	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAR113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 1 de 7

FECHA	viernes, 2 de junio de 2017
--------------	-----------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Fusagasugá

SEDE/SECCIONAL/EXTENSIÓN	Sede Fusagasugá
---------------------------------	-----------------

DOCUMENTO	Trabajo De Grado
------------------	------------------


FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
-----------------	--

NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
---	----------

PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas
---------------------------	----------------------------

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	NO. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
PIMENTEL GUARNIZO	DARWIN ARLEY	1109844356
QUEVEDO INFANTE	LEYDY CATHERINE	1069722502

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAR113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 2 de 7

Director(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
ROJAS RUIZ	YUDY CONSTANZA


TÍTULO DEL DOCUMENTO
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA EXPLORA & VIVE COLOMBIA EXPRESS, DEDICADA A LA PRESTACION DE SERVICIOS DE TURISMO A NIVEL NACIONAL.

SUBTITULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TITULO DE: Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía
Administrador de empresas


AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS (Opcional)
02/05/2017	103 páginas

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLES: (Usar como mínimo 6 descriptores)	
ESPAÑOL	INGLES
1.Turismo	Tourism
2.Turismo accesible	accessible tourism
3.plan de negocios	Servicios business plan
4.Servicios	service
5.Estrategias	strategy
6 Ficha técnica	Data sheet

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAr113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 3 de 7

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS: (Máximo 250 palabras – 1530 caracteres):

En el presente documento se evidencia la realización de un plan de negocios para empresa explora & vive colombia express SAS, empresa dedicada a la prestación de servicios de turismo a nivel nacional, que como actividad empresarial está en ofrecer un portafolio amplio en servicios turísticos regionales y nacionales. El documento fue realizado bajo los parámetros del plan de negocios del centro de innovación, tecnología y gestión organizacional CITGO de la Universidad de Cundinamarca. Para la realización del proyecto, se establecieron 4 objetivos específicos que dan respuestas al diseño del plan de negocios. En él se halla la identificación de las necesidades y perfiles de los clientes, esto mediante un estudio de mercado. Se realizó el diseño de un portafolio de servicios, para ofrecer los diferentes paquetes turísticos. También se trazaron las diferentes canales de comercialización y comunicación con el mercado para la prestación del servicio. Finalmente se realizó un estudio financiero en donde se proyecta la viabilidad del plan de negocios. Dando como resultados la factibilidad financiera para la realización y la óptima prestación del servicio; cumpliendo de este modo con las expectativas de inversión de los socios de la empresa Explora & Vive Colombia Express SAS.

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAr113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 4 de 7

AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN


Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "x":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La conservación de los ejemplares necesarios en la Biblioteca.	x	
2. La consulta física o electrónica según corresponda.	x	
3. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	x	
4. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	x	
5. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	x	
6. La inclusión en el Repositorio Institucional.	x	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAR113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 5 de 7

derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.


Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:


	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAr113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 6 de 7

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI __ NO __x__**. En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).
- b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.
- c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva,

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAR113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 7 de 7

eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en las “Condiciones de uso de estricto cumplimiento” de los recursos publicados en Repositorio Institucional, cuyo texto completo se puede consultar en biblioteca.unicundi.edu.co

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons : Atribución- No comercial- Compartir Igual.




j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:



Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAr113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 8 de 8

1.	Texto
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA EXPLORA & VIVE COLOMBIA EXPRESS, DEDICADA A LA PRESTACION DE SERVICIOS DE TURISMO A NIVEL NACIONAL.	
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA
Pimentel Guernizo Dawson Arley	
QUEVEDO INFANTE LEYDI CATHERINE	

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA EXPLORA & VIVE COLOMBIA
EXPRESS, DEDICADA A LA PRESTACION DE SERVICIOS DE TURISMO A
NIVEL NACIONAL.**

**DARWIN ARLEY PIMENTEL GUARNIZO
LEYDY CATHERINE QUEVEDO INFANTE**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FUSAGASUGÁ
2017**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA EXPLORA & VIVE COLOMBIA
EXPRESS, DEDICADA A LA PRESTACION DE SERVICIOS DE TURISMO A
NIVEL NACIONAL.**

**DARWIN ARLEY PIMENTEL GUARNIZO
LEYDY CATHERINE QUEVEDO INFANTE**

Proyecto de emprendimiento para optar el título administrador de empresas

**Asesor
Yudy Constanza Rojas Ruiz
Docente TCO**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FUSAGASUGÁ
2017**

Nota De Aceptación

Firma Del Director

Firma Jurado 1

Firma Jurado 2

Fusagasugá, 02 de mayo de 2017

DEDICATORIAS

A Dios por permitirnos la oportunidad de conocernos, de unirnos y de poder realizar este sueño juntos, a mis padres María Edith Guarnizo y salomón Pimentel, por estar siempre allí en cada momento con su apoyo y su motivación incondicional, a mi hermano Ferney Cabrera, por ser esa persona que admiro y que me ha enseñado a luchar por los sueños, a salir adelante, y encontrar verdadero significado de la unión familiar. Mil Gracias los Amo....

DARWIN ARLEY PIMENTEL G.

En primer lugar, doy gracias a Dios y a mi madre que con su esfuerzo y dedicación me brindó la oportunidad de prepararme y formarme en la persona que soy ahora, a mi hijo Johan Steven por ser mi motor de lucha día a día, a mi padre Hernando Quevedo y a Rigoberto Baquero quienes siempre han estado presentes en mi vida dándome grandes enseñanzas. A mi esposo Darwin que con su amor incondicional es uno de los protagonistas de esta meta alcanzada y un sueño más cumplido.

Mil gracias

LEYDY CATHERINE QUEVEDO I.

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus agradecimientos:

En primer lugar, queremos agradecer a la docente Yudy Constanza rojas Ruíz, por su aceptación y su asesoría para realizar el presente Proyecto de emprendimiento para optar el título de administrador de empresas.

Agradecemos a la universidad de Cundinamarca por brindarnos la oportunidad de formarnos como profesionales y por contribuir a la realización de nuestros sueños y metas.

Agradecemos a cada uno de los docentes que fueron parte del proceso de formación durante la carrera, cada uno brindo lo mejor de sí para saber orientarnos al camino del profesional.

¡A todos muchas gracias...!

Darwin Arley Pimentel Guarnizo & Leydy Catherine Quevedo infante

Contenido

RESUMEN.....	13
1 TITULO.....	14
1.1 LINEA	14
1.2 TEMA.....	14
2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
3 JUSTIFICACIÓN.....	16
4 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	18
4.1 OBJETIVO GENERAL.....	18
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
5 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL	19
6 MARCO TEORICO	20
6.1 MARCO HISTÓRICO.....	20
6.2 MARCO GEOGRÁFICO	22
7 MARCO CONCEPTUAL.....	23
7.1 ANÁLISIS DEL SECTOR.....	23
8 RESULTADOS	25
8.1 ANÁLISIS DEL MERCADO	25
8.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	26
8.2.1 Distribución Geográfica.....	27
8.2.2 Sectores Turísticos Nacional Y Principales Actividades.....	28
8.3 ANÁLISIS PERFIL DEL CONSUMIDOR	30
8.4 MERCADO OBJETIVO.....	31
8.4.1 Modelo De Negocios (Lean Canvas) Para La Empresa Explora & Vive Colombia Express.....	33
8.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	34
8.6 CONCEPTO DEL PRODUCTO Y SERVICIOS.....	35
8.6.1 Turismo En General	35
8.6.2 Turismo Accesible	35
8.6.3 Integración Familiar.....	35
8.6.4 Salidas Pedagógicas.....	36
8.6.5 Ecoturismo (Caminatas Ecológicas).....	36

8.6.6	Turismo Y Deportes De Aventura.....	36
8.6.7	Eventos Empresariales	37
8.6.8	Otros Servicios.....	37
8.7	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN, PRECIO, PROMOCIÓN, COMUNICACIÓN Y SERVICIO.	38
8.7.1	Estrategia Plaza Y Canales De Distribución	38
8.7.2	Estrategia De Precio	39
8.7.3	Estrategia De Comunicación.....	39
8.7.4	Estrategia De Servicio.....	40
8.8	PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADO.....	41
8.9	ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO.....	42
8.9.1	Principales Proveedores.	42
8.10	PROYECCIÓN DE VENTAS	43
8.11	ANÁLISIS TECNICO OPERATIVO	48
8.11.1	Ficha Técnica.....	48
8.11.2	Descripción Del Proceso.....	49
8.12	INVERSION FIJA PARA LA EMPRESA EXPLORA & VIVE COLOMBIA EXPRESS	52
8.13	COSTOS DE INSUMOS.....	53
8.14	COSTOS DE PRODUCCIÓN DE MANO DE OBRA ADMINISTRATIVA 55	
8.15	ANÁLISIS ORGANIZACIONAL	56
8.15.1	Estrategia Organizacional	56
8.16	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	61
8.16.1	Organigrama	61
8.16.2	Manual Especifico De Funciones.....	62
8.17	CONSTITUCIÓN Y ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA.	75
8.17.1	Aspectos Legales.....	75
8.17.2	Constitución Y Legalidad	75
8.17.3	Registro de Persona Jurídica.....	76
8.17.4	Normatividad Reguladora de Turismo en Colombia	78
8.18	DOFA	81
8.19	GASTOS MENSUALES DE ADMINISTRACION.....	83
8.20	COMPONENTE INNOVACIÓN Y DESARROLLO	84

8.20.1	Plus Diferenciador.....	84
9	ANÁLISIS FINANCIERO.....	85
10	CONCLUSIONES	88
11	BIBLIOGRAFIA	91
12	ANEXOS	93

TABLA DE TABLAS

Tabla 1 Composición del mercado objetivo	25
Tabla 2 Análisis de la oferta.....	26
Tabla 3 Numero de agencias prestadoras de servicios de turismo en colombia ...	27
Tabla 4 Numero de agencia prestadoras de servicios turístico en Fusagasugá; Cundinamarca.....	28
Tabla 5 Sectores turísticos nacionales y actividades principales.....	28
Tabla 6 motivos de turismo interno en colombia.....	30
Tabla 7 Lean Canvas.....	33
Tabla 8 benchmarking de la competencia en Fusagasugá, Cundinamarca.....	34
Tabla 9 Presupuesto de la mezcla de mercado	41
Tabla 10 proyección de ventas en unidades mensual	44
Tabla 11 proyección de ventas en unidades anula	45
Tabla 12 proyección de ventas en pesos anuales, año base	45
Tabla 13 Proyección de ventas en pesos anual, año 1.....	46
Tabla 14 Proyección de ventas en pesos anual, año 2.....	46
Tabla 15 Proyección de ventas en pesos anual, año 3.....	47
Tabla 16 Elaboración propia.	47
Tabla 17 Proyección de ingresos anuales	47
Tabla 18 Ficha técnica de Explora & Vive Colombia Express, servicio playa Hawái, Ibague.....	48
Tabla 19 Inversión fija, requerimientos	52
Tabla 20 costos de insumos año base.....	53
Tabla 21 costo de insumos proyecciones anuales.....	54
Tabla 22 costo mano de obra administrativa	55
Tabla 23 Proyección anual costo mano de obra administrativa	55
Tabla 24 Matriz DOFA Explora & Vive Colombia Express.....	81
Tabla 25 Gastos de administración anuales	83
Tabla 26 Estado de resultados	85

Tabla 27 Flujo neto de caja.....	86
Tabla 28 evaluación económica.....	86
Tabla 29 Punto de equilibrio en pesos y en porcentaje	86

TABLA DE FIGURAS

Imagen N° 1 Mapa localización Fusagasugá.....	22
Imagen N° 2 Flujograma proceso comercial	50
Imagen N° 3 Flujograma de proceso con el proveedor.....	51
Imagen N° 4 Logo corporativo	56
Imagen N° 5 Organigrama de Explora & Vive Colombia Express.....	61

RESUMEN

En el presente documento se evidencia la realización de un plan de negocios para empresa explora & vive colombia express SAS, empresa dedicada a la prestación de servicios de turismo a nivel nacional, que como actividad empresarial está en ofrecer un portafolio amplio en servicios turísticos regionales y nacionales.

El documento fue realizado bajo los parámetros del plan de negocios del centro de innovación, tecnología y gestión organizacional CITGO de la Universidad de Cundinamarca.

Para la realización del proyecto, se establecieron 4 objetivos específicos que dan respuestas al diseño del plan de negocios.

En él se halla la identificación de las necesidades y perfiles de los clientes, esto mediante un estudio de mercado. Se realizó el diseño de un portafolio de servicios, para ofrecer los diferentes paquetes turísticos. También se trazaron las diferentes canales de comercialización y comunicación con el mercado para la prestación del servicio.

Finalmente se realizó un estudio financiero en donde se proyecta la viabilidad del plan de negocios. Dando como resultados la factibilidad financiera para la realización y la óptima prestación del servicio; cumpliendo de este modo con las expectativas de inversión de los socios de la empresa Explora & Vive Colombia Express SAS.

1 TITULO

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA EXPLORA & VIVE COLOMBIA EXPRESS, DEDICADA A LA PRESTACION DE SERVICIOS DE TURISMO A NIVEL NACIONAL.

1.1 LINEA

Emprendimiento y desarrollo empresarial

1.2 TEMA

Emprendimiento de una empresa operadora de servicios turísticos.

2 FORMULACION DEL PROBLEMA

La oficina de turismo de Fusagasugá, en cabeza de la Dra. Juliett Katherine Muñoz Romero Secretaria de turismo de la alcaldía municipal de Fusagasugá, Cundinamarca, expresa que el municipio cuenta con 28 agencias de turismo legalmente constituidas y activas; dichas agencias son verificadas a través de la plataforma virtual de la cámara de comercio de Bogotá (CCB) y la plataforma virtual del registro nacional de turismo (RNT), estas agencias brindan al turista propio y al visitante lugares reconocidos dentro y fuera de Fusagasugá, algunos de ellos son el parque verde & agua, el parque san Rafael, el centro vacacional madaura, recorridos por el cerro del Quininí, hoteles y fincas de descanso entre otros atrayentes.

Se detectaron dos problemáticas que se reflejaron en la investigación de mercados, en donde una de ellas es la falta de inclusión social en los paquetes turísticos ofrecidos por los diferentes operadores de turismo del municipio a la población con discapacidad motriz, sensorial y minusválida; por tal motivo dicha población se ven excluidos o aislados de las actividades turísticas.

