

PRACTICA, PROYECTO Y PLAN DE NEGOCIOS

SANDRA MILENA CUARTAS PAREJA

VANESSA PINO MUÑOZ

OSCAR JOSE BICENTY REALES

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER

TECNOLOGÍA DE COMERCIO INTERNACIONAL

FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

MEDELLIN

2011

PRACTICA, PROYECTO Y PLAN DE NEGOCIOS

SANDRA MILENA CUARTAS PAREJA

VANESSA PINO MUÑOZ

OSCAR JOSE BICENTY REALES

**Trabajo de Grado requerido para optar al título de Tecnólogo en Comercio
Internacional**

Docente Asesor:

JORGE ARIEL FRANCO LÓPEZ

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER

TECNOLOGÍA DE COMERCIO INTERNACIONAL

FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

MEDELLIN

02/12/2011

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Medellín, 2 de Diciembre 2011

AGRADECIMIENTOS

A Dios – Padre, Hijo y Espíritu – fuerza viva en nuestra inteligencia y modo de ver el mundo que nos rodea, de él obtuvimos todo lo que tenemos y lo que somos; y nos ha permitido con paciencia llevar a cabo nuestro proyecto de vida, en la academia y en la práctica.

A nuestro docente Jorge Ariel, quien nos asesoró técnicamente sobre los aspectos metodológicos más significativos de nuestra carrera y nos permitió de forma eficiente realizar una investigación con bases sólidas para un proyecto sostenible y de gran impacto social.

A nuestros familiares y amigos que nos apoyaron en forma directa e indirecta, pues ha sido un recorrido de sacrificios para todos, con aportes importantes para finalizar un proyecto de calidad.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	10
I METODOLOGÍA	13
1. FORMULACIÓN DE LA IDEA	13
2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	13
2.1 DIAGNÓSTICO	13
CUADRO 1: DOFA TURISMO EN GUATAPÉ	20
2.2 JUSTIFICACION	22
3. OBJETIVOS	23
3.1 OBJETIVO GENERAL	23
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	23
4. TRABAJO DE CAMPO	24
4.1 FORMATO DE PREGUNTAS	24
4.2 OBSERVACIÓN DE CAMPO	31

II ESTUDIOS	35
1. ESTUDIO DE MERCADO	35
1.1 ANÁLISIS DE MERCADO	35
1.2 CUADRO 2: SEGMENTACIÓN DE MERCADO	35
1.3 MEZCLA DE MERCADEO	39
1.3.1 Análisis del producto o Servicio	39
1.3.1.1 Consumo	40
1.3.1.2 Servicio	40
1.3.2 Análisis de precios	41
1.3.3 Plaza	42
1.3.4 Estrategias de publicidad	42
CUADRO 3: ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD	43
1.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCION	43
1.5 ANALISIS DE MARCA	45
1.6 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	46
1.7ANALISIS DE COMPETENCIA	46
1.8 ANALISIS DE PROVEEDORES	47
CUADRO 4: ANALISIS DE PROVEEDORES	48
CUADRO 5: PRESUPUESTO DE VENTAS PRIMER AÑO	52
CUADRO 6: PRESUPUESTO DE VENTAS SEGUNDO AÑO	52
CUADRO 6 A: PRESUPUESTO DE VENTAS TERCER AÑO	53

2. ESTUDIO TÉCNICO	54
2.1 DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO	54
2.2 TIPOS DE PROCESOS PRODUCTIVOS	56
2.3 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	58
Cuadro 7: PAQUETE INTERNACIONAL	58
GRÁFICO: 1 RUTA CRITICA PAQUETE INTERNACIONAL	61
CUADRO 8: PAQUETE NACIONAL	62
GRÁFICO: 2 RUTA CRITICA PAQUETE NACIONAL	63
2.4 CUADRO 9: BALANCE DE MAQUINARIA Y EQUIPOS	64
2.5 CUADRO 10: ESTRUCTURA DE COSTOS	
PAQUETE INTERNACIONAL	64
CUADRO 11: ESTRUCTURA DE COSTOS PAQUETE NACIONAL	65
2.6 LOCALIZACIÓN	65
2.7 GRAFICO 3 PLANO	66
3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	67
GRAFICO 4: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	67
3.2 VISIÓN	67
3.3 MISIÓN	68
3.4 PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES	68
3.5 CUADRO 12: SELECCIÓN DE PERSONAL (GERENTE)	69
CUADRO 13: SELECCIÓN DE PERSONAL (SECRETARIA)	74
CUADRO 14: SELECCIÓN DEL PERSONAL (jefe de mercadeo)	78
CUADRO 15: SELECCIÓN DEL PERSONAL (Contador)	83

CUADRO 16: SELECCIÓN DEL PERSONAL (Guía Bilingüe)	88
3.6 CUADRO 17: LIQUIDACION MENSUAL DE NOMINA GERENTE	92
CUADRO 18: LIQUIDACION MENSUAL DE NOMINA SECRETARIA	93
CUADRO 19: LIQUIDACION MENSUAL DE NOMINA JEFE DE MERCADEO	94
CUADRO 20. EMPLEADOS CONTRATADOS POR OUTSOURCING	95
4. ESTUDIO FINANCIERO	97
4.1 CUADRO 21: INVERSION INICIAL	97
4.1.1 ACTIVOS FIJOS	97
4.1.2 GASTOS PREOPERATIVOS O INVERSIONES DIFERIDAS	97
4.1.3 CAPITAL DE TRABAJO	97
4.1.4 HORIZONTE DEL PROYECTO	98
CUADRO 22: PRESUPUESTO COSTOS Y GASTOS	98
4.2.1 COSTOS FIJOS	98
4.2.2 COSTOS VARIABLES	98
4.3. INGRESOS	98
CUADRO 23 INGRESOS PRIMER AÑO	100
CUADRO 24: INGRESOS SEGUNDO AÑO	100
CUADRO 25: INGRESO TERCER AÑO	100
4.4 CUADRO 26: LIQUIDACION DEL CREDITO	101
4.5 CUADRO 27: DEPRECIACIONES	103
4.6 CUADRO 28: ESTADO DE RESULTADOS	104
4.7 CUADRO 29: PRESUPUESTO DE EFECTIVO	104

4.8 CUADRO 30: EVALUACION FINANCIERA DEL VPN y TIR	105
5. CONCLUSIONES	106
6. BIBLIOGRAFÍA	107
ANEXOS	109

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación tiene el propósito de presentar el municipio de Guatapé como un potencial turístico de Antioquia y de Colombia. La importancia de verificar la aplicación de la logística para el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales en el municipio de Guatapé, desde su desarrollo argumentativo y proyección turística y financiera, contrasta con la aplicación del espacio y la promoción de zonas ambientales de promoción y sensibilización, haciendo necesario orientar los alcances para llevar a cabo los planes proyectados en materia de turismo y contar con la voluntad institucional y con una propuesta clara que permita su ejecución a nivel local, aspecto que para construir hace necesario realizar procesos organizados, equitativos y transparentes, garantizándose con ello que los beneficiarios de los programas sean realmente los más necesitados y que la destinación de los recursos se haga de manera equilibrada, en busca del mejoramiento la calidad de vida de los habitantes, misión principal que le da sentido al qué hacer de la administración local.

Haciendo un análisis de cómo está el sector turismo en Colombia nos dimos cuenta que después de la importancia que tiene el petróleo el turismo será muy importante para la economía del país. El Plan de actividades educativas, le apuesta a una perspectiva del desarrollo cuyo objetivo es la ampliación de oportunidades y capacidades del ser humano de manera integral y sostenible en el municipio de Guatapé. Desde esta perspectiva el ser humano es el protagonista, el destinatario y el beneficiario privilegiado del desarrollo, entendido éste como un proceso impacto social en la región, lo que propende por proteger los recursos naturales, promueve los valores de la solidaridad y la cooperación desde la familia, y es integral, es decir, que atiende a los diferentes aspectos del ser humano y de

la sociedad para garantizar la calidad y la dignidad de la vida desde la participación turística y la interacción con los habitantes del municipio.

El objetivo central de dicha investigación es entender que el municipio de Guatapé cuenta con diferentes alternativas para el turista tales como navegación por el embalse, canopi, pesca deportiva, paisajismo lo que hace que se convierta en un lugar atractivo para las personas. El trabajo de grado cuenta con diversas variables para la verificación de la hipótesis en la investigación, que debe orientar al cumplimiento de los objetivos trazados; en primer lugar expresando el problema de investigación desde un diagnóstico sobre los recursos en el municipio y los beneficios que se proyecta a los turistas y habitantes del mismo.

En segundo lugar, realizar un recorrido por los planes de orden municipal que van a delinear la aplicación de la administración turística, promoviendo la recuperación y aprovechamiento de los recursos naturales y ecosistemas, según la logística implementada por la empresa.

Y, en tercer lugar, realizando un análisis sobre la protección de planes turísticos en el municipio de Guatapé, generando un impacto positivo en el desarrollo del municipio a largo plazo.

Por medio de todas las herramientas vistas en la materia Práctica e Investigación de Negocios, la cual aplicamos para este proyecto, vemos que es muy viable la conformación de la empresa GUATATOURS S.A.S porque a través de la información obtenida será un servicio que genera cada vez más demanda, Dándole sostenibilidad.

Con este trabajo se pretende:

-Informar y dar a conocer como se encuentra el sector Turismo, como posibilidad de negocio.

-Motivar a los estudiantes a la investigación y el desarrollo de una idea de negocios a través de unos pasos establecidos por el profesor.

-Crear consciencia de las riquezas naturales que tiene Antioquia como fuente de ingresos y desarrollo en el sector Turismo para la región.

I METODOLOGÍA

1. FORMULACIÓN DE LA IDEA

El montaje de una empresa que preste servicios turísticos del municipio Guatapé (Antioquia).

2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El municipio de Guatapé carece de promoción turística para extranjeros.

2.1 DIAGNÓSTICO

- Guatapé es un municipio de Colombia, localizado en la subregión Oriente del departamento de Antioquia. Limita por el norte con el municipio de Alejandría, por el este con el municipio de San Rafael, por el sur con los municipios de Granada y El Peñol y por el Oeste con El Peñol. Su cabecera dista 79 kilómetros de la ciudad de Medellín, capital del departamento de Antioquia. El municipio posee una extensión de 69 kilómetros cuadrados.

- Guatapé tiene un gran potencial turístico, representado en su oferta natural, paisajística; Sitios de interés como: el inmenso Peñón de Guatapé, el embalse dispuesto para toda clase de deportes náuticos, Cable vuelo o Canopi mas largo de Antioquia, parque principal, el monasterio de los monjes

benedictinos que conservan la tradición de los cantos Gregorianos, las fachadas de sus casas coloridas adornadas con zócalos, El malecón que ofrece una variada oferta gastronómica, calle del recuerdo, Isla de la Fantasía, Isla Guaca, museo, embarcaciones flotantes y su recorrido por el embalse, el vertedero, casa de las hermanas de caridad de santa Ana y su Cristo desnudo, Parque de la Culebra Comfama, hostería los Recuerdos, hoteles, Trincheras de Córdoba, Camino de Islitas, Cascadas de Cañada Fea, el Vertedero y las torres de captación, el Sendero Ecológico del Roble Náyades, El Cristalino, las Presas de la Quebrada la Ceja y la Florida, La Truchera de la Vereda el Rosario, La piscícola de Ornamentales en la Quebrada Arriba, las Cavernas de la Peña, el Lago de la Montaña de Cucurucho, los bosques nativos de la vereda Santa Rita y el Rosario cuna del endemismo de la palma Buchona o barrigona y ecosistema de gran cantidad de especies de aves, mamíferos, reptiles, anfibios e insectos, el museo histórico municipal, la Granja ecológica la Gabriela, la granja ecológica de Quebrada Arriba, la Iglesia y la Casa Cural, la Quebrada el Rosario y Santa Gertrudis sitio de reproducción de la sabaleta; además este municipio esta representado en la vegetación y la biodiversidad la cual ha notado una reactivación acelerada y cada vez más creciente de el número de turistas que visitan a Guatapé, con datos estadísticos extraídos por intermedio de la Oficina de Turismo, la Policía Nacional, y el Ejercito Nacional ya que Guatapé es un Municipio modelo, donde han funcionado las políticas de seguridad Democrática establecidas por el Gobierno Nacional, por esto constantemente se realizan monitoreos para determinar el flujo de turistas que visitan el Municipio, esta información es recopilada en puestos de control que se efectúan constantemente, en promedio son:

1- Fines de semana corrientes: entre 3.000 y 5.000 visitantes

2- Fines de semana festivos: entre 8.000 y 10.000 visitantes

3- Eventos y festividades: entre 10.000 y 15.000 visitantes o más.

Los sitios de mayor confluencia para los visitantes son: El Malecón y sus áreas circundantes por las diferentes actividades que se realizan como: caminar, SKY, JETSKY, paseos en barcos, lanchas, bicicletas, pesca, nadar, asados, sancochos, camping, picnic, actividades náuticas etc.; este lugar tiene una longitud de 2.5 Km.

Peñón de Guatapé: Por subir hasta su cima con altura máxima de 210 metros, y una mínima de 197 metros y observar la inmensidad del paisaje y el embalse.

Visitantes fines de semana ordinarios: 500- 800 personas.

Visitantes fines de semana festivos: 1500- 2000 personas.

Visitantes eventos y festividades: 2000-3000 personas.

Esta información es suministrada por los propietarios de este Centro Turístico, que es obtenida a través del peaje ubicado a la entrada y por la taquilla de Ingreso al subir a la Piedra.

Embalse Peñol Guatapé: Por las actividades, náuticas, lúdicas, recreativas y deportivas. El Municipio de Guatapé no cuenta con el personal suficiente, ni con la logística apropiada para realizar actividades de Educación Ambiental, para atender al turista, para diseñar propuestas de ecoturismo de control, prevención y atención de accidentes, etc.

- Además según censo de febrero de 2004 del Ministerio de Transporte, donde se tuvo la visita de un funcionario, para tramitar las licencias para navegar en el embalse Peñol- Guatapé, se realizó el Censo, con el apoyo de cada una de

las inspecciones municipales de Policía del Peñol y Guatapé apoyadas en la Cooperativa de Lancheros del Municipio de Guatapé, se movilizan en el embalse Peñol Guatapé un promedio de 800 embarcaciones de todo tipo (funcionario Néstor José Herrera Chavarro del Ministerio de Transporte Fluvial.) Debido a esto el Municipio de Guatapé esta gestionando ante el Ministerio de Transportes la creación de la Inspección Fluvial para el embalse Peñol- Guatapé.

- Organizaciones comunitarias que apoyan y colaboran para ejercer Control sobre la afluencia turística:
 - * Comité local de Emergencia
 - * Cuerpo de Bomberos Voluntarios
 - *Policía Nacional Auxiliares Bachilleres
 - * Administración Municipal
 - *Cooperativa de Lancheros.
 - * Asociación Municipal de Tolderos.
 - * Marinas ubicadas en el municipio.
 - * Comerciantes.
 - * Grupo de guías del museo histórico.
 - *Oficina de turismo municipal
 - * Ejército Nacional.

