lo posible, dominar un segundo idioma.</p>		

Nombre del cargo	Cantidad de personas en el cargo	uno
Secretaria y auxiliar contable	Reporta a: Gerente	
<p>Funciones generales: Digital y redactar oficios, memorandos, informas, así como también lo tratado en reuniones y conferencias dadas por el Gerente.</p> <p>Funciones específicas: Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes.</p> <p>Atender al público para dar información y concertar entrevistas, responder por los documentaos a su cargo.</p> <p>Participar activamente en la organización de eventos, reuniones y programas sociales relacionados con su cargo, para el mejoramiento de su actividad y ejecución del trabajo.</p> <p>Mantener actualizada la cartelera de las instalaciones administrativas, mediante publicaciones de memorandos, circulares o cualquier comunicación que se desee hacer conocer por este medio.</p> <p>Recopilar y procesar la información originada en Producción para la obtención de los datos estadísticos.</p> <p>Verificación, grabación e impresión diaria de la plantilla de ingresos, comprobantes de egreso y notas de contabilidad.</p> <p>Archivar diariamente la documentación contable.</p> <p>Llevar manualmente el libro de bancos, retención den la fuente y libro de personal.</p> <p>Entregar cheques pro cancelación de cuentas, previa identificación y firma de comprobantes de recibo por parte del acreedor.</p> <p>Entregar al Gerente los cheques que éste debe firmar, adjuntando comprobantes, facturas y orden de compra correspondientes, previo visto bueno.</p> <p>Las demás funciones relacionadas con el cargo, que por disposición legal, emergencia económica o necesidades del servicio sea necesario asignarle.</p>		

Formación:	Título de Secretaria Ejecutiva egresada del SENA, Nivel de inglés intermedio
Destrezas y habilidades	
Excelente calidad humana y trato interpersonal	
Experiencia: Dos (2) años de experiencia en cargos similares.	
Conocimientos específicos:	
El personal que labore en la empresa debe tener conocimientos a cerca de los diferentes programas que san implementado en el sector, conocer bien la terminología empleada, tener capacidad de negociación con los proveedores, conocer el entorno geográfico del territorio, dotes comunicativas y de atención al cliente, capacidad organizativa y de planificación para la elaboración de paquetes turísticos, cualidades comerciales, y en la medida de lo posible, dominar un segundo idioma.	

6.4 Programa de administración
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN

- 1 Antes de comenzar a operar se requiere:
- 2 Registrar la empresa de forma legal
- 3 .Contratación del personal.
- 4 Elegir y negociar con los proveedores.

Tabla 16

Actividades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
· Registrar la empresa de forma legal													
· La adecuación del lugar													
· Compra de equipos muebles y enseres													
·Contratación del personal.													

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

Razón social: unipersonal

Misión: prestar servicios de guianza turística en el municipio de Santa Fe de Antioquia, por las zonas históricas más importantes del municipio; y de esta manera ofrecer al turista una mejor opción de conocer nuestra región.

Visión: ser en el año 2015 una empresa fortalecida, reconocida a nivel nacional en el área turística.

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Pasos para legalización de la empresa

- Consulta del nombre de la empresa (en la página web de la cámara de comercio).
- Escritura Pública (en notaría).

El nombre y domicilio de las personas que intervienen como otorgantes. En las personas naturales deberá indicarse la nacionalidad y documentos de identidad.

- La clase o tipo de sociedad: Unipersonal
- Domicilio de la sociedad: parque principal
- Objeto social:
- Capital social (según préstamo bancario)
- La época y la forma de convocar y sustituir la asamblea o junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias, y la manera de deliberar y tomar los acuerdos en los asuntos de su competencia.
- Fechas en las que deben hacerse inventarios y balances generales, y la forma de distribuirse utilidades, y las reservas que deben hacerse.
- Duración precisa de la sociedad y las causales de disolución anticipada de

la misma.

- La forma de hacer la liquidación una vez disuelta la sociedad.
- Demás pactos estipulados por los asociados para regular la relación a que da origen el contrato.

En las empresas unipersonales la responsabilidad queda limitada al monto del acervo asignado a la empresa

- Diligenciar el RUT (registro único tributario), ante la DIAN para nuevos

Comerciantes (en la pagina Web de la DIAN) para luego obtener el NIT.