Como segunda problemática se identificó que los operadores de turismo no puntualizan el paquete ofrecido a la hora de la adquisición por el comprador. Esto se ha convertido en un factor de inconformidad por parte del consumidor, debido al incumplimiento del servicio ofrecido, en donde las actividades realizadas o por ejecutar no coinciden con lo convenido en la oferta.

Con base a lo anterior, ¿cuál sería el plan de negocios adecuado para una empresa operadora de servicios de turismo, en el municipio de Fusagasugá?

3 JUSTIFICACION

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende de las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Fusagasugá es uno de los 116 municipios del departamento de Cundinamarca, está a sólo 76 kilómetros de Bogotá, la capital colombiana. Fusagasugá es cabecera de la Provincia del Sumapaz; esta pequeña ciudad es conocida como la ciudad jardín de Colombia, por lo que sus habitantes están muy orgullosos de pertenecer a este bello municipio.

La ciudad jardín de Colombia cuenta con un clima templado y de mucha productividad agropecuaria; con paisajes y lugares exóticos, gran biodiversidad y riqueza hídrica; lugar atractivo por turistas propios y visitantes que son atraídos por su clima, su gente, sus paisajes y sus campos que son apropiados para tomar un descanso.

Lo anterior es razón para diseñar un plan de negocios para la empresa Explora & Vive Colombia Express, dedicada a la prestación de servicios de turismo a nivel nacional, con ello promover un portafolio amplio de paquetes turísticos integrales (transporte, alimentación, alojamiento, seguros hoteleros, seguros de viajes, seguro médico, guías certificadas, acompañamiento preventa, venta, posventa y reventa) de gran expansión municipal, regional y nacional, con una descripción total del servicio (lo que incluye y lo que No incluye), esto para garantizar la calidad de la oferta.

En dicho portafolio se desea incorporar paquetes especiales en donde se encuentre la inclusión de servicios de turismo accesible o del turismo incluyente, para las poblaciones con discapacidad (motriz, sensorial y minusválida), brindando a este grupo de interés el igual derecho a la participación del ocio para que disfrute de su

tiempo libre y de vacaciones en las mismas condiciones que el resto de las personas lo realizan. Siendo lo anterior un factor crítico diferenciador en la competitividad del mercado del turismo interno y externo a nivel municipal, regional y nacional.

4 OBJETIVOS DEL PROYECTO.

4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de negocios para la empresa explora & vive colombia express, dedicada a la prestación de servicios de turismo a nivel nacional.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1** Identificar mediante un estudio de mercado las necesidades y los diferentes perfiles de los clientes y/o usuarios finales del servicio turístico a prestar.
- 2** Diseñar el portafolio con los paquetes de servicios turísticos que se ofrecerá y que serán a su vez un elemento diferenciador en la competitividad.
- 3** Trazar los diferentes canales de comercialización y comunicación que permitirá la presentación de los servicios turísticos.
- 4** Desarrollar un estudio financiero que proyecte la viabilidad y los gastos que se necesitan para la óptima prestación del servicio.

5 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

El plan de negocios para la empresa Explora & Vive Colombia Express, dedicada a la prestación de servicios de turismo a nivel nacional; como actividad empresarial ofrece un portafolio amplio en servicios turísticos regionales y nacionales; turismo accesible, planes todo incluido, o servicios seleccionados por el usuario a la comodidad que deseen programarlo, servicios especiales, salidas pedagógicas, excursiones y convenciones empresariales.

Dichas actividades tendrán absoluta descripción e inclusión de servicios según la necesidad de los demandantes; es decir, cada paquete de servicio turístico puede variar o manejar servicios opcionales tal como el cliente lo desee, ya sea:

- Hospedaje en hoteles, aparta-hoteles o fincas de descanso
- Traslados en transporte terrestre especial y de turismo o aéreo
- Alimentación
- Boletería, entrada a lugares específicos o eventos
- Intérpretes, Guías bilingües o especializados
- Paramédicos, etc.

6 MARCO TEORICO

6.1 MARCO HISTORICO

Colombia, es un país con una población proyectada de 49.154.867 habitantes según lo referencia el DANE (departamento administrativo nacional de estadísticas)¹ para finales de marzo del 2017. Se consolida cada vez más como uno de los países más atractivos en destinos turísticos para todos sus visitantes, nacionales y extranjeros, su gran variedad de climas, paisajes y exóticos lugares hacen de este un fabuloso país.

En Colombia los destinos turísticos nacionales principales incluyen áreas rurales y pueblos, los cuales se convierten en un atractivo natural para el descanso los fines de semana y especialmente durante los puentes para estadías más prolongadas, las preferencias son aquellos destinos que incluyen sol, playa y mar. Sin embargo, estas preferencias están determinadas en gran medida por las condiciones de seguridad presentes en los destinos escogidos, así como las posibilidades económicas también se convierten en un factor determinante para la elección de un lugar específico.

El turismo se vio afectado entre los años noventa y dos mil, debido al aumento de los movimientos guerrilleros de la época (ELN-FARC-EP), pues dicho grupos estaban haciendo de las suyas, cometiendo crímenes de leza humanidad, atentados, secuestros, tomas a pueblos; lo cual hizo que el país fuese inseguro, no solo para la población, sino también para los turistas extranjeros y el turista interno.

¹ DANE. departamento administrativo nacional de estadísticas. Población en colombia.[en línea].DANE.2017; disponible en: <http://www.dane.gov.co/reloj/>

Como respuesta a la necesidad de incentivar el sector turístico el viernes 20 de junio del año 2003 se lanza la campaña Vive Colombia, Viaja por ella², la cual a través de caravanas y rutas seguras ha permitido la movilización tanto de nacionales como extranjeros por el territorio colombiano, esta campaña estuvo enfocada en siete programas turísticos, como lo fueron: sol y playa, agroturismo, deportes y aventura, historia y cultura, ecoturismo, ciudades capitales, ferias y fiestas. Esta estrategia de promoción turística permitió cambiar la percepción de Colombia ante el mundo, en donde este sector se ha convertido en un eje de desarrollo y progreso.

Es de tener en cuenta que, para que un país sea altamente competitivo debe generar condiciones seguras que le permitan el libre desarrollo de sus actividades productivas, culturales, sociales y turísticas, entendiendo que estas son pilares importantes para el desarrollo y la sostenibilidad de toda sociedad.

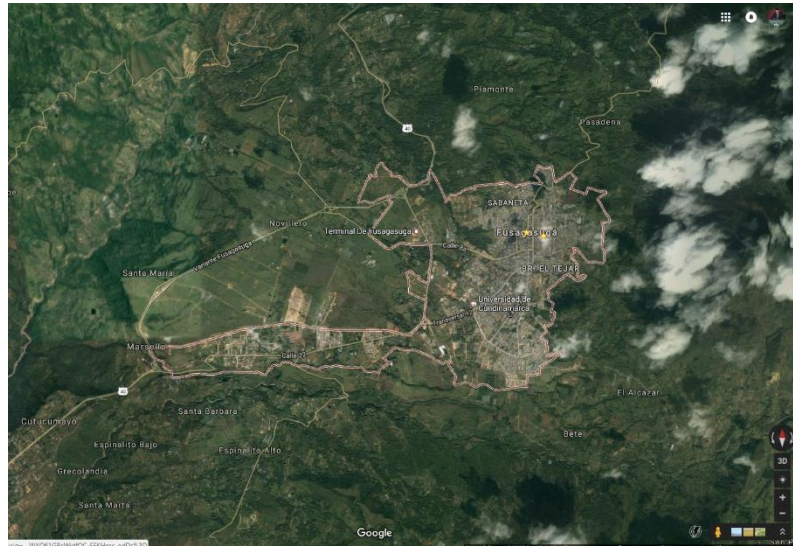
Actualmente, el proceso de paz que está en curso entre el gobierno colombiano y las FARC-EP, permite abrir una puerta al turismo, pues de firmarse el acuerdo, Colombia va a salir de las listas de riesgo de las varias cancillerías del mundo, por ser un país en conflicto; y de ser así generará que el turista extranjero o el turista interno realice su viaje o descanso en el país de forma segura.

² REVISTA SEMANA, vive Colombia, viaja por ella, [en línea], Bogotá: revista semana. 2003; disponible en: <http://www.semana.com/noticias/articulo/vive-colombia-viaja-ella/58853-3>

6.2 MARCO GEOGRÁFICO

- **Nombre del municipio:** Municipio de Fusagasugá
- **Gentilicio:** Fusagasugueño
- **Provincia:** Sumapaz
- **Departamento:** Cundinamarca

Imagen N° 1 Mapa localización Fusagasugá.



Fuente. 1 Google maps 01-mayo-2017

Fusagasugá es un municipio colombiano, capital de la provincia del Sumapaz en el departamento y el cuadragésimo quinto del país. Es conocida como la "Ciudad Jardín de Colombia". Fusagasugá se encuentra ubicada entre los 4° 20' latitud norte y los 74° 21' 00" longitud oeste, la ciudad ocupa una verde meseta enmarcada por los ríos Cuja y Chocho, cerros Quininí y Fusacatán que conforman el valle de los Sutagaos. Dista 64 kilómetros (39,76 millas), hacia el suroeste, de la capital del país, Bogotá. Limita con los municipios:

- Norte: con los municipios de Sylvania y Sibaté.
- Sur: con los municipios de Arbeláez, Pandi e Icononzo.
- Oriente: con los municipios de Pasca y Sibaté.
- Occidente: con los municipios de Tibacuy y Sylvania.³

³ ALCALDIA DE FUSAGASUGA, Municipio de Fusagasugá[en línea].Fusagasugá: alcaldía de fusagasuga.2017; disponible en <http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/>

7 MARCO CONCEPTUAL

7.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

El crecimiento de la economía colombiana en los últimos años se ha visto reflejado en las actividades relacionadas con el turismo, esta actividad representa alrededor del 6,1% del PIB, según ANATO⁴ (Asociación colombiana de agencias de viajes y turismo); cabe entender que el crecimiento sostenido de la industria de los viajes y el turismo, genera riqueza, productividad, oportunidades. El turismo ha sido una de las actividades económicas de mayor dinamismo en el país durante los últimos años y se presenta como la tercera generadora de divisas después del petróleo y del carbón en el país.

Dicho crecimiento es constante en el sector del turismo que se ha ejercido en Colombia en los últimos años, demostrando la necesidad de continuar los esfuerzos en materia de fortalecimiento de la oferta turística tanto en los destinos, como en los servicios ofertados; por ello se requieren criterios de planificación y gestión de los destinos turísticos que sean acordes con las tendencias globales, los avances en innovación, la sostenibilidad y la responsabilidad social; además de contribuir con el desarrollo sostenible y la conservación y uso razonable y/o responsable de los recursos naturales y culturales. La importancia del turismo sostenible ha sido reconocida desde la normatividad en la ley 1558 de 2012 (artículo 5), en donde se establece la obligatoriedad de los prestadores de servicios turísticos, en la implementación de las normas técnicas sectoriales de turismo sostenible; actualmente requisito obligatorio para la acreditación o renovación del RNT (registro nacional de turismo).

⁴ ANATO, Asociación colombiana de agencias de viajes y turismo. Aporte del turismo al PIB.[en línea].Bogotá.2017; disponible en <http://www.anato.org/>

Por otro lado, en temas de seguridad, el turismo, como actividad, es altamente dependiente de las condiciones de seguridad presentes, no solamente como indicador que genera confianza a los destinos, sino por el interés que se debe tener, por la seguridad física e integral de los turistas y/o visitantes de turismo interno o extranjero; por ello el ministerio de comercio, industria y turismo, con la colaboración de la policía nacional en su dependencia de servicios especiales a la que pertenece la policía de turismo, cuenta con el plan estratégico de seguridad turística, implementada en todo el país, el cual realiza estrategias de gestión para garantizar la seguridad integral de turistas y visitantes, y de este modo hacer de Colombia un destino nacional e internacional turístico seguro de ser visitado y recorrido con visitantes extranjeros o visitantes de turismo interno.

8 RESULTADOS

Teniendo en cuenta el primer objetivo específico “**Identificar mediante un estudio de mercado las necesidades y los diferentes perfiles de los clientes y/o usuarios finales del servicio**”; este objetivo se realiza conforme a la propuesta metodológica del plan de negocios del centro de innovación, tecnología y gestión organizacional (**CITGO**), obteniendo los siguientes resultados:

8.1 ANÁLISIS DEL MERCADO

La segmentación de mercado es un factor muy relevante para la dirección adecuada de los servicios ofrecidos, es por ello a continuación en la tabla 1, se identifica el segmento y/o perfil del cliente, a quienes se ofrecerá la prestación del servicio.

Tabla 1 Composición del mercado objetivo

CLIENTES/ ALIADOS	CIUDAD O UBICACIÓN	PRODUCTO/ SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD PRODUCCIÓN/ MES POR PAQUETES	DEMANDA PRODUCCIÓN/ MES POR PAQUETES
INSTITUCIONES EDUCATIVAS	Nivel Nacional	salidas pedagógicas y recreativas.	PAQUETES	40	40
GRUPOS FAMILIARES	Nivel Nacional	planes turísticos.	PAQUETES	15	15
GRUPO ESPECIAL	Nivel Nacional	Turismo accesible; planes turísticos	PAQUETES	40	40
GRUPOS EMPRESARIA LES	Nivel Nacional	planes turísticos e integraciones empresarial	PAQUETES	25	25
Total				120	120

Fuente. 2 Elaboración propia.

La tabla anterior se evidencia un promedio por paquetes integrales para los diferentes segmentos; cabe aclarar que cada paquete comprende una serie de servicios incluidos correspondientes a una sola persona quien lo adquirirá. Como ejemplo se tomará una salida pedagógica realizado por un colegio de la ciudad, en donde la cantidad de paquetes ofrecidos y vendidos son de 40; correspondiente al número de 40 estudiantes de un grado específico determinado por la institución.

8.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Colombia ofrece un amplio portafolio de productos y servicios en diferentes tipos de turismo con extraordinario potencial de desarrollo, creando diversas oportunidades de inversión con importantes perspectivas de crecimiento. En la tabla 2, fija el tipo de turismo que se puede realizar en el país.