- Por falta de realizar actividades educativas ambientales de sensibilización, promoción, prevención y control y por la falta de una logística apropiada para manejar el turismo; se están presentando deterioros constantes en sitios turísticos - Eco turísticos del municipio por la contaminación de basuras en el embalse, deterioro de las zonas verdes, incendios forestales, la contaminación por basuras del bosque, el paisaje, el aumento considerable en la generación

y disposición final de los desechos sólidos los fines de semana y días feriados, en promedio 10 toneladas entre domingo y lunes festivo, y se aumenta la recolección domiciliaria el día martes en un 33%.

- 50%, el aumento en el índice de accidentalidad y fallecimiento por inmersión en el Embalse, evidenciado en datos estadísticos manejados por la Inspección Municipal desde el año 1994 se han presentado 37 casos.

- Los últimos eventos deportivos, culturales y religiosos: Primer festival Náutico Nacional, y Encuentro Nacional Artístico pintando al aire libre y las actividades de Semana Santa son el medidor que indican el que cada vez más creciente turismo visitara a Guatapé, apoyado por las políticas de seguridad democrática del Gobierno Nacional.

- Capacidad hotelera: Área urbana: 180 personas Hostería los Recuerdos: 200 personas.
Fincas de recreo para alquiler: 200 personas.

- Agricultura: Frijol, Maíz, Papa, Tomate. Ganadería: Lechera y de Ceba Producción de hidroelectricidad.

- su ubicación geográfica, fortalecida por la cercanía a la ciudad de Medellín.

- Con accesibilidad a la Autopista Medellín Bogotá y al Aeropuerto José María Córdoba.

➤ **Densidad de población:** 5838 (hab./Km2)

➤ Habitantes en el municipio.

No. Habitantes Cabecera: 4256.

No. Habitantes Zona Rural: 1478.

Total: 5734.

Distribución de la población por rangos de edad

➤ **Distribución por sexo:**

No. Hombres: 2714

No. Mujeres: 3020

➤ PIB: en el 2020 el turismo debe representar el 12 por ciento del PIB de la subregión del oriente.

➤ Líneas de trabajo para complementar el desarrollo turístico en Antioquia: Capacitación del recurso humano, Implementación de los sistemas de gestión de la calidad, Puesta en marcha y ejecución del plan de desarrollo turístico y el plan de mercadeo turístico del Departamento, Concertación con el sector privado en planes de desarrollo de infraestructura y acompañamiento en programas interinstitucionales, Asignación de recursos para el adecuado desarrollo de la política turística del departamento de Antioquia.

- Empleo: El punto de partida fue la capacitación de 5.000 personas, en manipulación de alimentos, servicio al cliente, guianza y otros oficios relacionados con la atención a los turistas. Además, hicieron un diagnóstico de las potencialidades de cada localidad, inventariaron las organizaciones y formularon el Plan de Desarrollo Turístico del Oriente, el primero que se hace en Antioquia.

- Fuente de negocios e inversión: tan buena como el petróleo y sus derivados pero ampliamente mejor en cuanto al reparto de sus beneficios y a su efecto dinamizador sobre el resto de la economía. Sus múltiples atractivos permiten a Colombia la posibilidad de diseñar y competir con diversos productos turísticos para diferentes mercados.

- Oferta turística: 99 de cada 100 turistas extranjeros que visitan a Medellín, cumplen todas sus expectativas gracias a la diversidad y calidad de los servicios que les ofrece la ciudad. De los 387 turistas encuestados, el 50 por ciento son de Centro y Sur América, un 25 por ciento de Europa, un 20 por ciento de Norte América, y un 5 por ciento entre Asia y África.

CUADRO 1: DOFA TURISMO EN GUATAPÉ

<p>DEBILIDADES:</p> <p>La idea errónea que tienen los turistas de que el clima es muy frío.</p> <p>Falta de experiencia en los empresarios del turismo en Guatapé.</p> <p>Poco reconocimiento en el mercado.</p>	<p>OPORTUNIDADES:</p> <p>Guatapé potencial como municipio turístico.</p> <p>Programas de apoyo orientados al desarrollo del sector turístico.</p> <p>Sector Turismo de clase mundial, será el segundo generador de ingresos en el país.</p>
<p>FORTALEZAS:</p> <p>Gran variedad en las alternativas de entretenimiento.</p> <p>Cuenta con un embalse con el cual no cuentan los otros municipios en el cual se pueden realizar actividades como deportes acuáticos, pesca entre otros.</p>	<p>AMENAZAS:</p> <p>Falta de capacidad para atender la demanda de turistas. Tales como parqueo, restaurantes etc.</p> <p>Falta de capacita.</p> <p>Falta más desarrollo de infraestructura.</p>

AMBIENTE EXTERNO/INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA (F.O) Asesorías, alianzas y promoción por medio de los contactos de las empresas turísticas Y entidades que brinden apoyo.	ESTRATEGIA (D.O) Buscar programas de apoyo y financiamiento, para lograr el reconocimiento de la empresa en el mercado.
AMENAZAS	ESTRATEGIA (F.A) Promover la formalidad del sector turismo en Guatapé.	ESTRATEGIA (D.A) Buscar capacitación para el gremiuat.

2.2 JUSTIFICACION

Esta idea principalmente surgió como una práctica empresarial que nos genere experiencia en el ámbito laboral y que nos lleve a darle un orden al gran auge de turismo que está llegando a Guatapé con el propósito de crear riqueza y generar empleo.

Además podemos descubrir las riquezas y el potencial turístico que tiene nuestro municipio Guatapé del cual se debe sacar el mayor provecho con la necesidad de obtener la mayor información, capacitación, formalización de las empresas, mejoramiento de la infraestructura entre otras con el fin de mostrar a Guatapé (Antioquia) como un municipio creíble y como una alternativa para visitar.

Gracias a este proyecto de grado vamos adquirir un aprendizaje sobre los pasos e información que se deben de recopilar para la viabilidad de una idea de negocio y poderla llevar a la práctica; también queremos explorar y enfocar un conocimiento de la exportación de servicios porque siempre se realiza es de un producto, mirar la parte de exportación de servicios que tanto desarrollo está teniendo para nuestro país y como el sector turístico se proyecta y podernos vincular a el.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar o efectuar un plan de negocios para el montaje de una empresa prestadora de servicios turísticos.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

-Efectuar una estructura metodológica que dirija el trabajo.

-Obtener información a través de Internet, observaciones de campo, entrevista, organizaciones y entidades que presten servicios turísticos para poder desarrollar los estudios.

-Efectuar estudios: mercado, técnico, organizacional, legal y financiero.

-Sustentación y presentación de trabajo.

4. TRABAJO DE CAMPO

Se realizará una entrevista a una empresa receptora de servicios a nivel turístico que tenga un amplio espacio de conocimiento y a una entidad que apoye en Antioquia el turismo. Además realizaremos una observación de campo en el municipio de Guatapé para ver como es la percepción del servicio y los aspectos a mejorar.

4.1 FORMATO DE PREGUNTAS

1. Nombre de la empresa.
2. Nombre de la persona entrevistada.
3. Cargo que ocupa en la compañía.
4. Como nace y se crea la empresa.
5. Cuánto tiempo lleva la empresa en el mercado.
6. Cuáles son los servicios ofrecidos.
7. Cuáles son los precios de esos servicios.
- 8.Cuál es el servicio más demandado y porque.
- 9.Cuál es su mayor competencia.
10. Cuántos proveedores o servicios tercerizados tiene.
11. Cuántos empleados tiene.
12. De cuántos departamentos se compone la empresa.
13. Cuáles son sus medios de promoción.
14. Cuáles son sus canales de distribución.

15. Cuál es su diferencia y valor agregado.
16. Cuál es su producto vaca.
17. Cómo se presta el servicio de exportación a nivel de legislación aduanera en la parte financiera a través de los reintegros.
18. Cuáles son las estrategias de promoción fuera del país.
19. Cuál es su programa de responsabilidad social.
20. Cuál es el público objetivo que la empresa quiere atender o su nicho de mercado.
21. Qué opinión tiene de como se encuentra el sector actualmente y como lo visiona en un futuro.
22. En qué etapa de crecimiento se encuentra su servicio.
23. Qué es lo más difícil de la prestación de servicios turísticos.
24. Ventajas y desventajas que hay en el mercado.
25. Deme un argumento para elegir su servicio y no el de la competencia.
26. Como argumenta su precio con respecto al servicio que presta.

ENTREVISTA

1. “Empaque y Vámonos”.
2. Andrés Valderrama.
3. Director operativo.
4. Y 5.

Nació en Sabaneta (Antioquia) en el año 2002 como una empresa de turismo nacional donde su único destino era Tolú- Coveñas; los mismos clientes fueron entonces demandando mas este servicio hasta que la empresa empezó a

implementar destinos hacia santa marta, Cartagena, la guajira y sus rutas regionales en el suroeste, nordeste y oriente antioqueño.

Entre los años 2004-2005 nace la idea de la ruta de los silleteros logrando en su primer año abarcar 38 pasajeros y el ultimo año cuentan con 3200 pasajeros en el año 2006 se registran como una empresa totalmente constituida ante la cámara de comercio y el ministerio de comercio industria y turismo; en el año 2009 se crea la empresa grupo Ámbar s.a.s donde se registran las marcas:

- chivas parrandas.com.
- ruta de los silleteros.
- viaja Colombia que en el momento está en construcción.

Todas estas marcas aunque con funciones independientes pertenecen a la misma empresa.

6. y 7. Nivel regional:

- Ruta lechera \$ 60000.
- Ruta panelera \$ 60000.
- Ruta de las frutas \$ 60000.
- Ruta de los embalses \$ 60000.

A nivel nacional:

- Coveñas \$ 249000 (4 días - 3 noches).
- Eje cafetero \$ 310000 (4 días - 3 noches).

- Santander \$ 350000 (4 días - 3 noches).
- Cartagena \$ 325000 (3 días - 2 noches).
- Los nevados \$ 299000 (3 días - 2 noches).
- Boyacá \$ 560000 (5 días - 4 noches).
- Cartagena y Santa marta \$ 550000 (6 días - 4 noches).
- La guajira \$ 750000 (8 días - 6 noches).
- Los llanos \$ 560000 (5 días - 4 noches).
- Santa marta \$ 340000 (4 días - 3 noches).
- Boyacá y los llanos \$ 799000 (7 días - 6noches).

8. El servicio más demandado a nivel regional es la Ruta de los embalses y a nivel nacional es coveñas y el eje cafetero.

9.En este momento el no puede decir cual específicamente es su competencia porque hoy en día el sector muestra una informalidad a través de personas naturales que organizan y prestan este tipo de servicios para amigos y familiares el cual subcontratan además no están legalmente constituidas y están evadiendo toda la responsabilidad que implica tener una empresa legalmente constituida.

La empresa ha detectado a través del mercado que el mayor inconveniente frecuente es la competencia informal que por no ser legalmente constituidas evaden impuestos y ofrecen servicios más baratos obteniendo mayor utilidad lo cual dificulta competir.

10. Contratación de personal bilingüe cuando el evento lo requiera.

11. Tiene 3 empleados

12. Por ser una microempresa cuenta con poco personal cumpliendo con varias funciones y cargos lo que no permite tener definido los diferentes departamentos los cuales se van estructurando y organizando a medida que la empresa valla creciendo.

13. Brochure, pagina Web y programas de radio y televisión que incentiven el sector turístico.

14. Descuentos a través de:

- Tarjeta cívica del metro
- Descuento por nomina
- Empresas, natilleras, grupos y colegios.

15. La empresa tiene una página Web con una información amplia y detallada de todos los planes turísticos que ofrece la empresa, la gran variedad de promociones y publicidad “metro”; hace que le genere valor agregado a la compañía.

16. Se diría que el producto vaca que ellos consideran es el destino turístico a Boyacá pues tiene bajo índice de crecimiento porque no es un destino turístico muy demandado pero tiene una alta participación en el mercado lo que hace que le genere a la compañía grandes utilidades con lo cual pueden cubrir sus gastos.

17. En este momento a la empresa no le interesa exportar e importar servicios.

18. No tienen estrategias de promoción fuera del país. Solo a nivel nacional.

19. El programa de responsabilidad social que maneja esta empresa es cuando los turistas se van para las diferentes alternativas turísticas les entregan una bolsa para que allí depositen toda la basura que se haga durante el viaje y cuando estén de regreso depositarla en la caneca adecuada; así ayudan a conservar el medio ambiente” no tirando basuras al piso”.

20. La empresa Empaque y Vámonos no maneja un público objetivo en específico pues desde los adolescentes hasta las personas de la tercera edad tienen la posibilidad de disfrutar de las diferentes alternativas turísticas por ende para estas personas de la tercera edad hay descuentos especiales en este momento descuento del 20% .

21. El señor Andrés Valderrama considera que el sector turismo se encuentra hoy en día con un muy buen auge de turistas lo que le proporciona más demanda para su servicio; a futuro lo ve en crecimiento tanto que la empresa lo plantea en su visión además que el gobierno lo está implementando en su plan de crecimiento económico en donde el turismo será el segundo generador de ingresos a nivel de Colombia.

22. Los servicios de la Empresa Empaque Y Vámonos se encuentran en una etapa de madurez ya que hoy en día ya se ven los rendimientos de la empresa; el posicionamiento del servicio se hace tan evidente que la empresa debe estar atenta a defender su servicio contra las estrategias de la competencia. Por eso su diferencia y valor agregado hacen que el servicio perdure en el mercado y siga creciendo para lograr ser uno de los mejores de Colombia.

23. Como don Andrés decía anteriormente lo más difícil de ser una empresa prestadora de servicios es la informalidad que hoy en día se encuentra en el mercado ya que personas naturales sin tener legalmente constituida una

empresa se ponen en la tarea de hacer viajes con amigos o familiares lo que hace que las empresas que estén bien constituidas pierdan reconocimiento o aun peor pierdan los clientes.

24. Ventajas:

- Ingreso de turistas a Colombia ha crecido en los últimos 5 años.
- Variedad de paquetes promocionales.
- Amabilidad en el trato con los turistas.
- La gran variedad de paisajes que se encuentra en el municipio de Guatapé.

Desventajas:

- Mala fama a nivel mundial por el narcotráfico.
- Problema de seguridad publica debido a la guerrilla.

25. Por el servicio personalizado que se tienen con los clientes, acompañamiento y actividades desarrolladas en el paquete turístico.

26. El servicio es prestado con una excelente calidad logrando la satisfacción del cliente.

4.2 OBSERVACIÓN DE CAMPO

- * Las vías y el traslado desde Medellín hasta Guatapé.
- * En qué condiciones se encuentra la carretera.
- * Los diferentes medios de transporte.
- * Servicios adicionales de ese trayecto.
- * Los accesos y espacios de parqueo.
- * Infraestructura hotelera.
- * Servicio de restaurante.
- * Señalización.
- * La capacitación del personal que presta el servicio turístico.
- * Los atractivos turísticos.
- * Los espacios de entretenimiento.
- * Las medidas de seguridad para el turista como la protección a los diferentes espacios de entretenimiento.
- * servicio al cliente en la cordialidad, acompañamientos entre otros.
- * Programas de recolección de basura y cuidado al medio ambiente.
- * Los servicios médicos prestados para los turistas.

OBSERVACION DE CAMPO:

1. Se observa que en general las vías del municipio de Guatapé están en buen estado, son vías totalmente pavimentadas y con unos hermosos paisajes verdes en casi todo el trayecto.