- REGISTRO MERCANTIL \$ 430.900
- INDUSTRIA Y COMERCIO \$25.000
- **MARCAS** (tiene un costo aproximado de \$500.000 pesos por marca a registrar)

8 ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Tabla 17.1

NOMRE	FECHA	VALOR APORTE
JUAN CAMILO OQUENDO	12DE DICIEMBRE/2009	\$6.648.773
JEYDI ALCARAZ	12DE DICIEMBRE/2009	\$6.648.773
ROBINSON SANCHEZ	12DE DICIEMBRE/2009	\$6.648.773
VALOR TOTAL APORTE		\$19.446.320

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

Tabla 17.2

TASA INTERES	ENTIDAD	MONTO TOTAL	DESTINACION	FECHA DESEMBOLSO
12%	BANCOLOMBIA	\$30.000	EMP.TURISMO	12 DICIEMBRE

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

Tabla 17.3

Año	2010	2011	2012	2013	2014
RECORRIDO RELIGIOSO	65.700.000	68.985.000	72.434.250	76.055.963	79.858.761
RECORRIDO HISTORICO	87.500.000	91.875.000	96.468.750	101.292.188	106.356.797
RECORRIDO ECOLOGICO	94.000.000	98.700.000	103.635.000	108.816.750	114.257.588

8.2.1.2 Otros Ingresos

No aplica

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Tabla 18.1

MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA	
FAX	180.000
TELEFONO	90.000
VIDEO VEAN	1.500.000
PANTALLA DE PROYECCION	250.000
CALCULADORA	20.000
SILLAS ERGONOMINCAS	800.000
ESCRITORIO	170.000
SILLAS RIMAX	190.000
CAMARA DIGITAL	700.000
VIDEO GRABADORA	900.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	
LAMPARA	70.000
CAFETERA OSTER	400.000
VENTILADORES	200.000
NEVERA	500.000
EDIFICACIONES	
ADECUACIONES	655.000
EQUIPO DE COMPUTO	
COMPUTADOR	2.500.000
IMPRESORA	500.000
SOFTWARE	
LICENCIA	300.000
TOTALE	9.925.000

8.2.2.2 Costos

Tabla 18.2

	2010	2011	2012	2013	2014
Costos variables	176.050.000	184.852.500	194.095.125	203.799.881	213.989.875
Costos fijos	360.000	378.000	396.900	416.745	437.582
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO	360.000	378.000	396.900	416.745	437.582
TOTAL COSTOS	176.410.000	185.230.500	194.492.025	204.216.626	214.427.458

8.2.2.3 Gastos

Tabla 18.3

	2010	2011	2012	2013	2014
Gastos operativos	39.087.780	43.426.044	45.509.221	46.596.557	48.893.260
ARRIENDO	4.800.000	5.040.000	5.292.000	5.556.600	5.834.430
SERVICIOS PUBLICOS	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA	330.000	346.500	363.825	382.016	401.117
GASTOS DE CONSTITUCION	120.000	126.000	132.300	138.915	145.861
IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD	480.000	504.000	529.200	555.660	583.443
PAPELERIA	480.000	504.000	529.200	555.660	583.443

8.2.2.4 Gastos Financieros

Tabla 18.4

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014
Gasto por depreciación	1.662.500	1.662.500	1.662.500	662.500	662.500
Gasto por amortización	100.000	100.000	100.000	0	0
Gasto por impuestos	735.280	3.244.044	3.406.246	3.576.559	3.755.386
Gasto por publicidad	500.000	525.000	551.250	578.813	607.753
Gasto por salarios	28.680.000	30.114.000	31.619.700	33.200.685	34.860.719
Gastos financieros	1.974.319	1.263.081	466.495	-68.726	-74.974

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

Tabla 19.1

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014
Ventas	247.200.000	259.560.000	272.538.000	286.164.900	300.473.145
Costos	176.410.000	185.230.500	194.492.025	204.216.626	214.427.458
Gastos operativos	39.087.780	43.426.044	45.509.221	46.596.557	48.893.260
Utilidad operativa	31.702.220	30.903.456	32.536.754	35.351.716	37.152.427
Impuesto de renta operativo	10.461.733	10.198.140	10.737.129	11.666.066	12.260.301
Beneficio fiscal financiero	-651.525	775.609	1.463.976	2.106.557	2.787.176
Utilidad operativa después de impuestos	21.892.013	19.929.707	20.335.649	21.579.093	22.104.951
Depreciación y amortización	1.762.500	1.762.500	1.762.500	662.500	662.500
Flujo de caja bruto operativo	23.654.513	21.692.207	22.098.149	22.241.593	22.767.451