Tabla 2 Análisis de la oferta

TIPO DE TURISMO	CARACTERÍSTICAS
Parques Temáticos - Agroturismo	Importante desarrollo de parques temáticos en la zona cafetera del país.
Sol Y Playa	Único país en Suramérica con costas en los dos océanos. Colombia se encuentra en una zona libre de huracanes. Tiene más de 300 playas, algunas de ellas con todos los servicios turísticos.
Eco Turismo	Un sector con amplio potencial de desarrollo alrededor de todo el país. Lugar ideal para el ecoturismo gracias a su biodiversidad.
Cultural E Histórico	Grandes oportunidades de inversión alrededor de los destinos de relevancia histórica.

Aventuras Y Deportes	En Colombia, las encumbradas montañas de la cordillera de los Andes son ideales para los deportes de montaña. Sus vientos favorables son perfectos para el deporte aéreo. Se está promoviendo la inversión en deportes acuáticos como el buceo.
Festividades Y Ferias En Ciudades Capitales	Colombia tiene cuatro grandes áreas metropolitanas en las que se desarrollan numerosas actividades culturales y de negocios, además de diversos eventos, ferias y festivales que se celebran durante el año.
Parques Temáticos	Se ha registrado un importante desarrollo de parques temáticos en la zona cafetera del país, y más recientemente en la Sabana de Bogotá.

Fuente. 3 FORTUR colombia

8.2.1 Distribución Geográfica

Según las cifras del RNT (Registro Nacional de Turismo), al 31 de diciembre del año 2016, el número de agencias prestadoras de servicio de turismo en Colombia, legalmente constituidas y activas para ejercer esta actividad comercial son:

Tabla 3 Numero de agencias prestadoras de servicios de turismo en Colombia

NIVEL	NUMERO AGENCIAS PRESTADORAS DE SERVICIO DE TURISMO
Nivel Nacional	3.929
Nivel Departamental (Cundinamarca)	1.149

Fuente. 4 CITUR; centro de información turística en Colombia

Tabla 4 Numero de agencia prestadoras de servicios turístico en Fusagasugá; Cundinamarca

NIVEL	NUMERO AGENCIAS PRESTADORAS DE SERVICIO DE TURISMO
Nivel municipal: (Fusagasugá)	28

Fuente. 5 secretaria de turismo, alcaldía de Fusagasugá; Cundinamarca

La tabla anterior, evidencia el número de agencias operadoras de turismo legalmente constituidas y ejerciendo legalmente bajo registro nacional de turismo en el municipio de Fusagasugá.

La informalidad para este tipo de actividad económica ha ido en aumento en el municipio, por lo que la secretaria de turismo de la alcaldía municipal, conjunto a la policía nacional, dependencia y policía de turismo han realizado balances y censos, buscando disminuir dicha informalidad, para evitar que los turistas (propios y visitantes) sean víctimas de estafas o engaños; además para garantizar un servicio lícito al consumidor.

8.2.2 Sectores Turísticos Nacional Y Principales Actividades.

Colombia es un país que brinda lugares exóticos para realizar turismo, en la tabla 5, muestra los sectores turísticos nacionales, determinado por regiones y con su respectiva activada turística.

Tabla 5 Sectores turísticos nacionales y actividades principales

REGIÓN	ACTIVIDAD TURÍSTICA
Costa caribe y costa pacífica.	Etnocultural, sol y playa, recreativo
Bogotá	Negocios, cultura
Boyacá	Histórico – cultural
Caldas	Ecoturismo, eventos
Cartagena	Histórico cultural, congresos, sol y playa.
Cauca	Histórico – cultural;

	Etnoecoturístico
Casanare	Agroturismo, ecoturismo
Cesar	Cultural, ecoturismo
Cundinamarca	Histórico – cultural
Sabana oriente	Histórico – cultural
Girardot	Recreativo
Zipaquirá	Histórico cultural
Caribe colombiano	Ecoturismo
guajira	Eco – etnoturismo
Huila-san Agustín	Histórico arqueológico, ecoturismo
Melgar-Girardot-Carmen de apicalá	Recreativo
meta	Agroturismo, ecoturismo, eventos
Mompox	Histórico cultural
Nariño	Eco-etnoturismo
Norte del Santander	Histórico cultural, compras
Quindío	Agroturismo
Risaralda	Turismo rural
San Andrés- providencia- santa catalina	San Andrés: Sol y playa Providencia. Ecoturismo
Magdalena-santa marta	Ecoturismo
Santander	Aventura, congresos y convenciones
Tierradentro	Histórico arqueológico, étnico
Tolima	Etno- cultural
Valle del cauca, zona sur, zona centro, zona norte, capital Cali	Agroindustrial y recreativo, ecoturismo Histórico cultural y ecoturismo Agroturismo y ecoturismo Congresos y convenciones
vichada	Eco – etnoturismo

Fuente. 6 Compes 3397; DNP Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; 2005

8.3 ANÁLISIS PERFIL DEL CONSUMIDOR

De acuerdo con los resultados elaborados por el Ministerio de comercio, industria y turismo⁵ en el año 2016, el principal motivo de viajes que realizan los colombianos es por ocio (Diversión u ocupación reposada, especialmente en obras de ingenio, porque estas se toman regularmente por descanso de otras tareas)⁶ con un porcentaje 50.1 % de los motivos generales por los cuales viajan y realizan turismo.

A continuación, se presenta la tabla 6, tabla de porcentajes de los motivos para hacer viajes y turismo de los colombianos durante los tres últimos años, en donde se visualiza el alza que ha tenido el motivo del ocio, por encima de los otros factores.

Tabla 6 motivos de turismo interno en colombia

MOTIVOS \ AÑOS	2014	2015	2016
OCIO	46.6%	48.0%	50.1%
TRABAJO O NEGOCIOS	42.3%	41.5%	39.4%
CONVENCIONES	7.7%	7.2%	5.7%
RELIGIOSOS	3.8%	4.1%	4.0%

Fuente. 7 Mincomercio, industria y turismo, año 2016.

⁵ MINCOMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, Ministerio de comercio, industria y turismo , motivos de viajes de los colombianos[en línea].201;.disponible en:

http://www.mincit.gov.co/publicaciones/33101/boletin_informativo_del_sector_turismo

⁶ RAE, Real academia española, que es el ocio.[en línea].RAE.2017;disponible en: <http://dle.rae.es/?id=QrvsNB1>

8.4 MERCADO OBJETIVO

Teniendo en cuenta que un producto o servicio específico no resulta ser atractivo para todos los consumidores, que toda persona es un consumidor potencial y que ninguna empresa cuenta con la capacidad de satisfacer las necesidades de toda una población, debido a que todos somos diferentes y tenemos gustos y hábitos distintos, se hace necesario segmentar el mercado; es decir, dividir el mercado en grupos de consumidores con necesidades o características comunes.

Los hogares colombianos están conformados en promedio por 4 personas. De estos, el 15 % son hogares unipersonales, 13 % núcleos monoparentales, esto es, padres y/o madres solos con sus hijos, y 9 % son parejas sin hijos.

Los de parejas con hijos y “extenso-compuesto” u hogares de familia extendida o con extraños, representan el 36 % y 27 %, respectivamente. Las mujeres son jefas de hogar en el 35 % de los hogares.⁷

La población con discapacidad motriz, sensorial y población minusválida en Colombia actualmente es de 1.303.524, en el departamento de Cundinamarca la población es de 44.197 personas, una relación del 1.60 % de la población total de discapacidad del país, de ellos 23.484 son hombres y 20.713 son mujeres. La información anterior fue tomada de la página web del ministerio de salud, observatorio nacional de discapacidad 2017.⁸

Por otro lado, y en relación al mercado objetivo, en temas de establecimientos formativos en Fusagasugá, actualmente existen 65 instituciones educativas entre

⁷ TELLEZ, Juana. Puntadas iniciales sobre los hogares colombianos.[en línea].Bogotá: Juana Téllez. 2017;disponible en: <https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/colombia-puntadas-iniciales-sobre-los-hogares-colombianos/>

⁸MINSALUD, Ministerios de salud y proyección social. Observatorio nacional de discapacidad.[en línea].2017; disponible en: <http://ondiscapacidad.minsalud.gov.co/indicadores/Paginas/Mapa-dinamico.aspx>

publica y privadas, de grados escolares de primaria y secundaria, esto según la secretaria de educación de la alcaldía de Fusagasugá.

A continuación, se implementa un lienzo de modelos de negocio, el lean canvas es una herramienta estratégica empresarial, que permite analizar de manera visual el modelo de negocio para aumentar sus probabilidades de éxito.

En él se puede encontrar 9 bloques, cada uno con resultados e información concreta para realizar el plan de negocios.

Los bloques son:

1. La segmentación del cliente
2. La propuesta de valor
3. Los canales de distribución
4. Relación con el cliente
5. Los recursos claves
6. Las actividades claves
7. Los socios claves
8. Los flujos de ingresos
9. La estructura de costos.

8.4.1 Modelo De Negocios (Lean Canvas) Para La Empresa Explora & Vive Colombia Express

Tabla 7 Lean Canvas

7. SOCIOS CLAVES a) Hoteles b) Parques temáticos c) Museos d) Guías e) Centros vacacionales f) Restaurantes g) Empresas de transporte especial y de turismo h) Empresa aseguradora de viajes i) Aerolíneas j) Convenios empresariales para fines académicos	6. ACTIVIDAD CLAVE a) Servicio personalizado b) Participación de clientes en la creación de los paquetes turísticos c) Interacción de usuarios antes y después d) Calificación del servicio por los usuarios.	2. PROPUESTA DE VALOR a) Turismo accesible b) Puntualización y detalle del servicio c) visitas empresariales con fines académicos	4. RELACION CON EL CLIENTE a) servicio al cliente a través de E-mailing, chat, llamadas. b) Personalizada c) Redes sociales d) Precios accesibles	1. SEGMENTO DE CLIENTES a) Clientes masivos b) Grupos Empresariales. c) Instituciones Educativas regionales y nacionales. d) Grupos Familiares
	5. RECURSOS CLAVE a) Talento humano b) Recurso financiero c) Herramientas virtuales		3. CANALES a) Directos b) Redes sociales c) Telefónica a través del servicio atención al cliente. d) Voz a voz e) Referencias f) Volantes g) Promoción vía email.	
9. ESTRUCTURA DE COSTOS a) Publicidad b) Viajes de reconocimiento de destinos, para luego ser ofrecidos c) Gastos de comunicación d) Gastos de desplazamiento e) Capital inicial		8. FLUJO DE INGRESOS a) Ventas por paquetes ofrecidos al publico b) Ventas por paquetes ofrecidos y seleccionados por usuarios determinados c) Eventos		

Fuente. 8 Elaboración propia.

8.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Como anteriormente se ha indicado en el presente documento, en Fusagasugá existente 28 agencia operadoras de turismo legalmente constituidas ante la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), registro nacional de turismo (RNT) y registradas por la página de la alcaldía de Fusagasugá, a continuación, se realiza una comparación de las 4 operadoras de mayor reconocimiento en el municipio.

Tabla 8 benchmarking de la competencia en Fusagasugá, Cundinamarca.

RAZON SOCIAL	PRODUCTOS / SERVICIOS OFRECIDOS	UBICACION	¿Qué destaca de ellos? *
SERVICIOS DE TURISMO E. U	Servicios de agencias de viajes.	Fusagasugá	Gainza y acompañamiento bilingüe
VIAJES Y TURISMO JP	Paquetes turísticos nacionales e internacionales.	Fusagasugá	Salidas pedagógicas y peregrinaciones.
TRAVEL WORLD COLOMBIA	Tiquetes aéreos, paquetes turísticos, cruceros	Fusagasugá	Cruceros
ON VACATION	Hoteles, paquetes turísticos,	Fusagasugá	Destinos en Latinoamérica y facilidades de pago.

Fuente. 9 Elaboración propia.

El análisis competitivo del manejo de paquetes turísticos en las agencias fusagasugueñas destaca factores relevantes complementarios como diferenciador entre los operadores que comprenden su actividad en la venta del servicio.

8.6 CONCEPTO DEL PRODUCTO Y SERVICIOS.

El segundo objetivo específico ***“Diseñar el portafolio con los paquetes de servicios turísticos que se ofrecerá y que serán a su vez un elemento diferenciador en la competitividad”***, Se realizó conforme a la propuesta metodológica del plan de negocios del centro de innovación, tecnología y gestión organizacional (**CITGO**), obteniendo los siguientes resultados:

Se define y se describe los servicios principales propuestos hacia el plan de negocios para la empresa Explora & Vive Colombia Express, dedicada a la prestación de servicios de turismo a nivel nacional.

8.6.1 Turismo En General

Servicios turísticos regionales y nacionales; planes todo incluido, o servicios seleccionados por el usuario a la comodidad que deseen programarlo.

8.6.2 Turismo Accesible

El turismo accesible o turismo para todos no se limita a la eliminación de barreras físicas, sensoriales o de la comunicación, sino que tiene por finalidad lograr que los entornos, productos y servicios turísticos puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona con o sin discapacidad.⁹

8.6.3 Integración Familiar

Una forma para que las familias compartan sus valores es las reuniones familiares. Estas son perfectas para que los padres e hijos se brinden apoyo mutuo en tiempos

⁹ OMT, organización mundial de turismo. Turismo accesible.[en línea].OMT 2017;disponible en: <http://ethics.unwto.org/es/content/turismo-accesible>

difíciles. Las reuniones familiares constantes ayudan a fortalecer el vínculo familiar entre cada uno de los miembros.

8.6.4 Salidas Pedagógicas

De manera definitiva los espacios abiertos y el trabajo de campo permite tener un acercamiento real con lo que ocurre en el mundo que nos rodea y establecer diferentes relaciones con los estudiantes y con el conocimiento. Por ello es muy importante que las instituciones educativas tanto privadas como públicas, se integren y se motiven a realizar este tipo de salidas con sus estudiantes y/o aprendices para explorar el mundo abierto de la naturaleza, y reflexionar a través de ella. Además, brinda la oportunidad de realizar visitas a empresas e industrias con fines académicos.

8.6.5 Ecoturismo (Caminatas Ecológicas)

La caminata ecológica es un recorrido por los senderos ecológicos observando y disfrutando de la naturaleza en compañía de un guía quien lo harán entrar en contacto con la fauna y flora nativa, ríos, el bosque lagunas, los esteros, las cuales poseen una gran riqueza natural.