Para ir de Medellín a Guatapé hay 3 opciones:

- La autopista Medellín, Bogotá.
- La avenida a las palmas.
- La vía al escobero (Envigado).

Con excepción de 2 o 3 sitios puntuales con algunas dificultades de caída de banca por el invierno y que aun no han sido totalmente solucionadas, la vía es amplia y segura.

2. los diferentes medios de transporte para ir a Guatapé son: por flota. Hay dos empresas de transporte que prestan el servicio desde la Terminal del norte, SotrasanvicenteGuatapé y Sotrapiñol. Con un valor aproximado de 11.000\$ por pasajero, microbús por un valor de \$15.000. Taxi ya que Guatapé solo se encuentra a 1 hora y media de recorrido aproximadamente a 79 kilómetros de distancia. Y en vehículo particular.

3. los servicios adicionales del trayecto son: Buenos Restaurantes (Rancharito, los Kioscos), de Marinilla a Guatapé se encuentran Kioscos con comidas típicas de la región como arepas de choclo, tortas de choclo, chorizos, choclo asado, sancocho de gallina etc.

4. Los accesos y espacios de parqueo son:

Accesos: se accede desde Medellín, pasando por Guarne, Marinilla, Peñol hasta llegar a Guatapé.

Se accede por la autopista Medellín, Bogotá pasando por Medellín, Guarne, Marinilla, Granada, Guatapé.

Se accede por Medellín, Guarne, San Vicente, Alejandría, Guatapé.

Se accede por Medellín, Guarne, marinilla, santuario, San Carlos, san Rafael, Guatapé. Siendo esta ruta la más larga.

Se accede por Medellín, Riónegro, marinilla, peñol, Guatapé.

Se accede por Medellín, envigado, Rionegro, Marinilla, Peñol, Guatapé.

ESPACIOS DE PARQUEO: En el momento Guatapé está muy escaso de zonas de parqueo, mas sin embargo está en construcción un parqueadero en la entrada del pueblo con capacidad para más de 500 automóviles.

5. Guatapé cuenta con una buena infraestructura hotelera, desde hoteles sencillos y económicos desde 30.000 hasta hoteles para personas más exigentes entre ellos hotel los lagos, hotel Real, Hostería los recuerdos, Hotel y Spa Deluxe.

Isla Guaca la cual cuenta con hospedaje y restaurante.

Fincas y casas de recreo para alquiler por días y fines de semana.

6. A pesar de que hay buena cantidad de restaurantes pequeños en el servicio de comida si se requiere un restaurante de buena categoría, puesto que todos ofrecen en general los mismos platos tales como trucha, pollo, carnes etc. Los platos oscilan entre 7.000 y 25.000.

No hay ningún restaurante especializado.

7. En cuestión de señalización el Municipio de Guatapé tiene en una buena señalización, las vías, los sitios de interés etc.

8. Guatapé no tiene un personal calificado para el servicio turístico, siendo un pueblo tan visitado por los turistas, las personas que prestan este servicio no hablan un segundo idioma, no tienen la capacitación adecuada para atender a los visitantes de todas partes del mundo.

9. los atractivos turísticos de Guatapé son:

- La piedra el Peñón de Guatapé, los barcos turísticos, Isla Guaca, Isla de la fantasía, El Monasterio de los monjes Benedictinos, el cable vuelo, el Cristo desnudo, Las casas con sus zócalos, el vertedero, el parque místico, parque Recreativo Comfama.

10. Guatapé cuenta con cancha de fútbol, Voleibol, Básquetbol, polideportivo, piscina, emisora, Canal privado de Televisión, Discotecas, bares, parque extremos, ciudad Acuática ubicada en la represa y entre los más importantes esta el malecón con su hermosa vista a la represa que en fin de semana frío llegan 2.000 visitantes aproximadamente y fin de semana festivo pueden llegar más de 5.000 visitantes.

11. En todos los atractivos y sitios de entretenimiento existen medidas de protección como: chalecos salvavidas, anuncios de prevención, arnés, etc.

12. Existe una mediana conciencia del cuidado de los recursos naturales, se observan canecas para recolección de basuras en forma de animales en el malecón, en el parque canecas de recolección, avisos y anuncios sobre no arrojar basuras al embalse.

13. Guatapé cuenta con un centro Hospitalario llamado la Inmaculada de Guatapé, donde presta servicios de urgencias y hospitalización, con unos mínimos recursos para prestar la atención básica.

II ESTUDIOS

1. ESTUDIO DE MERCADO

1.1 ANÁLISIS DE MERCADO

El proyecto se va enfocar en un tipo de mercado geográfico a nivel nacional e internacional en el cual las relaciones económicas y comerciales se establecerán al interior del país y al resto del mundo.

Además su competencia será un mercado semi-perfecto ya que hay múltiples oferentes de pequeño tamaño que se deben someter a disciplina de mercado y con un tipo de clientes de mercado consumidor.

1.2 CUADRO 2: SEGMENTACIÓN DE MERCADO

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTOS TÍPICOS DEL MERCADO
GEOGRÁFICOS	
Región	Andina (Antioquia); Estados Unidos
Tamaño de la ciudad o área estadística	Antioquia: 25000-100000, Estados Unidos: 9, 666,861 en

Metropolitana	kilómetros cuadrados.
Urbana-rural	Antioquia: Suburbana Estados Unidos: Suburbana
Clima	Antioquia templado: Estados Unidos tiene toda la variedad de climas por la gran extensión que posee.
DEMOGRÁFICOS	
Ingreso	Antioquia: 4.883 dólares Estados Unidos: 46.715 dólares per. –cápita.
Género	Antioquia Masculino – Femenino Estados Unidos Masculino-Femenino
Ciclo de vida familiar	Joven, soltero, casado, con hijos , divorciado, viudo
Clase social	Antioquia: Alta y Media Estados Unidos: Alta y Media
Escolaridad	Antioquia: Secundaria Estados Unidos: Secundaria
Ocupación	Antioquia: Profesional

	Estados Unidos: Profesional
Origen étnico	Antioquia: Suramericanos Estados Unidos: Norteamericanos
PSICOLÓGICOS	
Personalidad	<p>Antioqueños: Fundamentalmente, un paisa auténtico posee un espíritu productivo, ahorrativo, emprendedor y andariego. Asimismo es muy apegado a su tierra y su cultura.</p> <p>Estadounidense: cordial y atento-individualismo espíritu competitivo-decisiones rápidas y competencia abierta puntualidad-traje formal.</p>
Estilo de vida	<p>Antioqueños:</p> <p>La dificultad para ejercer la agricultura en la alta montaña desarrolló entonces una economía que, sin sacrificar lo agrícola, se tornó esencialmente comercial y minera. Desarrollaron así una cultura de caminantes, de arriería, de habitantes por igual de las alturas y las vegas, francamente tan</p>

peculiar que aún hoy se asombra uno al mirar las poblaciones paisas construidas en las cimas de los montes, a donde era casi imposible subir siquiera el agua, muestra más que suficiente que al paisa no le importan las consecuencias con tal de hacer lo que se propone.

Todas estas peculiaridades paisas habían permitido que la industrialización del país comenzara precisamente en el territorio de los paisas pese a los enormes escollos geográficos y agrícolas. De hecho, las mayores industrias del país en sus orígenes se construyeron a *lomo de mula*.

Estadounidense:

Los norteamericanos tienen de un estilo de vida muy diferente al resto del mundo. Esto se manifiesta en la alimentación, el consumismo, la amenaza bélica, y la falta de cultura general del estadounidense promedio.

Un estadounidense suele ser un

	<p>adicto a las carnes, grasas saturadas, dulces, azúcares de todo tipo, y a cualquier basura que tenga saborizantes artificiales.</p> <p>Desde tiempos de la post-guerra tras el trauma internacional debido al uso de armas nucleares se ha vivido temporadas de tensión política, rumores de guerra.</p>
Valores	<p>Antioqueño Amigable, Servicial y Emprendedor.</p> <p>Estadounidense respetuoso y honesto.</p>
CONDUCTUALES	
Beneficios Deseados	Puntualidad y Cumplimiento

1.3 MEZCLA DE MERCADEO:

1.3.1 Análisis del producto o Servicio: el servicio de turismo se encuentra en la etapa de introducción. Para el trabajo que se está efectuando en esta parte es solo desarrollar el portafolio de productos e indicar que tipo de productos según la clasificación de los ellos.

Clasificación de los productos:

1.3.1.1 Consumo: el proyecto va ofrecer un servicio no buscado ya que los clientes potenciales no lo desean todavía el cual hay que ofrecer realmente con nuevas ideas y con promoción informativa que ayuda a convencer al cliente a aceptar y solicitar el servicio.

1.3.1.2 Servicio: la sociedad tendrá como domicilio principal Municipio de Envigado, Calle 45ª sur Número 39B 101, pero podrá establecer sucursales en otras ciudades dentro del territorio nacional o en el exterior.

Los recursos con los que se cuentan son: 2 computadores portátiles, 1 computador PC, fax, fotocopidora, línea telefónica, página Web, brochures, papelería de oficina. Oficina en la dirección carrera 45 A sur 39B 101, contamos con la conexión de la empresa ASOBARCOS GUATAPÉ.

Las materias primas para el servicio turístico son las siguientes: transporte, refrigerios, almuerzo, avistamiento de la represa desde el peñón de Guatapé, paseo en barco, tarjeta de asistencia médica, guía acompañante.

Las partes y materiales componentes son: papelería de oficina, brochure, pendones; todo lo necesario para facilitar el recurso necesario de la empresa.

Los suministros necesario para el buen funcionamiento de la empresa son: el mantenimiento adecuado y preventivo de los equipos de computo, el mantenimiento de fax, fotocopiadora, transporte y del barco.

Los servicios profesionales que apoyan el servicio son: el outsourcing para la contabilidad y el de los guías bilingües.

1.3.2 Análisis de precios:

El precio de referencia en el mercado es el siguiente:

-A nivel regional \$70.000

-A nivel nacional: El paquete siempre cambiara de valores dependiendo de qué zonas de Colombia deseen visitarnos.

-A nivel internacional (Estados Unidos)

- **COSTOS CON HOTEL 3 ESTRELLAS**

TOTAL 1030,28 USD \$1.854.512

- **HOTEL 4 ESTRELLAS**

TOTAL 1040,28 USD \$1.872.512

- **HOTEL 5 ESTRELLAS**

TOTAL 1221,42 USD \$2.198.564

1.3.3 Plaza: el sitio donde se desarrollara la actividad mercantil es en el municipio de Guatapé (Antioquia).

1.3.4 Estrategias de publicidad:

- Tener una promotora con la información de los planes turísticos en el aeropuerto José María Córdoba y en las terminales de buses de Medellín y municipios cercanos a Guatapé.
- Brochures en los hoteles más relevantes y cercanos a la región y stanes con la información.
- Publicidad por Internet (a través de la pagina Web).

Los medios de publicidad utilizados a nivel nacional serán principalmente a través del brochure utilizando también la radio como medio alternativo. Y a nivel internacional será a través de la página Web.

CUADRO 3: ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

Pauta	No. de veces semestre (cantidad)	Precio unidad	Total	Condiciones
Publicidad en radio	24 comerciales	\$ 100.000	\$2.400.000	Se paga de contado. Se pasan 2 comerciales por mes
Brochure	500 unidades	\$ 3.000	\$1.500.000	Contado. Material papel propalcote. A color

1.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCION

- Asesoría y acompañamiento de empresas u organismos del sector turismo.

Las empresas que nos van a brindar ese acompañamiento son:

- Cámara de comercio de Medellín a través del cluster de turismo de negocios ferias y convenciones.
- Subsecretaria de turismo agrupando los empresarios existentes brindando asesoría e información relacionada con la información turística.

- Alianzas estratégicas a través de empresas que brinden servicios turísticos posicionados ya en el mercado. Estas son:

- Tours Vacacióngroup
- Vuelo secreto
- Empaque y vámonos
- Decamerón
- Con el fin de brindar otras opciones buscando a través de estas alianzas ofrecer otras alternativas turísticas además buscar reconocimiento y participación en el mercado siendo fuertes en el paquete día de sol.
- Estas empresas exigen estar legalmente constituidos, tener el registro nacional de turismo, con estos requisitos estas empresas nos permiten ofrecer nuestros paquetes acompañados con brochure y todo el material necesario para la comercialización de los paquetes turísticos.
- Diseñar y crear una página Web. A través de una persona especializada en paginas Web.La cual brinde información completa sobre nuestros servicios tanto en inglés como en español, que a las personas que se inscriban como usuarios constantes mandarles e- mail sobre promociones exclusivas de los servicios turísticos.
- Esta estrategia se va lograr a través de la asociación de guías de turismo de Antioquia (asoguan) por medio de ellos se va a prestar el servicio de guías de turismo bilingüe.

1.5 ANALISIS DE MARCA



COLORES: El color mas importante en nuestro logo es el azul porque representa el color del agua que es lo que más predomina en Guatapé.

Este color abre la mente brindando paz y tranquilidad, permite confianza, se le atribuye el poder para desintegrar las energías negativas, favorece la amabilidad y serenidad.

Amarillo: es el color de la luz del sol, genera calor, provoca el buen humor y la alegría muy recomendado en climas fríos que es el clima en el cual se encuentra el embalse del municipio de Guatapé.

Naranja: Simula el esparcimiento, la vitalidad, la diversión y el movimiento. Es ideal para utilizar en lugares donde la familia se reúne para conversar y disfrutar de la compañía. Que es lo que nosotros como empresa le vamos a propiciar a nuestros clientes.

SLOGAN: Guata tours un mundo por conocer.

1.6 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Nosotros como empresa del sector turismo manejaremos:

UN CANAL CORTO: Guatatours – Turista.

Este canal de distribución será directo entre la empresa Guatatours y el consumidor final o turista con un valor de \$70.000

UN CANAL SEMICORTO: Guatatours – Agencia – Turista

Este canal de distribución será a través de la empresa Guatatours por medio de un intermediario (Agencia de turismo) el cual llegara al consumidor final; Guatatours dejara el paquete a la agencia de turismo por un precio de \$62.000 y la agencia ya determina su porcentaje de ganancia.

1.7ANALISIS DE COMPETENCIA

COMPETENCIA LÍDER:

Agencia de Viajes y Turismo AVIATUR S.A.

Se especializa en atender tanto a pasajeros directos de otras nacionalidades, como a operadores turísticos Internacionales. Tales como traslados y excursiones con guianza en diferentes idiomas, reserva de hoteles, vuelos (en Colombia). Restaurantes, pasajes aéreos.

RETADOR:**Agencia de Viajes EMPAQUE Y VAMONOS.**

Se especializa en el turismo Nacional y Regional, en la actualidad es una agencia operadora mayorista de viajes terrestres y algunos destinos aéreos con los mejores destinos de playa, Turismo Ecológico, Aventura, religioso y de Ciudad.

SEGUIDOR:**Agencia de Viajes y Turismo DE PUEBLO EN PUEBLO.**

Se especializan en servicios turísticos de manera integral. Operan rutas por Antioquia y Colombia y prestan servicios de alojamiento en las diferentes regiones de Antioquia.