8.3.2 Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

Tabla 19.2

ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	2010	2011	2012	2013	2014
Ventas	247.200.000	259.560.000	272.538.000	286.164.900	300.473.145
Costos	176.410.000	185.230.500	194.492.025	204.216.626	214.427.458
Utilidad Bruta	70.790.000	74.329.500	78.045.975	81.948.274	86.045.687
Gastos operativos	39.087.780	43.426.044	45.509.221	46.596.557	48.893.260
Utilidad antes de impuestos e intereses	31.702.220	30.903.456	32.536.754	35.351.716	37.152.427
Gastos financieros	1.974.319	1.263.081	466.495	-68.726	-74.974
Ingresos financieros	0	3.613.411	4.902.785	6.314.780	8.371.013
Utilidad antes de impuestos	29.727.901	33.253.786	36.973.044	41.735.222	45.598.414
Impuestos	9.810.207	10.973.749	12.201.104	13.772.623	15.047.477
Utilidad neta	19.917.694	22.280.036	24.771.939	27.962.599	30.550.937

8.3.3 Balance General

Tabla 19.3

BALANCE GENERAL						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Activos corrientes						
Disponibles	9.421.320	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Inversiones temporales		51.620.158	70.039.790	90.211.141	119.585.894	151.902.591
Deudores (cuentas por cobrar)		10.300.000	10.815.000	11.355.750	11.923.538	12.519.714
Inventarios	20.600.000	7.335.417	7.702.188	8.087.297	8.491.662	8.916.245
Otros activos						
Total activo corriente	30.021.320	70.255.575	89.556.978	110.654.188	141.001.094	174.338.550
Activos de largo plazo						
Muebles y enseres	4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000
Maquinaria y equipo	1.170.000	1.170.000	1.170.000	1.170.000	1.170.000	1.170.000
Vehículos	0	0	0	0	0	0
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Edificaciones	655.000	655.000	655.000	655.000	655.000	655.000
Equipo de computación	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Depreciación acumulada	0	(1.662.500)	(3.325.000)	(4.987.500)	(5.650.000)	(6.312.500)
Software	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Amortización acumulada	0	(100.000)	(200.000)	(300.000)	(300.000)	(300.000)
Total activos no corrientes	9.925.000	8.162.500	6.400.000	4.637.500	3.975.000	3.312.500
Total activos	39.946.320	78.418.075	95.956.978	115.291.688	144.976.094	177.651.050
Pasivos corrientes						
Proveedores	0	14.670.833	15.404.375	16.174.594	16.983.323	17.832.490
Impuesto por pagar		9.810.207	10.973.749	12.201.104	13.772.623	15.047.477
Obligaciones financieras corrientes	5.926.980	6.638.217	7.434.803	658.442	0	0
Total pasivos corrientes	5.926.980	31.119.258	33.812.928	29.034.140	30.755.947	32.879.966
Pasivos no corrientes						
Obligaciones financieras no corrientes	14.073.020	7.434.803	0	(658.442)	(658.442)	(658.442)
Total pasivos no corrientes	14.073.020	7.434.803	0	(658.442)	(658.442)	(658.442)
Total pasivos	20.000.000	38.554.061	33.812.928	28.375.698	30.097.505	32.221.525
Patrimonio						
Capital	19.946.320	19.946.320	19.946.320	19.946.320	19.946.320	19.946.320
Reserva Legal	0	0	1.991.769	4.219.773	6.696.967	9.493.227
Utilidades retenidas	0	0	17.925.924	37.977.957	60.272.703	85.439.042
Utilidad del periodo	0	19.917.694	22.280.036	24.771.939	27.962.599	30.550.937
Total patrimonio	19.946.320	39.864.014	62.144.050	86.915.989	114.878.588	145.429.526
Total pasivo y patrimonio	39.946.320	78.418.075	95.956.978	115.291.688	144.976.094	177.651.050