También se pueden observar la contaminación, viviendas, peces y los medios de transporte que utilizan los habitantes de la región y la forma de vivir. es una experiencia magnífica digna de ser compartida con los estudiantes del ecoturismo, para que la pongan en práctica en su vida futura.

8.6.6 Turismo Y Deportes De Aventura

El turismo de aventura es un tipo de turismo que implica exploraciones o viajes con una percepción y, posiblemente, existencia real de riesgos, que potencialmente requiere de destrezas especiales o de ciertas condiciones físicas.

8.6.7 Eventos Empresariales

Brindar días especiales para integraciones y salidas empresariales, de este modo les otorgarla un espacio de completo descanso y relajación a los empleados, compañeros de trabajo, ejecutivos, equipo de labor y demás y así poder renovar energías para beneficio de la compañía. las actividades de trabajo en equipo y la recreación fortalecen las relaciones interpersonales en los empleados y ejecutivos de la empresa.

8.6.8 Otros Servicios

Ofrecer accesibilidad al mercado turístico mediante la conformación de clúster que entrelazan la relación de proveedores y clientes, direccionándose a un amplio mercado de actividades vinculadas a prestar un mejor servicio tales como:

- Transporte especial y de turismo, tiquetes aéreos
- Hospedaje (hoteles, apartamentos, fincas de descanso, etc.)
- Alimentación
- Boletería y entradas a Parques y centros vacacionales, entre otros.

8.7 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN, PRECIO, PROMOCIÓN, COMUNICACIÓN Y SERVICIO.

En el tercer objetivo específico ***“Trazar los diferentes canales de comercialización y conminación que permitirá la presentación de los servicios turísticos”***, este objetivo se realizó conforme a la propuesta metodológica del plan de negocios del centro de innovación, tecnología y gestión organizacional (**CITGO**), obteniendo los siguientes resultados:

8.7.1 Estrategia Plaza Y Canales De Distribución

El plan de negocios para la empresa Explora & Vive Colombia Express, dedicada a la prestación de servicios de turismo a nivel nacional. Será ubicada en el municipio de Fusagasugá, Cundinamarca, en el sector del centro, la oferta y venta de los planes turísticos se realizarán de forma directa y mediante el uso de herramientas electrónicas como lo es el internet y por intermedio de la Pagina Web de la agencia.

Las visitas a los colegios para la presentación de las actividades pedagógicas serán programadas y realizadas por el personal de ventas de la agencia sin contar con intermediarios en el proceso de ventas. Como herramienta de contacto se diseñará e implementará el Sitio Web oficial de la empresa, redes sociales, brochures, en el cual se encontrará la oferta de destinos, planes, salidas pedagógicas, cotización de servicios; el contacto será directo con el asesor de ventas y el pago del servicio podrá ser a través de consignaciones electrónicas, bancaria o de manera física en la instalación de la oficina.

8.7.2 Estrategia De Precio

El precio de los paquetes turísticos se determinará teniendo en cuenta los costos que estas implican dentro de los cuales se suman hospedaje, transporte, alimentación, tarjetas de asistencia médicas, entradas a diferentes parques, museos, sitios históricos, centros vacacionales, etc. Se incluyen los costos de los guías especializados de cada región, coordinador de grupo por parte de la agencia, finalmente se suma una utilidad porcentual esperada sobre dichos costos, para así obtener el costo total por pasajero. Con el fin de estimular al usuario, si éste ha adquirido 3 paquetes turísticos seguidos, se la hará un descuento sobre el costo total por pasajero.

8.7.3 Estrategia De Comunicación

La tecnología ha presentado un gran impacto en la economía mundial explicado por tres efectos básicos producidos por esta: la eliminación de las barreras de la distancia, el fácil acceso a la información y el incremento de la competencia global. Con la introducción del internet en la década de los noventas y la masificación de su uso las comunicaciones, el acceso a la información y el comercio se ha incrementado exponencialmente debido a que los costos son bajos y su velocidad de transacción es alta. Teniendo en cuenta que la industria del turismo depende fundamentalmente de intercambio de información dado a que es un servicio, esta herramienta tecnológica a representado a las agencias de viajes ventajas como llegar a un mayor mercado, oportunidad de realizar ventas domésticas e internacionales, servicio 24 horas, mayor eficiencia, así como mayores ingresos percibidos y reducción en costos.

Es por esto que como estrategia de comunicación se utilizará principalmente el internet, teniendo en cuenta que esta es una herramienta bastante poderosa, de fácil acceso y de uso masivo, para lo cual se desarrollará e implementará la página web de la empresa, se subirá publicidad en las redes sociales tales como Facebook,

Twitter, Instagram y en google AdWords herramienta que permite promocionar la agencia junto a los resultados de búsqueda relevantes en Google, esto aprovechando la acogida que tienen dichas redes a nivel local, regional, nacional, e internacional , mundial.

Además, para llegar a aquellas personas que no manejan o usan la tecnología y la virtualidad, se realizara cuñas radiales en las emisoras locales del municipio, promocionando las salidas y los paquetes turísticos, suministrando una breve descripción de las actividades, los destinos y los precios establecidos por cada salida.

8.7.4 Estrategia De Servicio

Como estrategia de servicio se busca crear una relación directa con el cliente a través de la prestación de un servicio amable, seguro e innovador que permita crear una forma de hacer turismo diferente. Así mismo, se pretende que la calidad del servicio sea altamente reconocida por el acompañamiento y la asesoría permanente al usuario del paquete turístico, desde su vínculo con la agencia, hasta la prestación final del servicio.

La satisfacción del cliente se convertirá en el activo más importante de la agencia, el desarrollo de nuevos servicios turísticos permitirá estar en una constante innovación y vanguardia para incursionar en nuevos segmentos de turismo. Se pretenderá llegar al cliente con propuestas turísticas que agreguen valor y beneficios tanto individuales como grupales.

8.8 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADO.

Dentro del presupuesto del marketing mix se tomarán en cuenta los costos que implican llevar a cabo las estrategias de mercados definidas en el plan de negocios, en la siguiente tabla se da ejemplar de un paquete turístico relaciona a un servicio pedagógico solicitado por una institución educativa de la ciudad de Fusagasugá, en donde la institución realiza una solicitud para un pasadía a playa Hawái (Ibagué-Tolima)

Tabla 9 Presupuesto de la mezcla de mercado

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
producto/ servicio pasadía playa Hawái por persona	paquete	1	\$ 22.000	\$ 22.000
precio/ gestión por persona	paquete	1	\$ 27.000	\$ 27.000
plaza / gestión por persona, colegio	paquete	1	\$ 6.500	\$ 6.500
promoción / gestión redes sociales por persona	paquete	1	\$ 500	\$ 500
Total, presupuesto de la mezcla de mercado				\$ 56.000
Porcentaje de utilidad esperada 20%				\$14.000
Total, precio del servicio por persona				\$ 70.000

Fuente. 10 Elaboración propia.

8.9 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO

8.9.1 Principales Proveedores.

Para desarrollar un servicio, se programa el destino y fecha de la actividad a realizar. Por lo anterior se procede a generar los contactos previos para la prestación del servicio según lo solicitado y pactado dentro del paquete plasmado.

Los proveedores principales son:

- Empresas de transporte: Suministro en transporte especial y turístico con diferente capacidad de pasajeros, ofreciendo comodidad, seguridad y un buen servicio.
- Empresas de asistencia de servicios médicos: Empresa de seguros viajeros por cada paquete turístico vendido al cliente
- Hotelería y hospedaje regional y nacional: Hospedaje y comodidad requerida por el usuario en su servicio seleccionado
- Restaurantes regionales y nacionales: Distintas ofertas de selección a solicitud del cliente, ya sea por ubicación o magnitud de evento
- Centros vacacionales, temáticos y recreativos, museos y lugar de convenciones: Diferentes ofertas a nivel nacional que suplen la necesidad del cliente.

8.10 PROYECCIÓN DE VENTAS

Teniendo en cuenta el cuarto y último objetivo específico **“Desarrollar un estudio financiero que proyecte la viabilidad y los gastos que se necesitan para la óptima prestación del servicio”**, dicho objetivo se realizó conforme a la propuesta metodológica del plan de negocios del centro de innovación, tecnología y gestión organizacional (**CITGO**), obteniendo los siguientes resultados:

El índice de precios al consumidor (IPC) mide la evolución del costo promedio de una canasta de bienes y servicios representativa del consumo final de los hogares, expresado en relación con un período base. La variación porcentual del IPC entre dos periodos de tiempo representa la inflación observada en dicho lapso. El cálculo del IPC para Colombia se hace mensualmente en el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).¹⁰

Las proyecciones de ventas son importantes en la medida que alimentan diversos procesos de gestión y planeación dentro de la empresa; toda proyección económica o financiera se basa en gran medida de un buen estimado en ventas.

Explora & vive Colombia express ha estructurado para sus inicios, 7 paquetes turístico para el año, lo cuales proponen el turismo masivo o turismo general, turismo accesible, integración familiar, salidas pedagógicas, ecoturismo, deporte de aventura, eventos empresariales.

El porcentaje fijado por la empresa para el aumento de la demanda en unidades es del 2% mensual y del 10% anual, el anterior será utilizado para la proyección de ventas a partir del año 1 al año 3. Ver tabla 12 y tabla 11 respectivamente.

¹⁰ BRC. banco de la república de colombia de cuanto fue el IPC en colombia año 2016.[en línea] 2017;<http://obiee.banrep.gov.co/analytics/saw.dll?Go&NQUser=publico&NQPassword=publico&Path=/shared/Consulta%20Series%20Estadisticas%20desde%20Excel/1.%20IPC%20base%202008/1.2.%20Por%20anno/1.2.2.%20Total%20nacional&lang=es&Options=rdf>

Se estima un incremento del precio de cada uno de los paquetes turísticos del 8% anual, a partir del año 1 hasta el año3, porcentaje fijado por la empresa; teniendo en cuenta el promedio estimado del IPC para el 2017 que sea de 6.26% (IPC2015 correspondiente al 6.77%; y IPC 2016 correspondiente al 5.75%). Ver tabla 13, tabal 14 y tabla 15, respectivamente.

A continuación, se muestra la tabla de proyecciones de venta, en donde se refleja el aumento de los paquetes mensuales y anuales. Teniendo en cuenta la siguiente clasificación:

- **Servicio 1:** turismo general
- **Servicio 2:** Turismo accesible
- **Servicio 3:** Integración familiar
- **Servicio 4:** Salidas pedagógicas
- **Servicio 5:** Ecoturismo (caminatas ecológicas)
- **Servicio 6:** Turismo y deporte de aventura
- **Servicio 7:** Eventos empresariales

Tabla 10 proyección de ventas en unidades mensual

SERVICIO / PAQUETES	Meses												TOTAL AÑO BASE
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Servicio 1	15	15	16	16	16	17	17	17	18	18	18	19	201
Servicio 2	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14	15	15	161
Servicio 3	15	15	16	16	16	17	17	17	18	18	18	19	201
Servicio 4	15	15	16	16	16	17	17	17	18	18	18	19	201
Servicio 5	15	15	16	16	16	17	17	17	18	18	18	19	201
Servicio 6	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	54
Servicio 7	12	12	12	13	13	13	14	14	14	14	15	15	161
Porcentaje de aumento mensual 2%													1180

Fuente. 11 Elaboración propia.

Tabla 11 proyección de ventas en unidades anula

SERVICIO / PAQUETES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Servicio 1	221	243	268
Servicio 2	177	195	214
Servicio 3	221	243	268
Servicio 4	221	243	268
Servicio 5	221	243	268
Servicio 6	59	65	71
Servicio 7	177	195	214
TOTAL	1298	1428	1571
Porcentaje de aumento anual 10%			

Fuente. 12 Elaboración propia.

Tabla 12 proyección de ventas en pesos anuales, año base

SERVICIO	VALOR	AÑO BASE	VALOR TOTAL
Servicio 1 playa Hawái (Ibagué)	\$ 70.000	201	\$ 14.082.694
Servicio 2 playa Hawái (Ibagué)	\$ 90.000	161	\$ 14.485.057
Servicio 3 playa Hawái (Ibagué)	\$ 70.000	201	\$ 14.082.694
Servicio 4 zoo criadero babillas (Carmen de apicalá)	\$ 25.000	201	\$ 5.029.534
Servicio 5 parque verde & agua (Fusagasugá)	\$ 40.000	201	\$ 8.047.254
Servicio 6 cerro del Quininí (vereda el ocobo- Tibacuy)	\$ 70.000	54	\$ 3.755.385
Servicio 7 playa Hawái (Ibagué)	\$ 120.000	161	\$ 19.313.409
TOTAL			\$ 78.796.027

Fuente. 13 Elaboración propia.

Tabla 13 Proyección de ventas en pesos anual, año 1

SERVICIO	VALOR	AÑO 1	VALOR TOTAL
Servicio 1 playa Hawái (Ibagué)	\$ 75.600	211	\$ 15.969.775
Servicio 2 playa Hawái (Ibagué)	\$ 97.200	169	\$ 16.426.055
Servicio 3 playa Hawái (Ibagué)	\$ 75.600	211	\$ 15.969.775
Servicio 4 zoo criadero babillas (Carmen de apicalá)	\$ 27.000	211	\$ 5.703.491
Servicio 5 parque verde & agua (Fusagasugá)	\$ 43.200	211	\$ 9.125.586
Servicio 6 cerro del Quininí (vereda el ocobo- Tibacuy)	\$ 75.600	56	\$ 4.258.607
Servicio 7 playa Hawái (Ibagué)	\$ 129.600	169	\$ 21.901.406
TOTAL			\$ 89.354.695

Fuente. 14 Elaboración propia.

Tabla 14 Proyección de ventas en pesos anual, año 2

SERVICIO	VALOR	AÑO 2	VALOR TOTAL
Servicio 1 playa Hawái (Ibagué)	\$ 81.648	222	\$ 18.109.725
Servicio 2 playa Hawái (Ibagué)	\$ 104.976	177	\$ 18.627.146
Servicio 3 playa Hawái (Ibagué)	\$ 81.648	222	\$ 18.109.725
Servicio 4 zoo criadero babillas (Carmen de apicalá)	\$ 29.160	222	\$ 6.467.759
Servicio 5 parque verde & agua (Fusagasugá)	\$ 46.656	222	\$ 10.348.414
Servicio 6 cerro del Quininí (vereda el ocobo- Tibacuy)	\$ 81.648	59	\$ 4.829.260
Servicio 7 playa Hawái (Ibagué)	\$ 139.968	177	\$ 24.836.194
TOTAL			\$ 101.328.224

Fuente. 15 Elaboración propia.