SUSTITUTO:**Agencia de turismo PATIANCHOS.**

El objetivo de esta agencia es hacer viajes para conocer la geografía Colombiana, las costumbres, la Flora, la Fauna y el patrimonio cultural de otras regiones del país. En compañía de personal calificado en Turismo.

1.8 ANALISIS DE PROVEEDORES

El mercado Proveedor resulta ser demasiado importante para la empresa, por ser Costos se reflejaran en el valor del producto, por ello se debe contar con una

amplia oferta, en las mejores condiciones: precio, calidad, justo tiempo, servicio, condiciones de pago, ubicación etc. Para muchos proyectos resultan ser los mercados Proveedores verdaderos cuellos de botellas.

CUADRO 4: ANALISIS DE PROVEEDORES

Proveedor	Localización	Productos ofrecidos	Precio de venta	Ventajas y desventajas
Servicio Piedra del Peñol	Municipio de Guatapé Antioquia	Avistamiento desde la cima de la piedra del Peñol.	7.000	Ventajas: descuento para grupos grandes. Desventajas: hay monopolio de este producto en la región.
Servicio de Barco-bar (Empresa AsobarcosGuatapé)	Municipio de Guatapé Antioquia	Recorrido de hora y media por el hermoso embalse de Guatapé, música rumbera y servicio de bar para los turistas.	10.000	Ventajas: descuento para grandes grupos, seguro de accidentes, diversión garantizada, Desventajas: en algunas ocasiones hay mucha fila para ingresar a las

				embarcaciones, entre las empresas hay mucha competencia de precios.
Cánopi (cable vuelo)	Municipio de Guatapé Antioquia	Recorrido por aire mediante un sistema de cable rápido.	10.000	Ventajas: Seguro de accidentes. Desventajas: no tiene descuento para grandes grupos, grandes filas para acceder al servicio.
Restaurantes del municipio de Guatapé	Municipio de Guatapé Antioquia	Servicio de alimentación con menú o a la carta.	Entre 7.000 y 25.000	Ventajas: variedad de platos a escoger, variedad de precios y variedad de restaurantes. Desventajas: Cuando es temporada alta hay demora en la entrega del servicio de alimentación.

Hoteles	Municipio de Guatapé.	Alojamiento en hotel	Entre 20.000 y 30.000 noche	Ventajas: variedad de precios y variedad en hoteles. Desventajas: escasez en temporada alta.
Hoteles	Ciudad de Medellín	Alojamiento en hotel	Entre 36.000 y 219.583	Ventajas: variedad de precios y variedad en hoteles.
Transporte Internacional	Ciudad de origen a Medellín	Transporte aéreo	Entre 1.318600 y 1.936100	Ventajas: Empresas 100% confiables, con seguros de accidentes. Desventajas: algunas veces retrasos en vuelos
Transporte nacional	Medellín a Guatapé	Transporte terrestre	Entre 15.000 y 64.600	Ventajas: Empresas 100% confiables, con seguros de

				accidentes. Desventajas: Depreciación en la carretera hacia Guatapé
--	--	--	--	---

CUADRO 5: PRESUPUESTO DE VENTAS PRIMER AÑO

PRIMER AÑO	T	T	TURIS	VALOR	VALOR	TURISTAS	VALOR	VALOR	TOTAL
MES	ALTA	BAJA	NALES	DEL PAQTE	TOTAL	EXTJEROS	DEL PAQUETE	TOTAL	
ABRIL		X	200	70,000	14,000,000	15	1,854,512	27,817,680	41,817,680
MAYO		X	200	70,000	14,000,000	15	1,854,512	27,817,680	41,817,680
JUNIO	X		400	70,000	28,000,000	25	1,854,512	46,362,800	74,362,800
JULIO	X		400	70,000	28,000,000	25	1,854,512	46,362,800	74,362,800
AGOSTO		X	200	70,000	14,000,000	15	1,854,512	27,817,680	41,817,680
SEPTIEMBRE		X	200	70,000	14,000,000	15	1,854,512	27,817,680	41,817,680
OCTUBRE		X	200	70,000	14,000,000	15	1,854,512	27,817,680	41,817,680
NOVIEMBRE		X	200	70,000	14,000,000	15	1,854,512	27,817,680	41,817,680
DICIEMBRE	X		400	70,000	28,000,000	25	1,854,512	46,362,800	74,362,800
TOTAL									473,994,480

CUADRO 6: PRESUPUESTO DE VENTAS SEGUNDO AÑO

SEGUNDO AÑO	T	T	TURISTAS	VALOR	VALOR	TURISTAS	VALOR	VALOR	TOTAL
MES	ALTA	BAJA	NALES	DEL PAQTE	TOTAL	EXTJEROS	DEL PAQUETE	TOTAL	
ENERO	X		400	77,000	30,800,000	25	2,039,963	50,999,075	81,799,075
FEBRERO		X	200	77,000	15,400,000	15	2,039,963	30,599,445	45,999,445
MARZO		X	200	77,000	15,400,000	15	2,039,963	30,599,445	45,999,445
ABRIL		X	220	77,000	16,940,000	15	2,039,963	30,599,445	47,539,445
MAYO		X	220	77,000	16,940,000	17	2,039,963	34,679,371	51,619,371
JUNIO	X		440	77,000	33,880,000	28	2,039,963	57,118,964	90,998,964
JULIO	X		440	77,000	33,880,000	28	2,039,963	57,118,964	90,998,964
AGOSTO		X	220	77,000	16,940,000	17	2,039,963	34,679,371	51,619,371
SEPTIEMBRE		X	220	77,000	16,940,000	17	2,039,963	34,679,371	51,619,371
OCTUBRE		X	220	77,000	16,940,000	17	2,039,963	34,679,371	51,619,371
NOVIEMBRE		X	220	77,000	16,940,000	17	2,039,963	34,679,371	51,619,371
DICIEMBRE	X		440	77,000	33,880,000	28	2,039,963	57,118,964	90,998,964
SUB TOTAL									752,431,157
TOTAL									752,431,157

CUADRO 6 A: PRESUPUESTO DE VENTAS TERCER AÑO

TERCER AÑO									
ENERO	X		484	84,700	40,994,800	30	2,243,960	67,318,800	108,313,600
FEBRERO		X	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
MARZO		X	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
ABRIL		X	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
MAYO		X	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
JUNIO	X		484	84,700	40,994,800	30	2,243,960	67,318,800	108,313,600
JULIO	X		484	84,700	40,994,800	30	2,243,960	67,318,800	108,313,600
AGOSTO		X	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
SEPTIEMBRE		X	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
OCTUBRE		X	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
NOVIEMBRE		X	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
DICIEMBRE	X		484	84,700	40,994,800	30	2,243,960	67,318,800	108,313,600
SUB TOTAL									956,267,200
TOTAL									956,267,200
TERCER AÑO									

2. ESTUDIO TÉCNICO

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

- Diseñar lo más exactamente posible el viaje (fechas, duración, itinerario, Excursiones, comidas, guías, etc.)
- Planificación del itinerario.
- Elección de proveedores.
- Cálculo del presupuesto del viaje.
- Cálculo del índice de ocupación o punto muerto.
- Elaboración y promoción del folleto o proyecto.
- Presentación del producto.
- Formalización y realización.
- Control de calidad y seguimiento de la venta.
- Obtener datos del viajero: datos personales, personas que viajarán, etc.

Para efectuar estos procesos en la empresa existen dos canales de distribución definidos: la intermediación tradicional y la info.-mediación turística en la actualidad.

La intermediación tradicional se realizará de manera directa (ventas directas o sin intermediarios) la relación más tradicional que existe se da entre las entidades prestatarias de servicios turísticos como (empresa prestadora de servicios de

Barco –bar. (AsobarcosGuatapé) hoteles, piedra del peñol, cable vuelo, restaurantes. Transporte. etc.) – clientes finales.

En esta parte después de hacer todos los convenios con las anteriores empresas. El precio de referencia para el paquete turístico a nivel nacional es de \$70.000. El cual se ofrece los siguientes servicios:

- Traslado Medellín –Guatapé: un transporte contratado por la empresa con su respectivo seguro. Recogerá a los clientes en la Terminal de transporte a partir de las 6:00 a.m.
- Refrigerio AM: cuando estén llegando a Guatapé en un restaurante de la zona de comida típica de la zona. Se comerá el refrigerio que constara de arepa de choclo, quesito y chocolate. O chorizo, arepa y chocolate.
- Paseo en barco: este servicio será ofrecido por la empresa (AsobarcosGuatapé) donde las personas disfrutaran de una hermosa vista del embalse y sus paisajes, de la información del municipio, de rumba y bar.
- Servicio de barco bar.
- Almuerzo: el almuerzo se efectuara en los restaurantes con convenios con la empresa.
- Servicio piedra del peñol: en la cima disfrutaran los turistas de un avistamiento del embalse de Guatapé y todos los hermosos paisajes de la región.
- Cánopi.
- Refrigerio PM.
- Video del tours: se grabará un video del paseo en el barco y se le obsequiara a cada uno de los turistas.

- Camiseta: la camiseta se obsequiara con el nombre de recuerdo de Guatapé – Antioquia (Colombia).
- Seguros. Todos los turistas están asegurados en los respectivos eventos.
- Traslado Guatapé- Medellín: A partir de las 6:00 p.m. los turistas estarán ingresando al carro para dirigirse a la ciudad de Medellín.

Por otra parte, la info.-mediación: a través de la página WEB la empresa tendrá toda la información para que el cliente nacional e internacional, compre los paquetes de turismo ofrecidos por la empresa. Este método de distribución será más enfocado a los turistas extranjeros que compren los paquetes turísticos.

Después de hacer los convenios con las aerolíneas de promociones etc.

El extranjero llegara a Colombia, será recogido por un carro en el aeropuerto que lo llevara al hotel elegido por el con anterioridad de reserva. Se le ofrecerá dormida en Guatapé, el paquete turístico y demás opciones que hay en el municipio. El trato será más personalizado y la empresa contratara un guía bilingüe para el acompañamiento de los turistas extranjeros en su estadía.

2.2 TIPOS DE PROCESOS PRODUCTIVOS

El proyecto tiene un proceso productivo que es la producción por pedidos el cual se hace por un pedido individual, bajo formas de exclusividad.

- Información y asesoramiento al cliente.
- Reserva y venta de servicios: entradas, alojamiento, alquiler, etc.
- Reserva y venta de viajes combinados.
- Servicios subsidiarios: cambio divisas, pólizas de seguros, etc.
- Investigación de mercado.

- Elaboración de paquetes turísticos.
- Elaboración de folletos informativos.
- Promoción y distribución de paquetes turísticos.
- Organización de eventos.
- Control posventa.

Características:

- No requieren altas inversiones de capital en equipos
- La exclusividad requiere selección de todos los recursos en una forma detallada.
- FLEXIBILIDAD: Capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios del entorno (adaptar el servicio a los deseos del cliente).
- ESCASA UTILIZACIÓN DE EQUIPOS: Los servicios no requieren plantas de producción, de transformación o de almacenado en la misma proporción que las empresas manufactureras.
- APORTE TECNOLÓGICO: La tecnología es necesaria para poder intervenir con otros agentes y poder prestar algunos de los servicios.
- No requieren altas inversiones de capital en equipos

Ventajas

- Existe competencia pero hay secretos en el servicio.
- Ingreso de turistas a Colombia ha crecido en los últimos 5 años.
- Variedad de paquetes promocionales y turísticos.
- Amabilidad y cordialidad en el trato con los turistas.
- La gran variedad de paisajes que se encuentra en el municipio de Guatapé.

Desventajas:

- Demandas limitadas en épocas donde el servicio turístico no es muy solicitado.
- Problema de seguridad publica debido a la guerrilla
- Carencia o discontinuidad de Planes de Desarrollo Turístico Regional: En general, los entes territoriales y los clúster regionales presentan dificultades en materia de planificación turística.
- Promoción y comercialización del producto: Se evidencian las deficiencias en el diseño y creación de los paquetes turísticos, en el diseño de una marca turística y en la generación de material promocional, principalmente.

2.3 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

El servicio turístico actúa a través de una capacidad instalada por medio de la descripción de cada uno de los procesos que permite identificar cada actividad y su duración.

Paso 1.

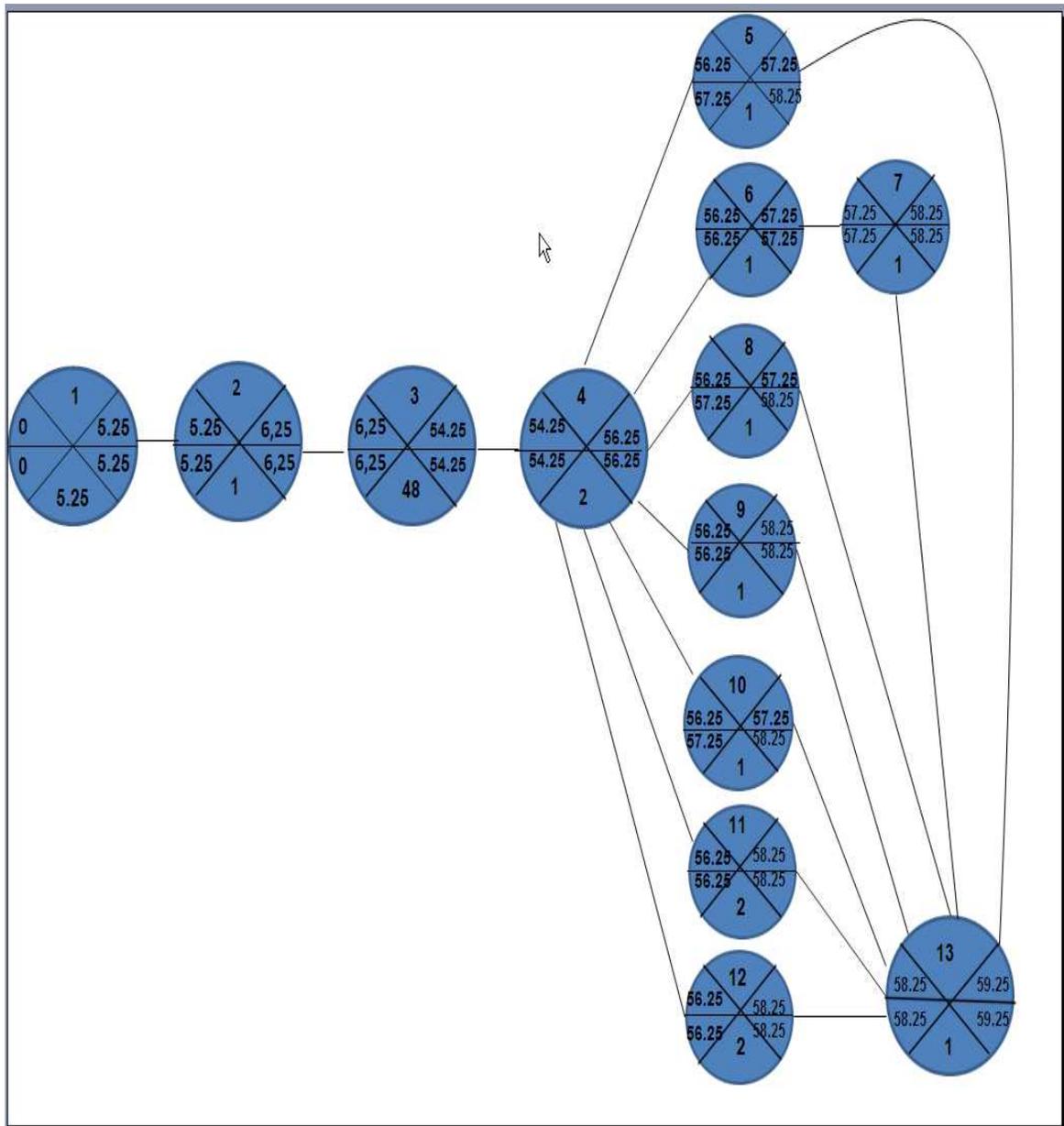
Cuadro 7: PAQUETE INTERNACIONAL

ACTIVIDAD	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	PREDECESORA	TIEMPO (HORAS)
1	Transporte Internacional	0	5,25
2	Transporte José María Córdoba-	1	1

	hotel Medellín		
3	Hotel por noche	2	48
4	Traslado hotel- Guatapé	3	2
5	Refrigerio AM	4	1
6	Paseo en barco	4	1
7	Servicio de Barco- bar (Empresa AsobarcosGuatapé	6	1
8	Almuerzo	4	1
9	Servicio Piedra del Peñol	4	2
10	Refrigerio PM	4	1
11		4	2