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

VPN DEL PROYECTO: 70.528.950

La inversión en el proyecto produciría ganancias por encima de la rentabilidad

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

TIR DEL PROYECTO: 49%

La tasa de interés para la inversión será de un 49 %

8.4.3 Indicadores Financieros proyectados

Tabla 20.1

LIQUIDEZ	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
RAZON CORRIENTE	ACTIVO CORRIENTE	2,26	4,65	3,81	4,58	5,30
	PASIVO CORRIENTE					

Tabla 20.2

LIQUIDEZ	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
PRUEBA ACIDA	ACTIVO CORRIENTE – INVENTARIOS	2,02	4,42	3,53	4,31	5,03
	PASIVO CORRIENTE					

INDICADORES DE RENTABILIDAD	DE	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	DEL	RESULTADO DEL EJERCICIO	50%	36%	29%	24%	21%
		PATRIMONIO					

INDICADORES DE RENTABILIDAD	DE	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
MARGEN BRUTO		RESULTADO BRUTO	29%	29%	29%	29%	29%
		VENTAS					

LIQUIDEZ	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CTE	39.136.317	55.744.050	81.620.048	110.245.147	141.458.584

ENDEUDAMIENTO	FORMULA DE CALCULO	2010	2011	2012	2013	2014
INDICE ENDEUDAMIENTO	DE PASIVO TOTAL	49,16%	35,24%	24,61%	20,76%	18,14%
	ACTIVO TOTAL					

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Variación de la demanda aumentado el 15%

VPN DEL PROYECTO: 102.910.610

Si la demanda de los servicios prestados por la empresa aumenta un 15% La inversión en el proyecto produciría ganancias para la empresa.

TIR DEL PROYECTO: 63%:

Si la demanda de los servicios prestados por la empresa aumenta un 15% La tasa de interés para la inversión será de un 63%

Variación de la demanda disminuido el 15%

VPN DEL PROYECTO: 38.124.654

Si la demanda de los servicios prestados por la empresa se disminuye un 15% La inversión en el proyecto produciría ganancias para la empresa.

TIR DEL PROYECTO: 31%

Si la demanda de los servicios prestados por la empresa se disminuye un 15% La tasa de interés para la inversión será de un 31%

8.4.5 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Variación del precio aumentado el 15%

VPN DEL PROYECTO: 195.020.936

Si el precio de los servicios prestados por la empresa aumenta un 15%La inversión en el proyecto produciría ganancias para la empresa.

TIR DEL PROYECTO: 109%

Si el precio de los servicios prestados por la empresa aumenta un 15% La tasa de interés para la inversión será de un 109%

Variación del precio disminuido el 15%

VPN DEL PROYECTO: -11.934.117

Si el precio de los servicios prestados por la empresa disminuye un 15%La inversión en el proyecto produciría pérdidas para la empresa.

TIR DEL PROYECTO: -11%

Si el precio de los servicios prestados por la empresa disminuye un 15% La tasa de interés para la inversión será de un – 11% no será rentable.

9 CONSIDERACIONES FINALES

Se logro el objetivo que era el conocer la viabilidad de una empresa como lo es una Operadora de Turismo con el énfasis en guías turísticas, ya que el municipio de santa fe de Antioquia es turístico por excelencia y que hay muy pocas empresas en el sector que aprovechan este potencial. El análisis financiero da resultados positivos que el nivel de rentabilidad es muy alto y el capital de trabajo no es tan elevado como puede parecer.

Conocidos todos estos resultados se considera que se debe ejecutar el proyecto ya que es un proyecto con muy buena rentabilidad y así aportar un granito de arena al desarrollo turístico del municipio de Santa fe de Antioquia.

Las estrategias que se deben implementar para este la ejecución de este proyecto son las alianzas con todas las empresas que trabajan en el sector Turístico del municipio y así tener una mejor penetración el mercado turístico del municipio.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

SANCHEZ SIERRA. Mónica María. Mercadeo de Servicios. Primera edición. Año 2005. Medellín. Colombia

Pagina web Municipio de santa Fe de Antioquia. (www.santafedeantioquia-antioquia.gov.co)

Sistema de indicadores y estadísticas del sector turismo. (www.situr.gov.co)

Ministerio de Comercio Industria y Turismo - República de Colombia. (www.mincomercio.gov.co)

Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, (www.camaramedellin.com.co)