Tabla 15 Proyección de ventas en pesos anual, año 3

SERVICIO	VALOR	AÑO 3	VALOR TOTAL
Servicio 1 playa Hawái (Ibagué)	\$ 88.180	233	\$ 20.536.428
Servicio 2 playa Hawái (Ibagué)	\$ 113.374	186	\$ 21.123.183
Servicio 3 playa Hawái (Ibagué)	\$ 88.180	233	\$ 20.536.428
Servicio 4 zoo criadero babillas (Carmen de apicalá)	\$ 31.493	233	\$ 7.334.439
Servicio 5 parque verde & agua (Fusagasugá)	\$ 50.388	233	\$ 11.735.102
Servicio 6 cerro del Quininí (vereda el ocobo- Tibacuy)	\$ 88.180	62	\$ 5.476.381
Servicio 7 playa Hawái (Ibagué)	\$ 151.165	186	\$ 28.164.245
TOTAL			\$ 114.906.206

Tabla 16 Elaboración propia.

Tabla 17 Proyección de ingresos anuales

TOTAL INGRESOS	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
	\$ 78.796.027	\$ 89.354.695	\$ 101.328.224	\$ 114.906.206

Fuente. 16 Elaboración propia.

8.11 ANÁLISIS TECNICO OPERATIVO

8.11.1 Ficha Técnica

La tabla 18 corresponde a la ficha técnica que representa un sumario definido por parte de la operadora de servicios turístico Explora & Vive Colombia Express, para realizar una prestación específica. Como ejemplo se tomará el servicio de un pasadía a playa Hawái, centro vacacional, ubicado en el kilómetro 22 vía Ibagué, Tolima.

Tabla 18 Ficha técnica de Explora & Vive Colombia Express, servicio playa Hawái, Ibagué

FICHA DEL SERVICIO TURISTICO		
DATOS DEL OPERADOR TURISTICO	Razón social	Explora & Vive Colombia Express
	Descripción Del Servicio	<p>Pasadía en el centro vacacional Playa Hawái, ubicado en el km 22 vía a Ibagué en el cual podrás disfrutar de un clima agradable, y además encontraras:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Salón de juegos: ping-pong, billar, rana, etc. ✓ Acuaparque ✓ Piscina Infantil ✓ Voleyplaya ✓ Piscina de playa ✓ Mirador Ukelele ✓ Exhibición de carros ✓ Toboganes Extremos ✓ Cafeterías ✓ Restaurantes <p>El servicio incluye tarjeta de asistencia médica y refrigerio</p>
	Lugar de origen	Fusagasugá (Cundinamarca)
	Destino	Playa Hawái (Ibagué)

	Servicios	- Transporte <input checked="" type="checkbox"/>	número de días del servicio a prestar
		- Alojamiento <input type="checkbox"/>	
		- Alimentación <input checked="" type="checkbox"/>	
		- Boletería <input checked="" type="checkbox"/>	1 día
		- Guía <input type="checkbox"/>	
		- Otro <input type="checkbox"/>	
		Cual: _____	

	Fecha	Salida 09/04/2017	Regreso 09/04/2017
	Valor por persona	\$70.000	N° Pax 40
DATOS DEL CONTRATANTE	Nombre del responsable	Cristian Camilo Suarez	
	Numero de contacto	310 332 15 20	
	E- mail	cristiansuarez@gmail.com	
	Objeto del servicio	Ocio y recreación	

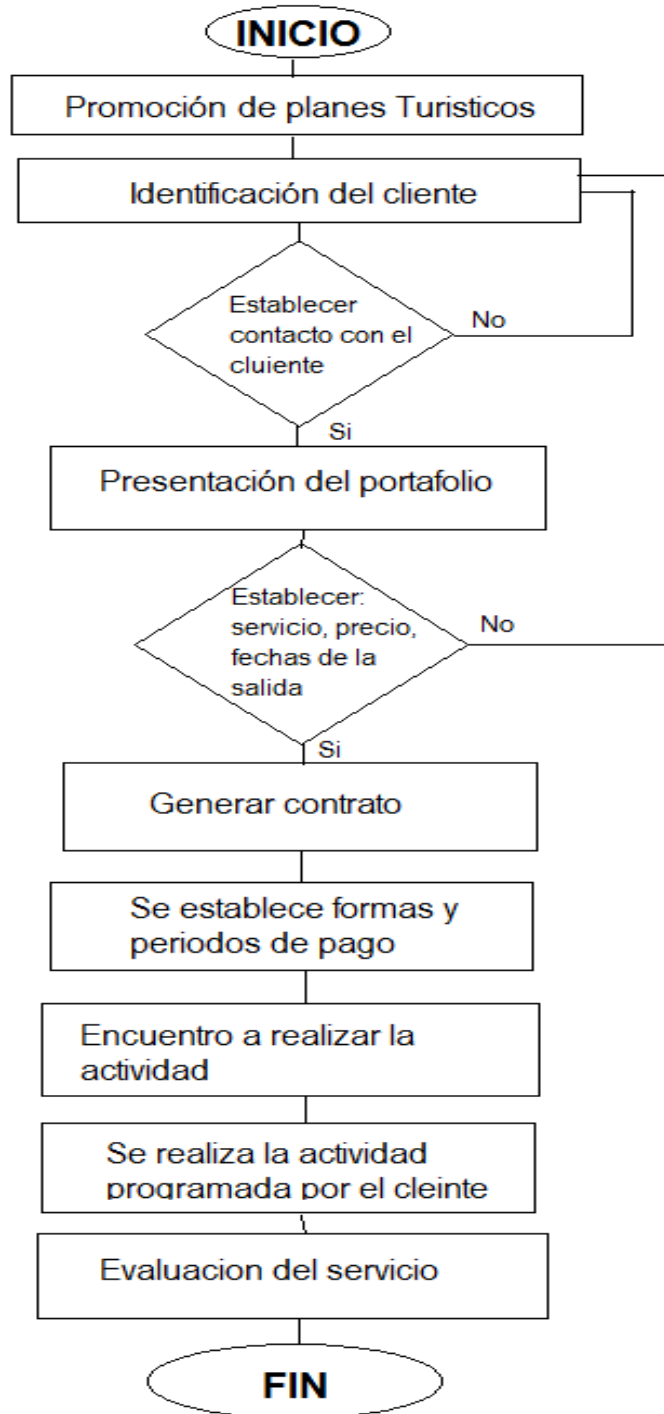
Fuente. 17 elaboración propia.

8.11.2 Descripción Del Proceso

El flujograma ofrece una descripción visual de las actividades implicadas en un proceso mostrando la relación secuencial entre ellas, facilitando la rápida comprensión de cada actividad y su relación; en la imagen N° 2 se aprecia el proceso comercial; y en la imagen N° 3 el flujograma del proceso con el proveedor de la empresa Explora& Vive Colombia Express

8.11.2.1 Flujograma proceso comercial.

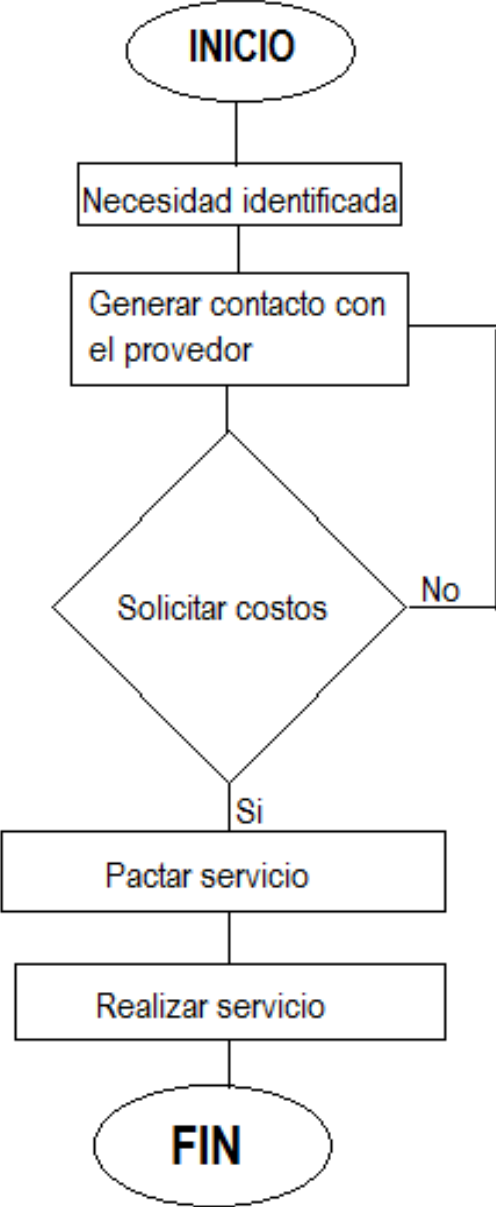
Imagen N° 2 Flujograma proceso comercial



Fuente. 18 Elaboración propia.

8.11.2.2 Flujograma de proceso con el Proveedor.

Imagen N° 3 Flujograma de proceso con el proveedor.



Fuente. 19 Elaboración propia.

8.12 INVERSIÓN FIJA PARA LA EMPRESA EXPLORA & VIVE COLOMBIA EXPRESS

La empresa explora & vive colombia express, para inicios de sus actividades económicas como lo es la prestación de un servicio, realiza la siguiente inversión fija para la adecuación de su oficina en el año base.

La tabla 19 muestra los costos de adquisición y su respectiva depreciación de forma lineal en el tiempo.

Tabla 19 Inversión fija, requerimientos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITA	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL, AÑOS
SILLAS ESCRITORIO	5	\$ 299.900	\$ 1.499.500	\$ 149.950	10
COMPUTADORES	5	\$ 1.100.000	\$ 5.500.000	\$ 1.100.000	5
IMPRESORA	2	\$ 750.000	\$ 1.500.000	\$ 300.000	5
ESCRITORIO OFICINA	5	\$ 180.000	\$ 900.000	\$ 90.000	10
KIT DE COMPUTO	5	\$ 450.000	\$ 2.250.000	\$ 450.000	5
MESA DE JUNTAS	1	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 75.000	10
SILLAS INTERLOCUTORAS	10	\$ 70.000	\$ 700.000	\$ 70.000	10
ARCHIVADOR METÁLICO	2	\$ 350.000	\$ 700.000	\$ 70.000	10
ADECUACIÓN DE LA OFICINA	1	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ -	
MOTOCICLETA BWS 125 MODELO 2014	1	\$ 5.800.000	\$ 5.800.000	\$ 1.160.000	5
TOTAL			\$ 20.049.500	\$ 3.464.950	

Fuente. 20 Elaboración propia.

8.13 COSTOS DE INSUMOS

La empresa explora & vive colombia express, para inicios de sus actividades económicas como lo es la prestación de un servicio, realiza la siguiente compra de insumos para el desarrollo del servicio. Se estableció un aumento fijo del 5% anual de los insumos. La tabla 20 muestra los costos de adquisición de los insumos en el año base y la tabla 21 el costo anual.

Tabla 20 costos de insumos año base.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL AÑO BASE
TALONARIO DE RECIBOS DE CAJA	TALONARIO DE 50 RECIBOS	60	\$ 6.500	\$ 390.000
TALONARIO DE RECIBOS DE EGRESOS	TALONARIO DE 50 RECIBOS	40	\$ 6.000	\$ 240.000
RESMAS PARA IMPRESIÓN	resma x 500 hojas	14	\$ 9.500	\$ 133.000
TINTAS DE COLOR PARA IMPRESIÓN	tubos de colores	12	\$ 11.000	\$ 132.000
LAPICEROS	cajas x 20 lapiceros	2	\$ 14.000	\$ 28.000
GANCHOS COSEDORA	cajas x 500 ganchos	6	\$ 4.500	\$ 27.000
CARPETAS DE PRESENTACIÓN SIN BOLSILLO, TAMAÑO CARTA, COLOR BLANCO	caja de carpeta x 50	25	\$ 17.000	\$ 425.000
TOTAL, COSTOS DE INSUMOS ANUAL				\$ 1.375.000

Fuente. 21 Elaboración propia.

Tabla 21 costo de insumos proyecciones anuales

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
TALONARIO DE RECIBOS DE CAJA	\$ 409.500	\$ 429.975	\$ 451.474
TALONARIO DE RECIBOS DE EGRESOS	\$ 252.000	\$ 264.600	\$ 277.830
RESMAS PARA IMPRESIÓN	\$ 139.650	\$ 146.633	\$ 153.964
TINTAS DE COLOR PARA IMPRESIÓN	\$ 138.600	\$ 145.530	\$ 152.807
LAPICEROS	\$ 29.400	\$ 30.870	\$ 32.414
GANCHOS COSEDORA	\$ 28.350	\$ 29.768	\$ 31.256
CARPETAS DE PRESENTACIÓN SIN BOLSILLO, TAMAÑO CARTA, COLOR BLANCO	\$ 446.250	\$ 468.563	\$ 491.991
TOTALES ANUALES	\$ 1.443.750	\$ 1.515.938	\$ 1.591.734

Fuente. 22 Elaboración propia.

8.14 COSTOS DE PRODUCCIÓN DE MANO DE OBRA ADMINISTRATIVA

La empresa explora & vive colombia express, para inicios de sus actividades económicas como lo es la prestación de un servicio, cuenta con un costo de mano de obra administrativa, en donde se contará con un equipo de trabajo conformado por un gerente, un asistente de gerencia, un auxiliar de tesorería y un asesor comercial. Los costos de la nómina se reflejan en la tabla 22, con un aumento anual del 7%, dicho aumento es el promedio del incremento del salario mínimo legal vigente en colombia en los años 2015, 2016 y 2017.