	Cánopi		
12	Traslado Guatapé- hotel	4	2
13	Traslado hotel- aeropuerto	12	1

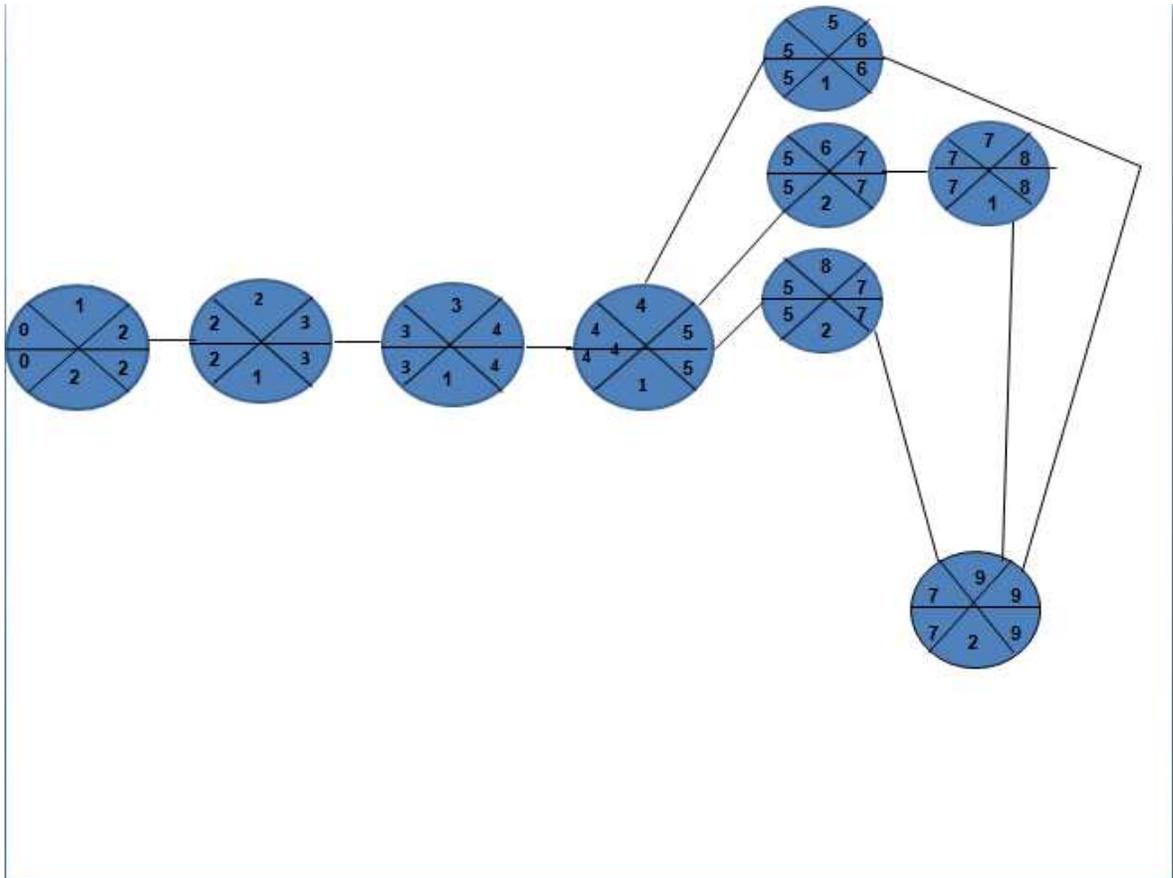
GRÁFICO: 1 RUTA CRITICA PAQUETE INTERNACIONAL



CUADRO 8: PAQUETE NACIONAL

ACTIVIDAD	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	PREDECESORA	TIEMPO (HORAS)
1	Traslado hotel-Guatapé	0	2
2	Refrigerio AM	1	1
3	Paseo en barco	2	1
4	Servicio de Barco-bar. (Empresa AsobarcosGuatapé	3	1
5	Almuerzo	4	1
6	Servicio Piedra del Peñol	4	2
7	Refrigerio PM	6	1
8	Cánopi	4	2
9	Traslado Guatapé-hotel	8	2

GRÁFICO: 2 RUTA CRITICA PAQUETE NACIONAL



2.4 CUADRO 9: BALANCE DE MAQUINARIA Y EQUIPOS

Can	ACTIVO	Vr. UNITARIO.	Vr. TOTAL	Depreciación (años)
1	Vehículo	25,000,000	31,250,000	3
1	Computador portátil SANSUMG	1,500,000	1,500,000	3
1	Computador escritorio Intel Pentium D 940	1,500,000	1,500,000	3
1	Impresora multifuncional LASER HP	500,000	580,000	3
2	Escritorio tipo secretaria	500,000	1,160,000	5
2	Silla giratoria ergonómica	150,000	348,000	5
TOTAL ACTIVOS FIJOS			36,338,000	

2.5 CUADRO 10: ESTRUCTURA DE COSTOS PAQUETE INTERNACIONAL

Transporte Internacional	1.186740
Transporte José María Córdoba-hotel Medellín	50.000
Hotel por noche	195.000
Traslado hotel-Guatapé	9.000
Refrigerio AM	3.000
Paseo en barco	8.000
Almuerzo	6.000
Servicio Piedra del Peñol	5.000
Refrigerio PM	3.000

Cánopi	8.000
Traslado Guatapé-hotel	9.000
Traslado hotel- aeropuerto	50.000
Total	1.532.740

CUADRO 11: ESTRUCTURA DE COSTOS PAQUETE NACIONAL

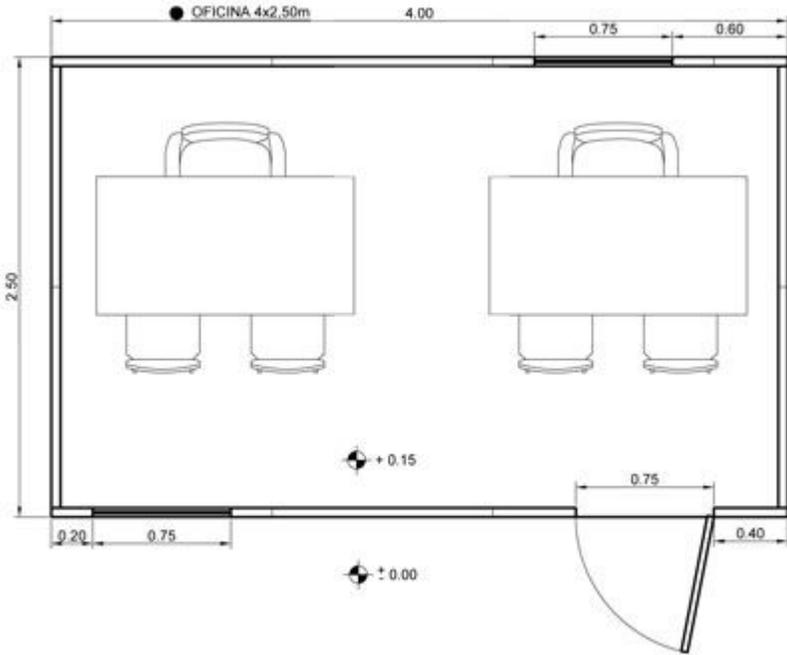
Traslado hotel-Guatapé	9.000
Refrigerio AM	3.000
Paseo en barco	8.000
Almuerzo	6.000
Servicio Piedra del Peñol	5.000
Refrigerio PM	3.000
Cánopi	8.000
Traslado Guatapé-hotel	9.000
Total	51.000

2.6 LOCALIZACIÓN

La empresa Guatatours tendrá su sede de operación en el municipio de Guatapé del oriente Antioqueño, por su gran ubicación geográfica a solo 1 hora y 30 minutos del municipio de Medellín, la cercanía con el aeropuerto Internacional José María Córdoba, por sus grandes atractivos turísticos como la el peñón de Guatapé, más conocido como la piedra del peñol, su hermoso embalse uno de

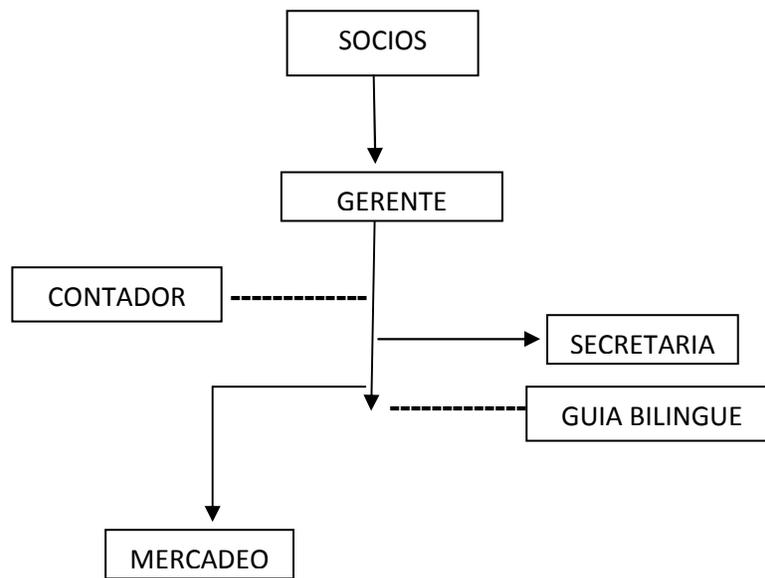
los más grandes de Colombia, y una gran variedad de sitios para conocer. También su cercanía a diferentes municipios como el peñol, San Rafael, Río Negro, Marinilla etc.

2.7 GRAFICO 3 PLANO



3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.1 GRAFICO 4: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



3.2 VISIÓN

Para el año 2020 Guatatuours S.A.S será reconocida a nivel nacional e Internacional, como una empresa turística que se desarrolle de forma confiable, segura, sólida y rentable. Con la audacia y calidad humana de nuestra gente, concientizando a nuestro cliente nacional o extranjero de la importancia de cuidar nuestras riquezas geográficas, con una gestión que se anticipe y adapte al cambio, aprenda de la experiencia e innove permanentemente en sus servicios.

3.3 MISIÓN

Nuestra misión es brindarle a nuestros clientes, paquetes turísticos diseñados para jóvenes y adultos. Ofreciendo planes ecológicos, deportivos, Románticos, de Aventura entre otros. Esta labor la hacemos en un ambiente de calidad total apoyándonos en nuestro recurso humano y en el mejoramiento continuo en nuestro servicio, con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes y contribuir con el desarrollo social de nuestro país.

3.4 PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES

INTEGRIDAD: tenemos el compromiso de hacer las cosas bien desde el principio, al ser sinceros con nuestros clientes y transparentes en el manejo de nuestras operaciones. Dinamismo siendo proactivos y actuando con flexibilidad, nos anticipamos y nos adaptamos a los cambios, estimulamos y apoyamos el trabajo en equipo.

FORTALEZA: un servicio de excelencia al cliente y un trato personalizado acorde con las necesidades individuales.

COMPROMISO: estamos comprometidos con identificar las necesidades y los deseos de los clientes, estableciendo un contacto permanente para brindarles satisfacción con calidad y en forma oportuna.

ESPÍRITU DE EQUIPO

Contamos con un equipo exitoso tanto en nuestros colaboradores como en la búsqueda de un mejor rendimiento de equipo. Valoramos el aporte brindado por cada miembro de equipo. Trabajamos de forma global y comprometida para alcanzar metas en común.

3.5 CUADRO 12: SELECCIÓN DE PERSONAL (GERENTE)

HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	Nombre del cargo (Gerente)
	Datos aspirante: Nombre del aspirante: Dirección vivienda: Tel fijo: TEL celular : Correo electrónico:
	Sección o Área para el cual se aspira: Gerencia
	Cargo jefe inmediato: Socios
	Nombre del analista:
	Fecha de análisis

FUNCIONES, TAREAS QUE COMPONEN EL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> • Labores principales: Gerencia de la empresa o representante legal. Representar la empresa en todos los asuntos legales, firmar contratos y convenios con otras entidades y personas naturales, abrir cuentas corrientes, citar a reuniones a la junta directiva, asamblea de accionistas, firmar las declaraciones tributarias, contratación del personal. En general desarrollar el objeto social de la compañía. • Labores secundarias: Crear programas de promoción por medio de asesorías y acompañamiento de empresas u organismos del sector turismo. <p>Labores ocasionales: Asistir a reuniones del sector turístico, presentar declaración de industria y comercio.</p>
--	--

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE CONOCIM.	GRADO DE INSTRUCCIÓN: profesional en administración de empresas, contaduría o economista con experiencia en el sector turístico, conocedor del oriente Antioqueño.
		EXPERIENCIA: 2 años en el sector turístico.
		CONOCIMIENTOS ESPECIALES: legislación especial del sector turismo.

DE HABILIDAD	<p>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ejecuta labores rutinarias y repetitivas. - Toma grandes decisiones siguiendo lineamientos ya definidos pero con características de elegibilidad. - Planea el trabajo en forma general y en detalle para presentarlo a revisoría.
	<p>RESPONSABILIDAD DE LA SUPERVISIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - NO APLICA
	<p>. RESPONSABILIDAD POR CONTACTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mantiene contacto directo con personas externas a la organización para recibir o dar información. - Mantiene contacto directo con personas externas a la organización para vender servicios. - Maneja asuntos confidenciales con organismos externos
	<p>RESPONSABILIDAD POR PROCESOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ejecuta labores intermedias en el proceso, sus errores son detectables y corregibles.
	<p>RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El manejo inadecuado de los equipos puede ocasionar daños hasta por \$_1000000_____
	<p>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maneja documentos y dinero diariamente Maneja documentos por valores ocasionalmente.