Tabla 22 costo mano de obra administrativa

CARGO	SALARIO BASICO	DIAS	DEVENGADO				DEDUCIONES			NETO PAGADO
			SUELDO	AUX. TRANSPORTE	EXTRAS	TOTAL DEVENGADO	SALUD	PENSIÓN	TOTAL DEDUCIONES	
GERENTE	\$ 2.000.000	30	\$ 2.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 2.000.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 160.000	\$ 1.840.000
AST. DE GERENCIA	\$ 737.717	30	\$ 737.717	\$ 83.140	\$ 0	\$ 820.857	\$ 26.183	\$ 26.183	\$ 52.366	\$ 768.491
AUX. TESORERIA	\$ 737.717	30	\$ 737.717	\$ 83.140	\$ 0	\$ 820.857	\$ 26.183	\$ 26.183	\$ 52.366	\$ 768.491
ASESOR COMERCIAL	\$ 737.717	30	\$ 737.717	\$ 83.140	\$ 0	\$ 820.857	\$ 26.183	\$ 26.183	\$ 52.366	\$ 768.491
TOTAL	\$ 4.213.151	120	\$ 4.213.151	\$ 249.420	\$ 0	\$ 4.462.571	\$ 158.549	\$ 158.549	\$ 317.098	\$ 4.145.473

Fuente. 23 Elaboración propia.

Tabla 23 Proyección anual costo mano de obra administrativa

AÑO BASE	\$ 49.745.670
AUMENTO ANUAL 7%	
AÑO 1	\$ 53.227.867
AÑO 2	\$ 56.953.817
AÑO 3	\$ 60.940.585

Fuente. 24 Elaboración propia.

8.15 ANALISIS ORGANIZACIONAL

8.15.1 Estrategia Organizacional

A continuación, se definen la misión, visión y los valores institucionales que regirán en el desarrollo diario de las actividades de Explora & Vive Colombia Express SAS.

8.15.1.1 Imagen Corporativo

Imagen N° 4 Logo corporativo



Fuente. 25 Elaboración propia.

La imagen corporativa representa la coherencia de las actividades a realizar como operador turístico a nivel nacional, el avión simboliza la acción de viajar; la letra “C” es parte representativa como nombre del país, y coincide con ser una inicial del segundo nombre de uno de los socios, el mapa de Colombia demarcado en sus departamentos representa su cobertura nacional, el color azul verdoso representa la verdad, la confianza, la disciplina, y la frescura; por último las estrellas tienen una representación de la experiencia y la calidad.

8.15.1.2 Planeación estratégica

8.15.1.2.1 Nombre de la empresa: Explora & Vive Colombia Express SAS

8.15.1.3 Misión

Explora & Vive Colombia Express SAS; es una sociedad empresarial, dirigida a la creación de clúster de servicios turísticos regionales y nacionales, eventos de empresa para cada ocasión, celebraciones especiales, excursiones educativas, recreativas, salidas empresariales, turismo accesible, o servicios seleccionados por el usuario a la comodidad que deseen programarlo, disponible para todas las personas que quieren descubrir una nueva forma de hacer turismo; Explora & Vive Colombia Express SAS cuenta con un personal calificado que garantiza la calidad de su servicio.

8.15.1.4 Visión

Explora & Vive Colombia Express SAS; es una sociedad empresarial, dirigida a la creación de clúster de servicios turísticos regionales y nacionales, eventos de empresa para cada ocasión, celebraciones especiales, excursiones educativas, recreativas, salidas empresariales, turismo accesible, o servicios seleccionados por el usuario a la comodidad que deseen programarlo; se proyecta a consolidarse para el año 2025 a ser la principal entidad operadora de turismo en la región, brindando un servicio de alta calidad; Explora & Vive Colombia Express SAS cuenta con un personal calificado que garantiza la calidad de su servicio.

8.15.1.5 Valores Institucionales

8.15.1.5.1 Liderazgo

Los coordinadores de grupo de Explora & Vive Colombia Express estimulan un ambiente atractivo en el servicio, brindan liderazgo y confianza con los pasajeros.

8.15.1.5.2 Respeto

Explora & Vive Colombia Express, respeta las diferentes cualidades e ideologías de cada uno de los clientes, así mismo se promueve el respeto hacia las diferentes culturas con las que se interactúa en el desarrollo de las actividades.

8.15.1.5.3 Calidad

Explora & Vive Colombia Express se identifica por realizar actividades y prestar un servicio con altos estándares de calidad, trabajando continuamente para mejorar.

8.15.1.5.4 Compromiso

Explora & Vive Colombia Express está comprometido con los clientes para cumplir con sus expectativas mediante la presentación de un excelente servicio.

8.15.1.5.5 Responsabilidad Social

Explora & Vive Colombia Express, está comprometida con la responsabilidad social, durante el recorrido se realizan una intervención en donde invita a los clientes de la importancia de cuidar y mejorar el medio ambiente, además los coordinadores de grupo están al tanto de que los clientes no generen contaminación en los lugares visitados.

8.15.1.6 Políticas institucionales.

8.15.1.6.1 Respeto

Infundir el respeto como reconocimiento de igualdad y derecho para todos.

8.15.1.6.2 Trabajo en equipo

Las personas que integran el equipo de trabajo de la organización, deben de estar siempre dispuestas a un ambiente de trabajo armónico, que permita y promueva la participación de todos los integrantes, donde se aprovechen los diferencias para buscar una mejora en el desempeño.

8.15.1.6.3 Servicio al cliente

Ofrecer un servicio de calidad conforme a la normatividad del turismo orientado a satisfacer y superar las expectativas y necesidades de nuestros clientes.

8.15.1.6.4 Servicio interno

Servir a la compañía para brindar apoyo de avance y crecimiento organizacional

8.15.1.6.5 Ambiental

Acatar todos los lineamientos normativos y compromisos personales en cuanto al cuidado del medio ambiente, iniciando desde el área en el que se labora.

8.15.1.7 Objetivos estratégicos

- Aprovechar el Turismo como herramienta clave para impulsar a Colombia como país ideal a visitar, vivir y hacer negocios.

- Cultivar el Turismo como el instrumento ideal para alcanzar economías de escala.
- Innovar en paquetes turísticos atractivos, con el fin de mejorar los servicios de turismo

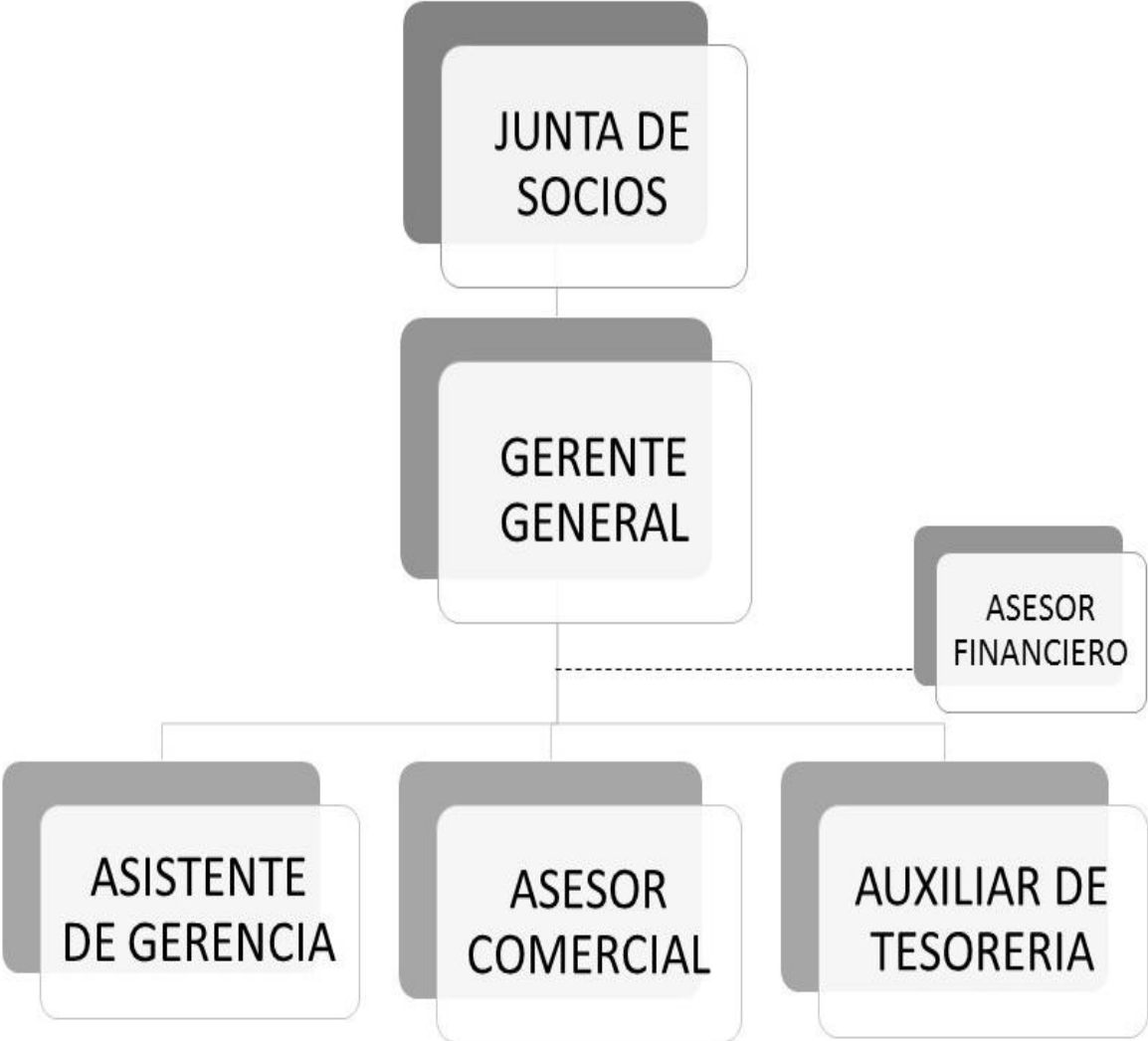
8.15.1.8 Metas

- Adquirir reconocimiento en menos de un año reconocidos como uno de los principales operadores turísticos con cobertura de servicio a nivel nacional.
- Participar en proyectos que promuevan la implementación del sistema de gestión integral
- Con las promociones ofrecidas en los paquetes educativos y ejecutivos, lograr aumentar en la rentabilidad mensual del 2 %.

8.16 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

8.16.1 Organigrama

Imagen N° 5 Organigrama de Explora & Vive Colombia Express



Fuente. 26 Elaboración propia.

8.16.2 Manual Especifico De Funciones

MANUAL DE FUNCIONES GERENTE

DEPENDENCIA: **GERENCIA GENERAL**

CARGO: **GERENTE GENERAL**

PERSONAS A CARGO: **TODOS LOS FUNCIONARIOS DE LA
EMPRESA**

JEFE INMEDIATO: **JUNTA DIRECTIVA**

La representación legal de la empresa de la empresa estará a cargo del gerente que podrá ser o no socio y quien tendrá las facultades otorgadas por estos estatutos:

DESCRIPCION DEL CARGO:

Es el profesional que asume la responsabilidad de representar legalmente la empresa. A la vez que debe dirigirla y procurar su buen funcionamiento y progreso, teniendo en cuenta la misión y la visión de la misma.

FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL GERENTE:

- Representar legalmente a la empresa, judicial, civil, policiva y administrativamente y en especial tendrá el uso de la razón social de la empresa.
- Autorizar con su firma todos los documentos públicos y privados que deban otorgarse en desarrollo del objeto social de la empresa.
- Ejecutar a cabalidad todos los actos administrativos para los cuales está facultado por estos estatutos.
- Adquirir y enajenar muebles e inmuebles, gravarlos con hipoteca y prenda, obligar a la empresa judicial y extrajudicialmente, para recibir, transigir,

desistir de los negocios sociales, constituir apoderados delegándoles los poderes que considere necesarios, celebrar promesas de contratos.

- Nombrar y remover los empleados de carácter administrativo de su competencia y que en cuya elección no esté reservada a la Junta General de Socios o a la Junta Directiva.
- Celebrar todo tipo de contratos relacionados con títulos valores y avalar obligaciones de la empresa.
- Organizar, coordinar y supervisar las actividades operativas y de empresa.
- Formular y gestionar ante la Junta Directiva, cambios en la estructura operativa, normas y políticas de personal, niveles de cargos, asignaciones y modificaciones o traslados presupuestales.
- Preparar y presentar al Consejo de Empresa proyectos para reglamentos internos y de servicios.
- Mantener las relaciones y la comunicación de la Empresa con los órganos directivos, los asociados y terceros.
- Elaborar y presentar el balance, el presupuesto anual y los demás informes ante la ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS para tramitar su aprobación.
- Convocar a la Junta General de Socios o a la Junta Directiva cuando lo estime conveniente.
- Ordenar los gastos de acuerdo al presupuesto y firmar el balance general, el estado de excedentes y perdidas. El Cambio en la situación financiera, El estado de Cambio de Patrimonio, el estado de flujo de fondos y aquellos que por ley o por estatutos se deben presentar ante la ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.
- Estar atento a que la contabilidad se lleve conforme a los requerimientos técnicos y se envíen los documentos y la información requerida en este campo ante las autoridades competentes.
- Gestionar y realizar negociaciones de financiamiento y los programas de asistencia técnica, dentro de la órbita de sus atribuciones y autorizaciones especiales.

- Presentar informes periódicos de la situación de la empresa, así como de las labores realizadas a la ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS, mínimo cada semestre.
- Comparecer ante la notaría para aceptar en nombre de la empresa y de los socios la cesión o traspaso de los intereses sociales a favor de extraños o de socios de conformidad con los estatutos, así como legalizar las demás decisiones de la Junta Directiva que requieran de esta formalidad.

PARAGRAFO PRIMERO: El gerente es elegido por la mayoría de los votos de los miembros de la Junta General de Socios para un período de un (1) año, pudiendo ser reelegido indefinidamente o removido en cualquier tiempo por la Junta.

PARAGRAFO SEGUNDO: Todo acto cuya cuantía exceda los TREINTA SALARIOS MINIMOS MENSUALES LEGALES VIGENTES deberá ser autorizado por la Junta Directiva.

EQUIVALENCIA: Tener por lo menos 5 años de experiencia y conocimiento en áreas del turismo.