		<p>ESFUERZO MENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Antes de iniciar las tareas diarias debe aplicar su criterio para Planear su línea de acción. - Durante toda la jornada ejecuta tareas que requieren de esfuerzo mental.
--	--	--

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE ESFUERZO FÍSICO	<p>ESFUERZO VISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Debe atender pequeños detalles en la ejecución diaria de la tarea que demandan de un esfuerzo visual permanente.
		<p>ESFUERZO FISICO (Duración e Intensidad)</p> <p>NO APLICA</p>

DIFICULTADEL CARGOS	<p>CONDICIONES AMBIENTALES: (Condiciones atmosféricas, ruido, luz)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presencia de ruido originada por el ambiente externo
	<p>RIESGOS DEL CARGO (Accidentes, enfermedades profesionales)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Puede sufrir _ Accidentes _____

OBSERVACIONES (Empleado, Jefe, Analista)

Firma Empleado

Firma Jefe Inmediato

CUADRO 13: SELECCIÓN DE PERSONAL (SECRETARIA)

HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	Nombre del cargo: Secretaria
	Datos aspirante: Nombre del aspirante: Dirección vivienda:
	Sección o Área para el cual se aspira: Secretaria
	Cargo jefe inmediato: Gerente
	Nombre del analista:
	Fecha de análisis
	FUNCIONES, TAREAS QUE COMPONEN EL CARGO

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE CONOCIM.	GRADO DE INSTRUCCIÓN: Técnica en secretariado administrativo.	
		EXPERIENCIA: 1 año de experiencia.	
		CONOCIMIENTOS ESPECIALES: haber trabajado en el sector turismo.	
	DE HABILIDAD	HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA	
		<ul style="list-style-type: none"> - Ejecuta labores rutinarias y repetitivas. 	
		RESPONSABILIDAD DE LA SUPERVISIÓN:	
		<ul style="list-style-type: none"> - NO APLICA 	
RESPONSABILIDAD POR CONTACTO:			
<ul style="list-style-type: none"> - Mantiene contacto directo con personas externas a la organización para recibir o dar información. - Mantiene contacto directo con personas externas a la organización para vender servicios. - Maneja asuntos confidenciales con organismos externos 			
RESPONSABILIDAD POR PROCESOS:			
<ul style="list-style-type: none"> - Ejecuta labores intermedias en el proceso, sus errores son detectables y corregibles. 			

	RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS:
	<ul style="list-style-type: none"> - El manejo inadecuado de los equipos puede ocasionar daños hasta por \$_1000000_____
	RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO:
	<ul style="list-style-type: none"> - Maneja documentos y dinero diariamente - Maneja documentos por valores ocasionalmente.
	ESFUERZO MENTAL
	<ul style="list-style-type: none"> - Antes de iniciar las tareas diarias debe aplicar su criterio para Planear su línea de acción. - Durante toda la jornada ejecuta tareas que requieren de esfuerzo mental.

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE ESFUERZO FÍSICO	ESFUERZO VISUAL
		<ul style="list-style-type: none"> - Debe atender pequeños detalles en la ejecución diaria de la tarea que demandan de un esfuerzo visual permanente.
		ESFUERZO FISICO (Duración e Intensidad)
		NO APLICA

DIFICULTADES	CONDICIONES AMBIENTALES: (Condiciones atmosféricas, ruido, luz)
	<ul style="list-style-type: none"> - Presencia de ruido originada por el ambiente externo

CUADRO 14: SELECCIÓN DEL PERSONAL (jefe de mercadeo)

HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	Nombre del cargo: Jefe de Mercadeo
	Datos aspirante:
	Nombre del aspirante:
	Dirección vivienda:
	Tel fijo: Tel celular :
	Correo electrónico:
	Sección o Área para el cual se aspira: Jefe de Mercadeo
	Cargo jefe inmediato: Gerente
Nombre del analista:	
Fecha de análisis	

FUNCIONES, TAREAS QUE COMPONEN EL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> • Labores principales: Buscar alianzas con empresas prestadoras de servicio, donde podamos promover diferentes paquetes turísticos, con el fin de que la empresa tenga presencia y alta participación en el mercado <p>Labores secundarias: con sus conocimientos en inglés y en Comercio Internacional facilitar la conexión y labor entre los clientes y la empresa.</p> <p>Labores ocasionales: presentar presupuesto de ventas mensuales.</p>
--	---

EXIGENCIAS DEL CARGO DE CONOCIM.	GRADO DE INSTRUCCIÓN: profesional en mercadeo y ventas, comercio exterior, administración.
	EXPERIENCIA: Dos años en el sector turismo.
	CONOCIMIENTOS ESPECIALES:

DE HABILIDAD	<p>HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ejecuta labores rutinarias y repetitivas. - Toma grandes decisiones siguiendo lineamientos ya definidos pero con características de elegibilidad. - Planea el trabajo en forma general y en detalle para presentarlo a la Gerencia.
	<p>RESPONSABILIDAD DE LA SUPERVISIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - NO APLICA
	<p>. RESPONSABILIDAD POR CONTACTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mantiene contacto directo con personas externas a la organización para recibir o dar información. - Mantiene contacto directo con personas externas a la organización para vender servicios. - Maneja asuntos confidenciales con organismos externos
	<p>RESPONSABILIDAD POR PROCESOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ejecuta labores intermedias en el proceso, sus errores son detectables y corregibles.
	<p>RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El manejo inadecuado de los equipos puede ocasionar daños hasta por \$_1000000_____
	<p>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maneja documentos y dinero diariamente Maneja documentos por valores ocasionalmente.

		<p>ESFUERZO MENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Antes de iniciar las tareas diarias debe aplicar su criterio para Planear su línea de acción. - Durante toda la jornada ejecuta tareas que requieren de esfuerzo mental.
--	--	--

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE ESFUERZO FÍSICO	<p>ESFUERZO VISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Debe atender pequeños detalles en la ejecución diaria de la tarea que demandan de un esfuerzo visual permanente.
		<p>ESFUERZO FISICO (Duración e Intensidad)</p> <p>NO APLICA</p>

DIFICULTADEL CARGOS	<p>CONDICIONES AMBIENTALES: (Condiciones atmosféricas, ruido, luz)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presencia de ruido originada por el ambiente externo
	<p>RIESGOS DEL CARGO (Accidentes, enfermedades profesionales)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Puede sufrir _ Accidentes _____

OBSERVACIONES (Empleado, Jefe, Analista)

Firma Empleado

Firma Jefe Inmediato

CUADRO 15: SELECCIÓN DEL PERSONAL (Contador)

HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	Nombre del cargo: Contador
	Datos aspirante:
	Nombre del aspirante:
	Dirección vivienda:
	TEL fijo: TEL celular :
	Correo electrónico:
	Sección o Área para el cual se aspira: Contador
	Cargo jefe inmediato: Gerente
Nombre del analista:	
Fecha de análisis	

FUNCIONES, TAREAS QUE COMPONEN EL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> • Labores principales: Elaborar estados financieros • Labores secundarias: Reuniones con junta directiva, análisis de Costos, presupuestos. Elaboración de declaraciones tributarias como IVA, renta, industria y Comercio Etc. • Labores ocasionales: Preparación de declaración de industria y Comercio, declaraciones de renta.
--	--

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE CONOCIM.	GRADO DE INSTRUCCIÓN: Profesional en Contaduría Publica
		EXPERIENCIA: 2 años
		CONOCIMIENTOS ESPECIALES: experiencia en empresas del sector turismo.
	DE HABILIDAD	HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA <ul style="list-style-type: none"> - Ejecuta labores rutinarias y repetitivas. - Toma grandes decisiones siguiendo lineamientos ya definidos pero con características de elegibilidad. - Planea el trabajo en forma general y en detalle para presentarlo al gerente.
RESPONSABILIDAD DE LA SUPERVISIÓN: <ul style="list-style-type: none"> - NO APLICA 		

	<p>. RESPONSABILIDAD POR CONTACTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mantiene contacto directo con personas externas a la organización para recibir o dar información. - Mantiene contacto directo con personas externas a la organización para vender servicios. - Maneja asuntos confidenciales con organismos externos <hr/> <p>RESPONSABILIDAD POR PROCESOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ejecuta labores intermedias en el proceso, sus errores son detectables y corregibles. <hr/> <p>RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El manejo inadecuado de los equipos puede ocasionar daños hasta por \$_1000000_____ <hr/> <p>RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maneja documentos y dinero diariamente Maneja documentos por valores ocasionalmente. <hr/> <p>ESFUERZO MENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Antes de iniciar las tareas diarias debe aplicar su criterio para Planear su línea de acción. - Durante toda la jornada ejecuta tareas que requieren de esfuerzo mental.
--	--

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE ESFUERZO FÍSICO	ESFUERZO VISUAL - Debe atender pequeños detalles en la ejecución diaria de la tarea que demandan de un esfuerzo visual permanente.
		ESFUERZO FISICO (Duración e Intensidad) NO APLICA

DIFICULTADES DE LOS CARGOS	CONDICIONES AMBIENTALES: (Condiciones atmosféricas, ruido, luz) - Presencia de ruido originada por el ambiente externo
	RIESGOS DEL CARGO (Accidentes, enfermedades profesionales) - Puede sufrir _ Accidentes _____

OBSERVACIONES (Empleado, Jefe, Analista)

Firma Empleado

Firma Jefe Inmediato

CUADRO 16: SELECCIÓN DEL PERSONAL (Guía Bilingüe)

HOJA DE ANÁLISIS OCUPACIONAL	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	Nombre del cargo: Guía bilingüe turístico
	Datos aspirante: Nombre del aspirante: Dirección vivienda: Correo electrónico:
	Sección o Área para el cual se aspira: Guía bilingüe turístico
	Cargo jefe inmediato: Gerente
	Nombre del analista:
	Fecha de análisis
	FUNCIONES, TAREAS QUE COMPONEN EL CARGO

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE CONOCIM.	GRADO DE INSTRUCCIÓN: Tecnólogo.	
		EXPERIENCIA: 2 años de enseñanza en programas turísticos en el idioma ingles.	
		CONOCIMIENTOS ESPECIALES: estudios en francés-italiano	
	DE HABILIDAD	HABILIDAD MENTAL E INICIATIVA	
		<ul style="list-style-type: none"> - Ejecuta labores rutinarias y repetitivas. - Toma grandes decisiones siguiendo lineamientos ya definidos pero con características de elegibilidad. - Planea el trabajo en forma general y en detalle para presentarlo a la Gerencia. 	
		RESPONSABILIDAD DE LA SUPERVISIÓN:	
<ul style="list-style-type: none"> - NO APLICA 			
RESPONSABILIDAD POR CONTACTO:			
<ul style="list-style-type: none"> - Mantiene contacto directo con personas externas a la organización para recibir o dar información. - Mantiene contacto directo con personas externas a la organización para vender servicios. - Maneja asuntos confidenciales con organismos externos 			
RESPONSABILIDAD POR PROCESOS:			
<ul style="list-style-type: none"> - Ejecuta labores intermedias en el proceso, sus errores son detectables y corregibles. 			

	RESPONSABILIDAD POR MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS:
	<ul style="list-style-type: none"> - El manejo inadecuado de los equipos puede ocasionar daños hasta por \$_1000000_____
	RESPONSABILIDAD POR MANEJO DE DOCUMENTOS NEGOCIABLES Y DINERO:
	<ul style="list-style-type: none"> - Maneja documentos y dinero diariamente - Maneja documentos por valores ocasionalmente.
	ESFUERZO MENTAL
	<ul style="list-style-type: none"> - Antes de iniciar las tareas diarias debe aplicar su criterio para Planear su línea de acción. - Durante toda la jornada ejecuta tareas que requieren de esfuerzo mental.

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE ESFUERZO FÍSICO	ESFUERZO VISUAL
		<ul style="list-style-type: none"> - Debe atender pequeños detalles en la ejecución diaria de la tarea que demandan de un esfuerzo visual permanente.
		ESFUERZO FISICO (Duración e Intensidad)
		NO APLICA

DIFICULTADES	CONDICIONES AMBIENTALES: (Condiciones atmosféricas, ruido, luz)
	<ul style="list-style-type: none"> - Presencia de ruido originada por el ambiente externo

	<p>RIESGOS DEL CARGO (Accidentes, enfermedades profesionales)</p> <p>- Puede sufrir _ Accidentes _____</p>
<p>OBSERVACIONES (Empleado, Jefe, Analista)</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>	
<p>_____</p> <p>Firma Empleado</p>	<p>_____</p> <p>Firma Jefe Inmediato</p>

3.6 CUADRO 17: LIQUIDACION MENSUAL DE NOMINA GERENTE

CARGO	SALARIO	PREST. SOCIALES	APOR. PARAFISC.	SEGURIDAD. SOCIAL
Horas extras	0			
GERENTE	1,000,000	Cesantías 8.33%	Caja de Comp. 4%	Salud
Sub Transporte	61,500	88,423	40,000	Empleador 8.5%
	1,061,500	Prima 8.33%	IBF 3%	85,000
		88,423	30,000	Empleado 4%
		Vacaciones 4.17%	Sena 2%	40,000
		41,700	20,000	Pensiones
		Intereses 1%		Empleador 12%
		10,615		120,000
				empleado 4%
				40,000
				ARP 3%
				30,000
	TOTAL	229,161	90,000	315,000
LIQUIDACION MES				
SALARIO	1000000			
Prestaciones	114580			
Aportes Paraf.	45000			
Seg. Social	157500			
Deducciones				
Salud	20000			
Pensiones	20000			
Horas extras				
sub. Transporte				
Dotación	12500			
TOTAL	1,289,580			

CUADRO 18: LIQUIDACION MENSUAL DE NOMINA SECRETARIA

CARGO	SALARIO	PREST. SOCIALES	APOR. PARAFISC.	SEGURIDAD. SOCIAL
Horas extras	0			
SECRETARIA	850,000	Cesantías 8.33%	Caja de Comp. 4%	Salud
Sub Transporte.	61,500	75,928	34,000	Empleador 8.5%
	911,500	Prima 8.33%	IBF 3%	72,250
		75,928	25,500	Empleado 4%
		Vacaciones 4.17%	Sena 2%	34,000
		35,445	17,000	Pensiones
		Intereses 1%		Empleador 12%
		9,115		102,000
				empleado 4%
				34,000
				ARP 3%
				25,500
	TOTAL	196,416	76,500	267,750
LIQUIDACION MES				
SALARIO	850000			
Prestaciones	98208			
Aportes Paraf.	38250			
Seg. Social	133875			
Deducciones				
Salud	17000			
Pensiones	17000			
Horas extras				
Sub Transporte				
Dotación	12500			
TOTAL	1,098,833			

CUADRO 19: LIQUIDACION MENSUAL DE NOMINA JEFE DE MERCADEO

CARGO	SALARIO	PREST. SOCIALES	APOR. PARAFISC.	SEGURIDAD. SOCIAL
Horas extras	0			
SECRETARIA	850,000	Cesantías 8.33%	Caja de Comp. 4%	Salud
Sub Transpo.	61,500	75,928	34,000	Empleador 8.5%
	911,500	Prima 8.33%	IBF 3%	72,250
		75,928	25,500	Empleado 4%
		Vacaciones 4.17%	Sena 2%	34,000
		35,445	17,000	Pensiones
		Intereses 1%		Empleador 12%
		9,115		102,000
				empleado 4%
				34,000
				ARP 3%
				25,500
	TOTAL	196,416	76,500	267,750
LIQUIDACION MES				
SALARIO	850000			
Prestaciones	98208			
Aportes Paraf.	38250			
Seg. Social	133875			
Deducciones				
Salud	17000			
Pensiones	17000			
Horas extras				
Sub Transporte				
Dotación	12500			
TOTAL	1,098,833			

CUADRO 20. EMPLEADOS CONTRATADOS POR OUTSOURCING

Cargo	Valor mes
Contador	\$400.000
Guía bilingüe turístico	\$ 400.000

ASUNTOS LEGALES

Para la creación de la empresa es necesario:

1. Buscar el nombre, consultarlo si ya existe a través de la página Web de la Cámara de Comercio.
2. Hacer la minuta de Constitución. \$500.000
3. Hacerle presentación personal por cada uno de los accionistas ante una notaria o ir todos a la vez a la cámara de Comercio para registrarla. \$2.600 por firma. Luego presentarla a la Cámara de Comercio para su inscripción. (2 formularios empresa y establecimiento de comercio \$7.400). Registro de la sociedad \$ 292.000, registro de establecimiento de comercio \$90.000,
4. Ir a la administración de impuestos Nacionales para diligenciar el RUT.
5. Solicitar en la DIAN autorización para facturar.

6. Abrir una cuenta Corriente o de ahorros en una entidad financiera.
7. Registrar ante la Cámara de Comercio los libros oficiales, mayor y balances, caja diario, libro de actas y libro de accionistas. (4 libros 37.300 por registro de cada libro + el valor de las hojas a registrar alrededor de \$40.000)
8. Timbrar papelería como factura de venta, recibo de caja, comprobante de egreso, cotización, nota debito, nota crédito etc. (\$6.500 por talonario que se solicite timbrar).

4. ESTUDIO FINANCIERO

4.1 CUADRO 21: INVERSION INICIAL

4.1.1 ACTIVOS FIJOS

Can	ACTIVO	Vr. UNITARIO.	Vr. TOTAL	Depreciación (años)
1	vehiculo	25,000,000	31,250,000	10
1	Computador portátil SANSUMG	1,500,000	1,500,000	3
1	Computador escritorio Intel Pentium D 940	1,500,000	1,500,000	3
1	Impresora multifuncional LASER HP	500,000	580,000	3
2	Escritorio tipo secretaria	500,000	1,160,000	5
2	Silla giratoria ergonómica	150,000	348,000	5
TOTAL ACTIVOS FIJOS			36,338,000	

4.1.2 GASTOS PREOPERATIVOS O INVERSIONES DIFERIDAS

GASTO	Vr. TOTAL	Diferido (años)
Registro Cámara de Comercio	500,000	1
LEGALES	1,400,000	1
SOTWARE	2,000,000	1
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	3,900,000	

4.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo será lo necesario para cancelar		TRES meses de costos y gastos
Capital de trabajo	114,495,525	
TOTAL INVERSION INICIAL \$		154,733,525

4.1.4 HORIZONTE DEL PROYECTO

TRES AÑOS

4.1.5 FUENTES DE FINANCIACION INVERSIÓN INICIAL

56% Recursos propios	86,650,774	
44% Préstamo a través de terceros	68,082,751	
TOTAL INVERSIÓN	154,733,525	

4.2 CUADRO 22: PRESUPUESTO COSTOS Y GASTOS

4.2.1 COSTOS FIJOS

CONCEPTO	VR. TOTAL MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
----------	---------------------	-------	-------	-------

375

Servicios públicos	320,000	3,840,000	4,108,800	4,396,416
industria y comercio	120,000	1,440,000	1,540,800	1,648,656
Transporte	400,000	4,800,000	5,136,000	5,495,520
Celulares	250,000	3,000,000	3,210,000	3,434,700
Gerente	1,289,580	15,474,960	16,558,207	17,717,282
secretaria	1,098,833	13,185,996	14,109,016	15,096,647
Jefe de Mercadeo	1,098,833	13,185,996	14,109,016	15,096,647
Contador	400,000	4,800,000	5,136,000	5,495,520
Paquete de Telecomunicaciones	100,000	1,200,000	1,284,000	1,373,880
TOTAL COSTOS FIJOS	5,077,246	60,926,952	65,191,839	69,755,267

4.2.2 COSTOS VARIABLES

CONCEPTO	VR. TOTAL MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
----------	---------------------	-------	-------	-------

costo directo paquete turístico	31,275,175	375,302,100	585,106,049	730,911,963
Insumos combustibles	1,950,000	23,400,000	25,767,419	27,571,138
Mantenimiento	650,000	7,800,000	9,075,419	9,710,698
TOTAL COSTOS VARIABLES	33,875,175	406,502,100	619,948,887	768,193,800

TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES

CONCEPTO	VR. TOTAL MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
FIJOS	5,077,246	60,926,952	65,191,839	69,755,267
VARIABLES	33,875,175	406,502,100	619,948,887	768,193,800
TOTAL FIJOS Y VARIABLES	38,952,421	467,429,052	685,140,726	837,949,067

NOTA: los Costos y Gastos tendrán un incremento anual del 8%

PARA LIQUIDAR EL CAPITAL DE TRABAJO NECESARIO PARA TRES MESES	116,857,263
--	-------------

4.3. INGRESOS

CUADRO 23 INGRESOS PRIMER AÑO

PRIMER AÑO	TURISTAS	VALOR	VALOR	TURISTAS	VALOR	VALOR	TOTAL
MES	NALES	DEL PAQTE	TOTAL	EXTJEROS	DEL PAQUETE	TOTAL	
ABRIL	200	70,000	14,000,000	15	1,854,512	27,817,680	41,817,680
MAYO	200	70,000	14,000,000	15	1,854,512	27,817,680	41,817,680
JUNIO	400	70,000	28,000,000	25	1,854,512	46,362,800	74,362,800
JULIO	400	70,000	28,000,000	25	1,854,512	46,362,800	74,362,800
AGOSTO	200	70,000	14,000,000	15	1,854,512	27,817,680	41,817,680
SEPTIEMBRE	200	70,000	14,000,000	15	1,854,512	27,817,680	41,817,680
OCTUBRE	200	70,000	14,000,000	15	1,854,512	27,817,680	41,817,680
NOVIEMBRE	200	70,000	14,000,000	15	1,854,512	27,817,680	41,817,680
DICIEMBRE	400	70,000	28,000,000	25	1,854,512	46,362,800	74,362,800
TOTAL							473,994,480

CUADRO 24: INGRESOS SEGUNDO AÑO

SEGUNDO AÑO	TURISTAS	VALOR	VALOR	TURISTAS	VALOR	VALOR	TOTAL
MES	NALES	DEL PAQTE	TOTAL	EXTJEROS	DEL PAQUETE	TOTAL	
ENERO	400	77,000	30,800,000	25	2,039,963	50,999,075	81,799,075
FEBRERO	200	77,000	15,400,000	15	2,039,963	30,599,445	45,999,445
MARZO	200	77,000	15,400,000	15	2,039,963	30,599,445	45,999,445
ABRIL	220	77,000	16,940,000	15	2,039,963	30,599,445	47,539,445
MAYO	220	77,000	16,940,000	17	2,039,963	34,679,371	51,619,371
JUNIO	440	77,000	33,880,000	28	2,039,963	57,118,964	90,998,964
JULIO	440	77,000	33,880,000	28	2,039,963	57,118,964	90,998,964
AGOSTO	220	77,000	16,940,000	17	2,039,963	34,679,371	51,619,371
SEPTIEMBRE	220	77,000	16,940,000	17	2,039,963	34,679,371	51,619,371
OCTUBRE	220	77,000	16,940,000	17	2,039,963	34,679,371	51,619,371
NOVIEMBRE	220	77,000	16,940,000	17	2,039,963	34,679,371	51,619,371
DICIEMBRE	440	77,000	33,880,000	28	2,039,963	57,118,964	90,998,964
SUB TOTAL							752,431,157
TOTAL							752,431,157

CUADRO 25: INGRESO TERCER AÑO

TERCER AÑO							
ENERO	484	84,700	40,994,800	30	2,243,960	67,318,800	108,313,600
FEBRERO	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
MARZO	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
ABRIL	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
MAYO	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
JUNIO	484	84,700	40,994,800	30	2,243,960	67,318,800	108,313,600
JULIO	484	84,700	40,994,800	30	2,243,960	67,318,800	108,313,600
AGOSTO	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
SEPTIEMBRE	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
OCTUBRE	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
NOVIEMBRE	242	84,700	20,497,400	20	2,243,960	44,879,200	65,376,600
DICIEMBRE	484	84,700	40,994,800	30	2,243,960	67,318,800	108,313,600
SUB TOTAL							956,267,200
TOTAL							956,267,200

4.4 CUADRO 26: LIQUIDACION DEL CREDITO

No de Cuota	Préstamo	Cuota fija	Intereses	Abono a capital	Saldo
0	68,082,751				68,082,751
1		3,281,729	816,993	2,464,736	65,618,015
2		3,281,729	787,416	2,494,313	63,123,702
3		3,281,729	757,484	2,524,245	60,599,457
4		3,281,729	727,193	2,554,536	58,044,921
5		3,281,729	696,539	2,585,190	55,459,731
6		3,281,729	665,517	2,616,212	52,843,519
7		3,281,729	634,122	2,647,607	50,195,912
8		3,281,729	602,351	2,679,378	47,516,534
9		3,281,729	570,198	2,711,531	44,805,003
10		3,281,729	537,660	2,744,069	42,060,934
11		3,281,729	504,731	2,776,998	39,283,936
12		3,281,729	471,407	2,810,322	36,473,614
13		3,281,729	437,683	2,844,046	33,629,568
14		3,281,729	403,555	2,878,174	30,751,393
15		3,281,729	369,017	2,912,712	27,838,681
16		3,281,729	334,064	2,947,665	24,891,016
17		3,281,729	298,692	2,983,037	21,907,979
18		3,281,729	262,896	3,018,833	18,889,146
19		3,281,729	226,670	3,055,059	15,834,086
20		3,281,729	190,009	3,091,720	12,742,366
21		3,281,729	152,908	3,128,821	9,613,545
22		3,281,729	115,363	3,166,367	6,447,178
23		3,281,729	77,366	3,204,363	3,242,815
24		3,281,729	38,914	3,242,815	0
TOTAL		78,761,501	10,678,750		

Liquidación del crédito	Tasa de Interés efectiva mensual	Factor	Cuota	Total primer año intereses	Total segundo año intereses
68,082,751	1.20%	0.048202065	3,281,729	7,771,613	2,907,137

4.5 CUADRO 27: DEPRECIACIONES

ACTIVO FIJO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
vehiculo	3,125,000	3,125,000	3,125,000
Computador portátil SANSUMG	500,000	500,000	500,000
Computador escritorio Intel Pentium D 940	500,000	500,000	500,000
Impresora multifuncional LASER HP	193,333	193,333	193,333
Escritorio tipo secretaria	232,000	232,000	232,000
Silla giratoria ergonómica	69,600	69,600	69,600
TOTAL DEPRECIA. PERÍODO	4,619,933	4,619,933	4,619,933

4.6 CUADRO 28: ESTADO DE RESULTADOS

CUENTA	Año 1	Año 2	Año 3
Ingreso por Ventas	473,994,480	752,431,157	956,267,200
Costo de Venta	406,502,100	619,948,887	768,193,800
Utilidad bruta en Ventas	67,492,380	132,482,270	188,073,400
Gastos de Operación, administración y de Ventas	60,926,952	65,191,839	69,755,267
Depreciación	4,619,933	4,619,933	4,619,933
Amortizaciones	1,300,000	1,300,000	1,300,000
Utilidad Operacional (UAI)	645,495	61,370,498	112,398,200
Gastos Financieros	7,890,233	2,951,509	0
Utilidad antes de impuestos	-7,244,738	58,418,989	112,398,200
Impuestos (33%)	-2,390,764	19,278,266	37,091,406
Utilidad Neta	-4,853,975	39,140,723	75,306,794

4.7 CUADRO 29: PRESUPUESTO DE EFECTIVO

ENTRADAS DE EFECTIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Caja		116,857,263	74,615,672	66,706,152
Ventas de Contado		473,994,480	752,431,157	956,267,200
Cobro de Cartera		0	0	0
Venta de Activos				
Préstamo	69,121,916			
Aportes Socios	87,973,347			
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	157,095,263	579,034,708	810,505,892	1,002,513,885
SALIDAS DE EFECTIVO				
Compras de Contado		406,502,100	619,948,887	768,193,800
Compras a crédito		0	0	0
Gastos de Contado		60,926,952	65,191,839	69,755,267
Gastos a crédito		0	0	0

Pago de préstamos e intereses		39,380,748	39,380,748	
Impuestos		-2,390,764	19,278,266	37,091,406
Inversión temporales				
Inversiones Permanentes				
Inversiones del Proyecto	40,238,000			
TOTAL SALIDAS EN EFECTIVO	40,238,000	504,419,036	743,799,740	875,040,473
DIFERENCIA ENTRADAS Y SALIDAS	116,857,263	74,615,672	66,706,152	127,473,412

4.8 CUADRO 30: EVALUACION FINANCIERA DEL VPN y TIR

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
FLUJO DE CAJA LIBRE PARA EL PROYECTO	-116,857,263	74,615,672	66,706,152	127,473,412
	Valor Mínimo de Rentabilidad de la inversión C.O.			30%
	Valor Presente Neto			\$ 38,032,084
	Tasa Interna de Retorno			50%

5. CONCLUSIONES

Se pudo dar cumplimiento a los objetivos trazados, pudiendo analizar la aplicación de todos los estudios turísticos, infiriendo lo siguiente:

-Reconocimos que tan importante es la investigación, porque nos da las bases para verificar si es viable o no la creación de empresa.

-A través de las exposiciones y con la información recolectada de la investigación, aprendimos a tener argumentos validos para creer en el proyecto.

-Nos dimos cuenta de la importancia de los métodos como la observación, ASIT, que son de gran utilidad para darle dirección real al proyecto.

-Nos pareció muy importante que aunque la empresa empaque y vámonos no cuenta con el número de empleados necesarios ha logrado tener reconocimiento y posicionamiento a nivel regional por su buen servicio gracias a sus pocos empleados que cumplen múltiples funciones.

-Es importante plasmar la misión y visión de la empresa, ya que nos sirve para proyectarnos hacia donde queremos llegar, como es el caso de nuestro proyecto que no solo nos queremos visionar a nivel nacional sino internacionalmente.