Además de lo anterior deberá reunir las siguientes condiciones:

- Ser administrador de empresas.
- Integridad, persona que además de tener las condiciones idóneas o propias en su especialidad posee un excelente actuar dentro de parámetros éticos y morales.
- Cualidades psico somáticas (entendida como: la buena condición física y mental, manejo acorde y agradable del idioma, don de gente, cuidado en el vestir)
- Tacto psicológico, es el trato comprensivo y acertado que se le debe dar al personal con quien comparte labores.

- Espíritu de iniciativa, aplicar la creatividad en la búsqueda de soluciones oportunas a cada problemática, teniendo la capacidad de ingeniar nuevos modelos para solución de estos.
- Conocimiento del espíritu humano, mantener equilibrio y unanimidad en sus decisiones, manifestar un trato agradable y cortés, reconociendo la calidad de gente que le rodea.
- Energía intelectual y curiosidad, fuerza interna de superación constante en pro de una búsqueda de conocimiento, hacia la gerencia y la técnica.
- Energía en las relaciones, buen comunicador y excelente oyente, poseedor de empatía para la solución de problemas.
- Sentido del humor, facilidad de aprovechar en el instante exacto los momentos de felicidad para compartirlos con quienes lo rodean.
- Previsibilidad, visión proyectada a resultados de una actitud con base en la calidad de la planeación
- Capacidad de discernimiento, tener el poder de convicción argumentando plenamente su concepto.
- Mantenimiento de los valores éticos, morales y demás dentro y fuera de la empresa.
- Capacidad de liderazgo, es la facilidad de convicción, excelente comunicador, solucionador de problemas, con dominio de grupo, facilidad de expresión, creatividad y relaciones humanas.
- Competencia profesional, consiste en la debida preparación en cuanto al conocimiento del manejo de una empresa de transporte, manteniendo una competitividad sana frente a otras empresas que presten el mismo servicio.

MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES ASISTENTE GENERAL

DEPENDENCIA: DEPARTAMENTO DE PERSONAL

CARGO: ASISTENTE GENERAL

PERSONAS A CARGO: NINGUNO

JEFE INMEDIATO: GERENTE

La empresa contará con una Asistente General que dependerá de la gerencia y ejercerá las siguientes funciones.

DESCRIPCION DEL CARGO:

Funcionaria que se define como asistente general del Departamento Administrativo, deberá tener los conocimientos integrales para la misma y de esta forma poder cumplir a cabalidad sus funciones relacionadas con el manejo de material y dependencia a su cargo.

FUNCIONES ESPECÍFICAS DE LA ASISTENTE GENERAL:

- Proyectar excelente imagen de la Empresa a través del buen trato, vocabulario, modales y aptitudes, frente a compañeros, afiliados, propietarios, relevadores y demás personas vinculadas de una u otra manera con la empresa y además usuarios o cualquier persona que requiera de nuestro servicio.
- Velar por la correcta presentación y aseo de las oficinas.

- Manejar y responder por todo el archivo general de la empresa, así como permanecer en estricto orden toda la documentación de la empresa que compete a la Gerencia.
- Digitar toda la correspondencia que se proyecte en la empresa, tanto interna como externa tales como, memorandos, cartas, informes y demás documentos de su competencia.
- Compilar y ordenar los recibos de pago.
- Atender el teléfono y demás sistemas de comunicación propios de la labor de recepción, así como responder por la correcta utilización de los mismos.
- Organizar la recepción de personas por estricto orden de llegada respetando las citas previas.
- Asistir como asistente a los comités de Junta directiva, elaborar actas de todas las reuniones con los conductores, propietarios y demás, así como remitir la correspondencia que surja de las mismas.
- Asistir periódicamente a las reuniones en las cuales sean convocados y cuando la Gerencia General lo disponga a cursillos o seminarios sobre cultura general, seguridad industrial, turismo y otros, que organice la empresa cuando estos se realicen.
- Colabora con sus jefes en áreas de mensajería.
- Las demás que le sean asignadas.

PERFIL DE LA ASISTENTE GENERAL

Para desempeñar el cargo de Asistente General, se requiere ser profesional en cualquiera de las siguientes disciplinas:

- Ser técnico o tecnólogo en secretariado y manejo de documentación.
- Cursos de Archivo y Manejo de correspondencia y documentación.

EQUIVALENCIA: Tener por lo menos 3 años de experiencia en la atención de usuarios y público en general, Además de lo anterior deberá reunir las siguientes condiciones:

- Integridad, persona que además de tener las condiciones idóneas o propias en su especialidad posee un excelente actuar dentro de parámetros éticos y morales.
- Cualidades psico somáticas (entendida como: la buena condición física y mental, manejo acorde y agradable del idioma, don de gente, cuidado en el vestir)
- Tacto psicológico, es el trato comprensivo y acertado que se le debe dar al personal con quien comparte labores.
- Conocimiento del espíritu humano, manifestando un trato agradable y cortés, reconociendo la calidad de gente que le rodea.
- Energía en las relaciones, buen comunicador y excelente oyente, poseedor de empatía para la solución de problemas.
- Sentido del humor, facilidad de aprovechar en el instante exacto los momentos de felicidad para compartirlos con quienes lo rodean.
- Mantenimiento de los valores éticos, morales y demás dentro y fuera de la empresa.

MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES AUXILIAR DE TESORERIA

DEPENDENCIA: DEPARTAMENTO DE PERSONAL

CARGO: AUXILIAR DE TESORERIA

PERSONAS A CARGO: NINGUNO

JEFE INMEDIATO: GERENTE

La empresa contará con un tesorero que dependerá de la gerencia y ejercerá las siguientes funciones.

DESCRIPCION DEL CARGO:

Es el encargado de recaudar dineros por las diferentes actividades; atender cobros para el pronto pago de las deudas, deberá presentar al Gerente en forma oportuna las relaciones de deudas por pagar.

FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL AUXILIAR DE TESORERIA

- Velar por el correcto control y manejo del dinero proveniente de los contratos de servicios.
- Venta de servicios turísticos de la empresa
- Elaboración de nóminas y liquidación de prestaciones sociales.
- Velar por la custodia, registro y manejo de los aprovechamientos generados dentro de la empresa.
- Se encarga en forma personal de realizar las consignaciones de todos los dineros que ingresen a la empresa y es responsable de las mismas.
- Control de la correcta asignación de los recursos de la empresa en general.

- Elaborar el informe diario de ingresos y egresos generados en la empresa y hacerlo llegar al Gerente una vez termine la jornada de trabajo.
- Asistir periódicamente a las reuniones en las cuales sean convocados y cuando la Gerencia General lo disponga a cursillos o seminarios sobre cultura general, seguridad industrial, turismo y otros, que organice la empresa cuando estos se realicen.
- Llevar el registro de los libros de caja y bancos de la Empresa
- Solicitar ante las entidades financieras los extractos bancarios; cuando lo dispongan la gerencia.
- Llevar el registro de las entregas diarias de dineros por parte de la secretaria de la Empresa y hacerlas llegar al contador en el más mínimo tiempo posible.
- Estar atento de fechas y pagos oportunos de todas las obligaciones tributarias en las que incurre la empresa.
- Colabora en áreas de mensajería
- Las demás que le sean asignadas

PERFIL DEL AUXILIAR DE TESORERIA

Para desempeñar el cargo de Tesorero, se requiere ser profesional en cualquiera de las siguientes disciplinas:

- administrador de Empresas
- abogado
- contador publico
- auxiliar contable

EQUIVALENCIA: Tener por lo menos 3 años de experiencia en el desempeño de cargos similares.

Además de lo anterior deberá reunir las siguientes condiciones:

- Integridad, persona que además de tener las condiciones idóneas o propias en su especialidad posee un excelente actuar dentro de parámetros éticos y morales.
- Cualidades psico somáticas (entendida como: la buena condición física y mental, manejo acorde y agradable del idioma, don de gente, cuidado en el vestir)
- Tacto psicológico, es el trato comprensivo y acertado que se le debe dar al personal con quien comparte labores.
- Espíritu de iniciativa, aplicar la creatividad en la búsqueda de soluciones oportunas a cada problemática, teniendo la capacidad de ingeniar nuevos modelos para solución de estos.
- Conocimiento del espíritu humano, manifestar un trato agradable y cortés, reconociendo la calidad de gente que le rodea.
- Energía en las relaciones, buen comunicador y excelente oyente, poseedor de empatía para la solución de problemas.
- Previsibilidad, visión proyectada a resultados de una actitud con base en la calidad de la planeación.
- Mantenimiento de los valores éticos, morales y demás dentro y fuera de la empresa.

MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES ASESOR COMERCIAL

DEPENDENCIA: DEPARTAMENTO DE PERSONAL

CARGO: ASESOR COMERCIAL

PERSONAS A CARGO: NINGUNO

JEFE INMEDIATO: GERENTE

La empresa contará con un asesor comercial que dependerá de la gerencia y ejercerá las siguientes funciones.

DESCRIPCION DEL CARGO:

Es el encargado de comercialización y mercadeo, el diseño de programas y estrategias de la oferta y el portafolio de productos y servicios en función integral al cliente.

FUNCIONES ESPECÍFICAS DE LA ASESOR COMERCIAL:

- Conocer acertadamente los productos y servicios de la organización
- Asesorar de manera real y objetiva a los clientes y sus necesidades
- Mantener un continuo contacto con los clientes.
- Administrar coherentemente su agenda de trabajo
- Mantener una búsqueda constante de nuevos clientes y mercados
- Realizar investigaciones constantes acerca del mercado y sus precios.
- Responsabilizarse del recaudo de cartera de los clientes.
- Ofrecer un excelente servicio post venta, venta y reventa.

- Diligenciar y reportar al coordinador de calidad las oportunidades de mejoramiento expresadas por el cliente.
- Cumplir con las metas establecidas para el presupuesto
- Confirmar con el cliente el recibo de la mercancía, la calidad del material el servicio prestado y resolver cualquier inquietud que pueda tener
- Las demás que le sean asignadas.

PERFIL DEL ASESOR COMERCIAL

Para desempeñar el cargo de Asesor Comercial, se requiere ser profesional en cualquiera de las siguientes disciplinas:

- Ser técnico o tecnólogo en ventas, mercadeo y finanzas.
- Cursos de asesoría y atención de clientes.

EQUIVALENCIA: Tener por lo menos 6 meses de experiencia en la atención de usuarios y público en general, Además de lo anterior deberá reunir las siguientes condiciones:

- Integridad, persona que además de tener las condiciones idóneas o propias en su especialidad posee un excelente actuar dentro de parámetros éticos y morales.
- el buen vendedor debe ver las cosas de forma positiva, para poder transmitir esa actitud al posible comprador.
- atraer a los clientes es saber que quien les está “vendiendo” puede ponerse en su lugar y entender sus necesidades.

- Energía en las relaciones, buen comunicador y excelente oyente, poseedor de empatía para la solución de problemas.
- Sentido del humor, facilidad de aprovechar en el instante exacto los momentos de felicidad para compartirlos con quienes lo rodean.
- Mantenimiento de los valores éticos, morales y demás dentro y fuera de la empresa.

8.17 CONSTITUCIÓN Y ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA.

8.17.1 Aspectos Legales

Para el desarrollo de los diferentes aspectos legales, es necesario tener en cuenta las obligaciones para la constitución y operación de una empresa en Colombia. Por lo tanto, se abarcarán temas tales como: Nombre de la empresa, tipo de sociedad, requerimientos y procedimientos para la formación de la misma, tipo de actividad económica, forma de registro para personas jurídicas, documentación requerida para el tipo de sociedad, las normas y procedimientos para la comercialización de los servicios turísticos en nuestro país.

8.17.2 Constitución Y Legalidad

El marco legal y regulatorio que opera en Colombia para el desarrollo de actividades comerciales, se determina mediante la constitución de una sociedad. Adicionalmente, en el Código de Comercio en el decreto 410 de 1971, y otras normas legales expedidas posteriormente, han regulado de manera expresa lo concerniente con las sociedades comerciales, la forma de constituir las, su estructura y funcionamiento. Indudablemente dicha regulación, es la base de nuestro ordenamiento societario, pilar indiscutible del mundo empresarial, pues son los empresarios quienes se han privilegiado de la mejor manera posible de la normatividad vigente, para con base en ella fomentar la constitución de empresas, en aras de fomentar el desarrollo empresarial.

En la actualidad se han introducido esquemas que han generado cambios importantes al momento de constituir empresas en Colombia, estos cambios se encuentran reflejados en la reducción no solo en los costos que implica la constitución de una sociedad si no a la vez en los tiempos que se deben tener en cuenta a la hora de efectuar el registro oportuno del mismo.

Conforme a las disposiciones, características y beneficios expresados por la cámara de comercio de Bogotá, la sociedad que más se ajusta al plan de negocio es la sociedad por acciones simplificadas SAS, que está reglamentada según la Ley 1258 de 2008. Dicha sociedad podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.¹¹ Además cuenta con las siguientes ventajas:

- Puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas.
- Cuyos accionistas limitan su responsabilidad hasta el monto de sus aportes.
- Que una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica distinta de sus accionistas.
- Que cuenta con múltiples ventajas que facilitan la iniciación y desarrollo de la actividad empresarial.

8.17.3 Registro de Persona Jurídica

Este registro se realiza con el fin de obtener la documentación necesaria para la constitución de la empresa. Dentro de los documentos vigentes para el registro se encuentran:

¹¹ CCB,Cámara de comercio de bogota.que son las sociedades por acciones simplificadas.[en línea].Bogota:BBC.2017.disponible en: <http://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Que-son-las-Sociedades-por-Acciones-Simplificadas>

8.17.3.1 Inscripción en el Registro Mercantil.

Para las SAS (sociedades por acciones simplificadas) se obliga a constituir un documento privado; el cual deberá ser inscrito en el registro mercantil de la Cámara de Comercio con el lugar en que la sociedad va establecer su domicilio.

8.17.3.2 Inscripción en el RUT (Registro Único Tributario)

Se solicita ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). Este ente suministra el formulario para la inscripción y una vez radicado se otorga al solicitante el NIT (Número de identificación tributaria); con este número de identificación la empresa se presenta para todos los efectos tributarios y fiscales.

8.17.3.3 Resolución facturación de la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia)

Una vez haya obtenido el RUT, Deberá solicitar a dirección de impuestos y aduanas nacionales la resolución de facturación, la cual se ve obligar por el motivo de la expedición de documentos equivalente a la factura; es importante recordar que toda factura o documento equivalente deberá llevar una numeración consecutiva.