6. BIBLIOGRAFÍA

- <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/home.asp>
- <http://www.proexport.com.co/>
- <http://www.empaqueyvamonos.com/>
- <http://www.colombiatrader.com.co/asesoria/zeiky/medellin-antioquia>
- <http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/culturae/Cluster/Noticias/Paginas/TurismounnuevoclusterparaMedellin.aspx>
- <http://turismomedellin.jimdo.com/>
- <http://www.antioquia.gov.co/antioquia-v1/plandegobierno/sectorturismo.htm>
- <http://www.antioquiaturistica.com/>
- http://www.anato.org/index.php?option=com_content&view=article&id=63&Itemid=64
- http://imigra.com.co/antioquia/medellin/caminatas/36974fd12c21ca2e/los_patianchos
- <http://www.grupoaviatur.com/es/index.php>

- <http://www.viajesdepuebloenpueblo.com/?idgal=688&gal=1µ2=pueblo&lang=sp&ver=1&n=Ruta%20de%20la%20Panela>
- <http://www.camaramed.org.co/turismo/mision.html>http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Colombia

ANEXOS

ACTO CONSTITUTIVO

SANDRA MILENA CUARTAS PAREJA, de nacionalidad colombiana, identificada con cedula 43.866.072, domiciliada en la ciudad de Medellín, VANESSA PINO MUÑOZ, de nacionalidad colombiana, identificada con cedula 1039451406, domiciliada en la ciudad de Medellín, OSCAR JOSE BICENTY REALES, de nacionalidad colombiano, identificado con cedula 71.336.099, domiciliado en la ciudad de Medellín, declaran , previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos-, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada GUATATOURS S.A.S. para realizar cualquier actividad de prestación de servicios de Turismo, exportación e importación de bienes y en la modalidad de servicios. Por término diez años de duración, con un capital suscrito de \$10.000.000, dividido en 10.000 acciones ordinarias de valor nominal de \$1.000 cada una, que han sido liberadas en su *totalidad o en el porcentaje correspondiente*, previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, se ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada:

UNO.- CONSTITUYENTES: SANDRA MILENA CUARTAS PAREJA, de nacionalidad colombiana, identificada con cedula 43.866.072, domiciliada en la ciudad de Medellín, VANESSA PINO MUÑOZ, de nacionalidad colombiana, identificada con cedula 1039451406, domiciliada en la ciudad de Medellín y OSCAR JOSE BICENTY REALES, de nacionalidad colombiano, identificado con cedula, 71.336.099 domiciliado en la ciudad de Medellín.

DOS.- TIPO O ESPECIE. La compañía que se constituye es **por acciones simplificada (S.A.S.)**, regulada por la Ley 1258 de 2008. Es una sociedad de capital; de naturaleza comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. En lo no previsto en la Ley 1258 de 2008, se regirá por las disposiciones contenidas en estos estatutos, por las normas legales que rigen a la sociedad anónima y, en su defecto, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales que rigen a las sociedades previstas en el Código de Comercio. La inspección, vigilancia y control al momento de su constitución le está dada a la Superintendencia de Sociedades.

La sociedad podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional o en el exterior, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas correspondientes.

TRES.- DOMICILIO SOCIAL. La sociedad tendrá como domicilio principal Municipio de Envigado, Calle 45ª sur Número 39B 101, pero podrá establecer sucursales en otras ciudades dentro del territorio nacional o en el exterior. La apertura de sucursales requerirá de la aprobación de la asamblea de accionistas con el voto favorable de uno o varios socios que representen por lo menos la mitad más una de las acciones suscritas presentes en respectiva reunión.

CUATRO.- NOMBRE DE LA SOCIEDAD: La sociedad actuará bajo la denominación social “**GUATATOURS S.A.S.**”

CINCO.- TÉRMINO DE DURACIÓN: La sociedad tendrá un término de duración 10 años, pero podrá disolverse cuando los socios así lo decidan con una mayoría singular o plural que represente cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión, esta determinación se hará constar en documento privado que deberá ser inscrito en el registro mercantil.

SEIS.- OBJETO SOCIAL: En desarrollo de su objeto social la sociedad podrá adquirir o enajenar a cualquier título, toda clase de bienes muebles o inmuebles, administrarlos, transformarlos, cambiar su forma, limitarlos, gravarlos con prenda o hipoteca, a si como también tomarlos o darlos en arrendamiento o cualquier título

precario; otorgar o recibir créditos en dinero o en especie con garantías reales o personales o sin ellas. Celebrar contratos y hacer operaciones con títulos valores en cualquiera de sus formas o modalidades, celebrar contrato de cuenta corriente y operar con los bancos e instituciones crediticias en los contratos y operaciones propias del giro de los negocios bancarios. La representación de firmas industriales y comerciales en todo lo relacionado con las actividades que constituyen el objeto social. Explotar privilegios, derechos de propiedad de marca e industria, concesiones, permisos y regalías vinculadas con el giro ordinario de los negocios sociales y en general realizar actividades, operaciones y negocios comerciales relacionados directa o indirectamente con el objeto social.

El objeto principal de la sociedad, es establecer oficinas y desarrollar actividades turísticas en todo Colombia, En desarrollo de esta actividad podrán realizar tours, comprar y vender paquetes turísticos, realizar transporte turísticos en planchones, construir muelles y naves para el transporte fluvial, adquirir arrendar y administrar bienes y equipos de terceros vinculados con el desarrollo de la actividad, prestar en la modalidad de bienes y servicios exportación e importación.

“GUATATOURS S.A.S” podrá participar como socia en sociedades cuyo objeto social fuere igual, similar, conexo o complementario de las actividades indicadas en su objeto social, celebrar contratos, hacer operaciones con títulos valores, celebrar contrato de cuentas corrientes y cualquier operación crediticia propia de las instituciones financieras.

SIETE.- CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO: El capital autorizado de la sociedad es de diez **millones de pesos (\$10.000.000)**, divididos en diez mil acciones de igual valor nominal, mil pesos, cada una. Las acciones serán de las denominadas por el código de comercio como acciones nominativas y ordinarias, tienen igual valor nominal y se representarán en títulos cuya negociabilidad queda restringida por un término de tres (3) años, dicho término podrá prorrogarse dando estricto cumplimiento a lo estipulado en el artículo 13 de la Ley 1258 de 2008. Al dorso de los títulos de las acciones se hará constar los derechos inherentes a ellas.

Cuando la asamblea de accionistas lo considere oportuno podrá crear nuevas clases de acciones, dentro lo permitido por la ley, como, por ejemplo: acciones privilegiadas, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con dividendo fijo anual y acciones de pago.

Capital suscrito: A la fecha de este documento los accionistas constituyentes han suscrito diez mil acciones 10.000 acciones de valor nominal mil pesos por acción, para un total Diez millones de pesos, correspondiendo a cada socio la siguiente participación:

SANDRA MILENA CUARTAS PAREJA,	3.400 ACC	34%
VANESSA PINO MUÑOZ	3.300 ACC	33%

OSCAR JOSE BICENTY REALES

3.300 ACC

33%

Capital suscrito y pagado: Del total de 10.000 acciones autorizadas de valor nominal de un mil pesos por acción, los accionistas han suscrito su totalidad es decir 10.000 acciones de valor nominal mil pesos por acción para un total de diez millones de pesos, los accionistas han pagado en dinero en efectivo. En la siguiente forma:

ACCIONISTA	ACCIONES	VALOR NOMINAL	CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO
<i>Sandra Milena Cuartas Pareja</i>	3.400	1.000	3.400.000
<i>Vanessa Pino Muñoz</i>	3.300	1.000	3.300.000
<i>Oscar José Bicenty Reales</i>	3.300	1.000	3.300.000
TOTALES	10.000	1.000	10.000.000

Parágrafo.- El capital suscrito podrá aumentarse por cualquiera de los medios que admite la ley, igualmente, podrá disminuirse con sujeción a los requisitos que la ley señala y, si fuere el caso de lo previsto en el artículo 145 del código de Comercio, dándole cumplimiento a lo en él dispuesto.

OCHO.- CARACTERÍSTICAS DE LAS ACCIONES: Las acciones de la sociedad en que se halla dividido de su capital son ordinarias y nominativas, tal como se dejó expresado en la cláusula SIETE de estos estatutos.

NUEVE.- TÍTULOS DE LAS ACCIONES: A los accionistas se les expedirán los títulos representativos de sus acciones de carácter definitivo por el número de acciones que hayan pagado totalmente y, certificados de carácter provisional, por el número de acciones suscritas, todavía no pagadas totalmente. El contenido y las características de los títulos se sujetarán a lo preceptuado en las normas legales correspondientes.

Parágrafo.- DERECHO A VOTO.-Los accionistas sólo podrán votar con las acciones suscritas y totalmente pagadas, su voto será singular y podrá fraccionarse cuando haya lugar a elección de órganos sociales plurales, en caso de llegar la sociedad a tenerlos.

DIEZ.- LIBRO DE REGISTRO DE ACCIONES: La sociedad llevará un libro de registro de acciones, previamente inscrito en el registro mercantil de la cámara de comercio correspondiente al domicilio principal de la compañía, en dicho libro se anotarán los nombres de los accionistas, la cantidad de acciones y clase de las mismas que sean de su propiedad, el título o títulos con sus respectivos números y fechas de inscripción, las enajenaciones y traspasos, las prendas, usufructos,

embargos y demandas judiciales, así como cualquier otro acto sujeto a inscripción según aparezca ordenado en la ley.

ONCE.- EMISIÓN DE ACCIONES: Corresponde a la asamblea de accionistas decidir sobre la emisión de acciones de que disponga la sociedad y que se encuentren en la reserva, como también de la recolocación entre los socios, cuando a ello hubiere lugar, de las acciones propias que en algún momento fueron readquiridas por la compañía.

DOCE.- REGLAMENTO DE EMISIÓN DE ACCIONES: Corresponde al representante legal de la sociedad, mientras esta no tenga junta directiva, elaborar el reglamento de suscripción de las acciones que fueren emitidas con posterioridad al acto de constitución. Para la elaboración de dicho reglamento tendrá en cuenta lo dispuesto por el artículo 386 del Código de Comercio y lo establecido en los presentes estatutos que sea aplicable para el efecto.

TRECE.- REPRESENTACIÓN LEGAL: La totalidad de las funciones de representación legal de la sociedad y de administración de la misma estarán a cargo del gerente, cargo que será ocupado por, SANDRA MILENA CUARTAS

PAREJA, identificada con la cédula de ciudadanía Nro. 43.866.072, expedida en Envigado y domiciliada en Medellín.

El período es de tres años contados a partir de la inscripción de este documento en el registro mercantil, pero podrá ser reelegido por la asamblea de accionistas, la que tiene la facultad de elegir y remover al gerente; quien tendrá como suplente Oscar José Bicenty Reales con cédula de ciudadanía Nro. 71.336.099 expedida en el municipio de Medellín, domiciliado en la ciudad de Medellín. El suplente del gerente lo reemplazará en sus ausencias temporales y definitivas, como también cuando para algún caso se declare impedido. El suplente tendrá las mismas atribuciones que el gerente cuando entre a reemplazarlo.

CATORCE.- FACULTADES DEL GERENTE: El gerente está facultado para ejecutar, a nombre de la sociedad, todos los actos y contratos relacionados directamente con el objeto social sin límite de cuantía. Serán funciones específicas del cargo, las siguientes: **a)** Constituir, para propósitos concretos, los apoderados especiales que considere necesarios para representar judicial o extrajudicialmente a la sociedad. **b)** Cuidar de la recaudación e inversión de los fondos sociales. **c)** Organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilización, pagos y demás operaciones de la sociedad. **d)** Velar por el cumplimiento oportuno de todas las obligaciones de la sociedad en materia impositiva. **e)** Certificar conjuntamente con el contador de la compañía los estados financieros en el caso de ser dicha certificación exigida por las normas legales. **f)** Designar las personas que van a prestar servicios a la sociedad y para el efecto celebrar los contratos

que de acuerdo a las circunstancias sean convenientes; además, fijará las remuneraciones que les correspondan, dentro de los límites establecidos en el presupuesto anual de ingresos y egresos. **g)** Celebrar los actos y contratos comprendidos en el objeto social de la compañía y necesarios para que esta desarrolle plenamente los fines, para los cuales ha sido constituida. **h)** Cumplir las demás funciones que le correspondan según lo previsto en las normas legales, en estos estatutos y que sean compatibles con el cargo.

Parágrafo.- El gerente queda facultado para celebrar actos y contratos, en desarrollo del objeto de la sociedad, con entidades públicas, privadas y mixtas.

QUINCE.- RESERVAS: La sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito y se formará con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Los accionistas podrán decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias legales.

DIECISÉIS.- UTILIDADES: No habrá lugar a la distribución de utilidades, sino con base en los estados financieros de fin de ejercicio, aprobados por la asamblea de accionistas. Tampoco podrán distribuirse utilidades mientras no se hayan enjugado las pérdidas de ejercicios anteriores que afecten el capital,

entendiéndose que las pérdidas afectan el capital cuando a consecuencia de las mismas se reduzca el patrimonio neto por debajo del monto del capital suscrito.

Las utilidades de cada ejercicio social, establecidas conforme a los estados financieros aprobados, se distribuirán con arreglo a las disposiciones siguientes y a lo que prescriban las normas legales:

1.- El diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas después de impuestos se llevará a la reserva legal, hasta concurrencia del cincuenta por ciento (50%), por lo menos, del capital suscrito. Una vez se haya alcanzado este límite quedará a decisión de la asamblea de accionistas continuar con el incremento de la reserva, pero si disminuyere será obligatorio apropiarse el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas hasta cuando dicha reserva llegue nuevamente al límite fijado.

2.- Efectuada la apropiación para la reserva legal se harán las apropiaciones para las demás reservas que, con los requisitos exigidos en la Ley, decida la asamblea de accionistas. Estas reservas tendrán destinación específica y clara, serán obligatorias para el ejercicio en el cual se hagan, y el cambio de destinación o su distribución posterior sólo podrán autorizarse por la asamblea.

3.- Si hubiere pérdidas de ejercicios anteriores, no enjugados que afecten el capital, las utilidades se aplicarán a la cancelación de tales pérdidas antes de cualquier apropiación para reservas legales, voluntarias u ocasionales.

4.- Las apropiaciones para la creación o incremento de reservas voluntarias u ocasionales, deberán ser aprobadas por la asamblea de accionistas.

5.- El remanente de las utilidades, después de efectuadas las apropiaciones para reserva legal y para reservas voluntarias u ocasionales, se destinará al pago del dividendo a los accionistas, en la cuantía y términos que la asamblea lo disponga.

DIECISIETE.- DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD: La sociedad se disolverá:

1º.- Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.

2º.- Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.

3º.- Por la iniciación del trámite de liquidación judicial, previsto actualmente en la Ley 1116 de 2006.

4º.-Por las causales que se expresen en estos estatutos.

5º.-Por voluntad de los accionistas adoptada en asamblea general.

6º.-Por orden de autoridad competente.

7º.-Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito y por las demás causales establecidas en las leyes que sean compatibles con la sociedad por acciones simplificada.

En el caso previsto en el ordinal 1º de esta cláusula estatutaria, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

Parágrafo.- Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra dentro de los seis (6) meses siguientes a la fecha en que la asamblea de accionistas reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho (18) meses en el caso de la causal prevista en el ordinal séptimo de este artículo.

DIECIOCHO.- LIQUIDADOR: Actuará como liquidador del patrimonio social el representante legal de la sociedad a no ser que la asamblea de accionistas decida designar a otra persona.

DIECINUEVE.- PROCESO DE LIQUIDACIÓN: Cuando se trate del denominado proceso de liquidación privada o voluntaria, se seguirán las normas que aparecen

en los artículos 218 a 259 del Código de Comercio, como si se tratara de una sociedad de responsabilidad limitada..

VEINTE.-NORMAS.-“GUATATOURS S.A.S.” se regirá por los presentes estatutos y en lo no previsto en ellos por la Ley 1258 de 2008, por las normas que regulan a la sociedad anónima y, en su defecto, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales que rigen a las sociedades el código de comercio. Cuando en estos estatutos haya contradicción entre alguna de sus normas y lo dispuesto por la Ley 1258 de 2008, se aplicará, necesariamente, lo que esta última normativa ordene.

PARA CONSTANCIA FIRMAN

Noviembre 4 del 2011