8.17.3.4 Registro Nacional De Turismo

El registro nacional de turismo (RNT) se deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia. Este registro es obligatorio para su funcionamiento y debe actualizarse anualmente.¹² Actualmente para la renovación o la adquisición del mismo, la empresa deberá implementar las normas técnicas sectoriales.

¹² CCB, cámara de comercio de Bogotá, que es el RNT?.[en línea].Bogotá:CCB.2017: disponible en: <http://rntbogota.confecamaras.co/>

8.17.4 Normatividad Reguladora de Turismo en Colombia

Leyes, decretos y resoluciones en materia de turismo durante 2010- 2017.

2017

Decreto número 229 de 2017; por él se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción y actualización en el registro nacional de turismo y se modifican en su integridad las secciones 1,2 y 3 del capítulo 1 del título 4 de la parte 2 del libro del decreto 1074 de 2015, decreto único reglamentario del sector comercio, industria y turismo.

2016

Circular 002 de 2016 "Cobro IVA por servicios prestadores"

Circular 003 de 2016 "Contratación de guías de turismo y prestadores de servicio turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo

Circular 004 de 2016 "Información sobre impacto del IVA en servicios"

Decreto 297 de 2016 "Por el cual se reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para los servicios turísticos, establecida en el literal d) del artículo 481 del Estatuto Tributario, modificado por el artículo 55 de la Ley 1607 de 2012"

Resolución 135 de 2016 - "Por la cual se dicta el Código de Ética de la Profesión de Guionaje o Guianzas Turística y se deroga la Resolución N° 221 del 8 de abril de 1999"

2015

Decreto 1820 de 2015. Por el cual se dictan medidas dentro del estado de emergencia para incentivar la actividad económica y la creación de empleo.

Decreto 166 de 2015. Por el cual se modifica el Decreto 1766 de 2013

Resolución 148 de 2015. Por la cual se reglamente el cumplimiento de las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización sobre Sostenibilidad Turística.

Resolución 2877 de 2015 “Por la cual se conforma el Comité Interno de Proyectos del Fondo Nacional de Turismo – FONTUR- y se establecen sus funciones”

Resolución 2876 de 2015 “Por la cual se conforma el Comité de Bienes de FONTUR y se establecen sus funciones”

Resolución 3159 de 2015. "Por la cual se crea el Comité de Turismo, Paz y Convivencia".

Resolución No. 3160 de 05 de octubre de 2015 “Por la cual se establecen los requisitos para la certificación en Normas Técnicas Sectoriales obligatorias y voluntarias por medio de la plataforma virtual para la certificación en calidad turística”.

Anexo No. 1 de la Resolución 3160 de 05 de octubre de 2015

Decreto 2094 de 23 de octubre de 2015 “Por el cual se reglamenta la composición y el procedimiento para la selección de los representantes al Comité Directivo del Fondo Nacional de Turismo y se modifican las secciones 4 y 7 del Capítulo 2 del Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo”.

Decreto 1949 de 2015 "Por la cual se reglamenta el Fondo Cuenta creado por el artículo 15 de la Ley 1753 de 2015"

Decreto 2127 del 04 de noviembre de 2015 “Por el cual se reglamenta parcialmente el artículo 88 de la Ley 1617 de 2013 sobre la Declaratoria de Recursos Turísticos en los Distritos Especiales y se adicionan unas disposiciones al Decreto 1074 de 2015, Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo”

Decreto 2183 de 11 de noviembre de 2015 “Por el cual se modifica el párrafo 1 ° del artículo 2.2.4.2.7.4 de la Sección 7 del Capítulo 2 del Título 4 de la Parte

2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo”

Resolución 3722 de 2015 “Por la cual se deroga la Resolución 3349 de 2013 y la Resolución 5605 de 2014”

Resolución 3860 de 2015 “Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las Normas Técnicas Sectoriales expedida por las Unidades Sectoriales de Normalización para las actividades del denominado Turismo de Aventura y la Sostenibilidad Turística” que deroga las Resoluciones 0405 de 2014 y 0148 de 2015.¹³

¹³ MINCOMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. normatividad turismo 2010-2016.[en línea].2017; disponible en http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/13311/normatividad_turismo

8.18 DOFA

La DOFA son las siglas usadas para referirse a una herramienta analítica que le permitirá trabajar con toda la información que se posee del negocio, útil para examinar las debilidades internas, oportunidades externas, fortalezas internas y amenazas externas; a continuación, en la tabla 24, se aprecia la matriz DOFA junto a sus estrategias para la empresa explora & vive colombia express:

Tabla 24 Matriz DOFA Explora & Vive Colombia Express

	DEBILIDADES	FORTALEZAS
	<p>D1 Bajo Reconocimiento empresarial</p> <p>D2 Falta de una oficina de atención al cliente.</p>	<p>F1 Comunicación directa con el cliente</p> <p>F2 Flexibilidad en la venta de paquetes integrales</p> <p>F3 Existe una variedad de atractivos disponibles para Ofrecer</p>
OPORTUNIDADES	Estrategias DO	Estrategias FO
<p>O1 Innovación en paquetes turísticos</p> <p>O2 Inclusión de turismo accesible</p>	<p>DO1 Buscar el reconocimiento corporativo a nivel regional y nacional, brindando al mercado la una inclusión social en los paquetes turísticos.</p>	<p>FO1 Al tener una comunicación directa con el cliente, este hacer participe en la creación de nuevo paquetes turísticos.</p>

<p>O3 Normatividad nacional que regula a los operadores de actividades turísticas</p>	<p>DO2 Aprovechar la normatividad nacional, para brindar al cliente confianza en los paquetes adquiridos.</p>	<p>FO2 El paquete turístico hace la inclusión del turismo accesible, buscando la integridad.</p> <p>FO3 Promocionar turismo para todos</p>
<p>AMENAZAS</p>	<p>Estrategias DA</p>	<p>Estrategias FA</p>
<p>A1 Alta informalidad por parte de los prestadores de servicios turísticos.</p> <p>A1 Alta competencia entre las agencias turísticas.</p> <p>A3 Competencia desleal por parte de los operadores turísticos en la ciudad de Fusagasugá.</p>	<p>DA1 Buscar alianzas estratégicas para el desarrollo del mercado.</p> <p>DA2 Buscar reconocimiento por servicios de turismo seguros y de calidad,</p> <p>DA3 Lidar la competencia desleal, brindando un servicio de calidad que permita ampliar cada día el reconocimiento corporativo.</p>	<p>FA1 Ofrecer un portafolios amplio de paquetes atractivos turísticos, con un diferenciador.</p> <p>FA2 Promover el buen servicio y la calidad del mismo.</p>

Fuente. 27 Elaboración propia.

8.19 GASTOS MENSUALES DE ADMINISTRACION

Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, en la tabla 25 se evidencia los gastos administrativos de la empresa explora & vive colombia express, en donde se fija un incremento del 5% anual a partir del 1 año hasta el año 3; posteriormente un cuadro resume de los gastos totales por año.

Tabla 25 Gastos de administración anuales

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
GASTOS DE SERVICIOS				
AGUA	\$ 480.000	\$ 504.000	\$ 529.200	\$ 555.660
ENERGÍA	\$ 780.000	\$ 819.000	\$ 859.950	\$ 902.948
GAS	\$ 120.000	\$ 126.000	\$ 132.300	\$ 138.915
TELÉFONO	\$ 756.000	\$ 793.800	\$ 833.490	\$ 875.165
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
PAPELERÍA	\$ 1.375.000	\$ 1.443.750	\$ 1.515.938	\$ 1.591.734
ELEMENTOS DE ASEO	\$ 600.000	\$ 630.000	\$ 661.500	\$ 694.575
TRANSPORTE (COMBUSTIBLE + SEGUROS MOTO)	\$ 1.020.000	\$ 1.071.000	\$ 1.124.550	\$ 1.180.778
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO				
ARRIENDOS LOCAL	\$ 7.200.000	\$ 7.560.000	\$ 7.938.000	\$ 8.334.900
FUNCIONAMIENTO	\$ 1.200.000	\$ 1.260.000	\$ 1.323.000	\$ 1.389.150
OTROS GASTOS				
PUBLICIDAD FÍSICA & VIRTUAL	\$ 7.200.000	\$ 7.560.000	\$ 7.938.000	\$ 8.334.900
OTROS GASTOS	\$ 1.200.000	\$ 1.260.000	\$ 1.323.000	\$ 1.389.150

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
GASTOS DE SERVICIO	\$ 2.136.000	\$ 2.242.800	\$ 2.354.940	\$ 2.472.687
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.995.000	\$ 3.144.750	\$ 3.301.988	\$ 3.467.087
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	\$ 8.400.000	\$ 8.820.000	\$ 9.261.000	\$ 9.724.050
OTROS GASTOS	\$ 8.400.000	\$ 8.820.000	\$ 9.261.000	\$ 9.724.050
TOTAL, GASTOS	\$ 21.931.000	\$ 23.027.550	\$ 24.178.928	\$ 25.387.874

Fuente. 28 Elaboración propia.

8.20 COMPONENTE INNOVACIÓN Y DESARROLLO

8.20.1 Plus Diferenciador

El componente de innovación que tiene este plan de negocio, surge de las necesidades insatisfechas de una población; Explora & Vive Colombia Express SAS, dedicada a la prestación de servicios de turismo a nivel nacional, brinda la oportunidad del turismo accesible, abriendo puertas a la inclusión social a aquellas personas con algún tipo de limitación física y/o sensorial, ofreciendo la participación equitativa, lo que se conoce como “turismo para todos”, fomentando la calidad y capacidad dentro de los destinos turísticos. Así mismo permite destacar un derecho y promueve la sensibilización a la creación del turismo accesible.

La población se convierte en un demandante de un servicio determinado y que lo pueden encontrar dentro del portafolio de servicios de la empresa, es por esto que Explora & Vive Colombia Express SAS, dedicada a la prestación de servicios de turismo a nivel nacional, ofrece planes integrales a la necesidad del usuario o lo que éste requiera; es decir, que no es necesario que el cliente busque diferentes mercados para realizar una actividad, ya que la empresa ofrece integrarle los requerimientos, y ajustarlos a un solo paquete de servicio que comprenda con mayor facilidad y especificación detallada de lo que se quiere desarrollar para la actividad sugerida o requerida por el cliente.

9 ANALISIS FINANCIERO

Continuando con el cuarto y último objetivo, a continuación se realiza el análisis financiero, comprendiendo que este busca obtener algunas medidas y relaciones que faciliten la toma de decisiones, en la tabla 26, se relaciona el resultado del flujo neto de caja en sus 3 años; con este resultado se realizará la evaluación económica tabla 27, en donde se buscara la tasa interna de retorno (TIR), el valor presente neto (VNA), el beneficio costo (B/C), el punto de equilibrio en pesos (PE\$) y por último el punto de equilibrio en porcentaje (PE%)

Tabla 26 Estado de resultados

DESCRIPCIÓN	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS POR VENTA	\$ 78.796.027	\$ 89.354.695	\$ 101.328.224	\$ 114.906.206
DEPRECIACIÓN	\$ 0	\$ 3.464.950	\$ 3.464.950	\$ 3.464.950
TOTAL, COSTOS FIJOS	\$ 0	\$ 3.464.950	\$ 3.464.950	\$ 3.464.950
COSTOS VARIABLES	\$ 1.375.000	\$ 1.443.750	\$ 1.515.938	\$ 1.591.734
TOTAL, COSTOS	\$ 1.375.000	\$ 4.908.700	\$ 4.980.888	\$ 5.056.684
UTILIDAD BRUTA	\$ 77.421.027	\$ 84.445.995	\$ 96.347.336	\$ 109.849.522
GASTOS MANO DE OBRA DE ADMINISTRACIÓN	\$ 49.745.670	\$ 53.227.867	\$ 56.953.818	\$ 60.940.585
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 21.931.000	\$ 23.027.550	\$ 24.178.928	\$ 25.387.874
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 5.744.357	\$ 8.190.578	\$ 15.214.591	\$ 23.521.063
IMPUESTO 33%	\$ 1.895.638	\$ 2.702.891	\$ 5.020.815	\$ 7.761.951
UTILIDAD NETA	\$ 3.848.719	\$ 5.487.687	\$ 10.193.776	\$ 15.759.112

Fuente. 29 Elaboración propia

Tabla 27 Flujo neto de caja

FLUJO NETO DE CAJA	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
UTILIDAD NETA		\$ 5.487.687	\$ 10.193.776	\$ 15.759.112
INVERSIÓN	-\$ 20.049.500			
DEPRECIACIÓN		\$ 3.464.950	\$ 3.464.950	\$ 3.464.950
FNC	-\$ 20.049.500	\$ 8.952.637	\$ 13.658.726	\$ 19.224.062

Fuente. 30 Elaboración propia.

Tabla 28 evaluación económica

TIO	20%
TIR	41%
VNA	\$ 8.021.293,05
B/C	1,40

Fuente. 31 Elaboración propia

Tabla 29 Punto de equilibrio en pesos y en porcentaje

PUNTO EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
PE\$	\$ 3.521.854	\$ 3.517.575	\$ 3.513.622
PE%	3,9%	3,5%	3,1%

Fuente. 32 Elaboración propia

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá la inversión del proyecto. Por ello si TIR es superior a la tasa interna de oportunidad (TIO) fijada

por los socios de la empresa, es financieramente factible; Si TIR es igual a la TIO es financieramente indiferente; si TIR es menor de la TIO es Financieramente no factible.

La TIR de la evaluación económica del presente plan de negocios para la empresa Explora & Vive Colombia Express da como resultado un **41%**, superior a la tasa interna de oportunidad (TIO) que se había declarado por los socios del 20%, con este resultado se expresa que el plan de negocios es financieramente factible.

El valor presente neto (VPN), significa traer del futuro al presente cantidades monetarias a su valor equivalente. El VPN se tomará para efectos del ejercicio como VNA sigla selecciona en la herramienta Excel.

Si el VPN es igual o superior a cero, se recomienda aceptar la inversión; si, por el contrario, el VPN es inferior a cero, se recomienda rechazar la inversión.

El VPN de la evaluación económica del presente plan de negocios para la empresa Explora & Vive Colombia Express da como resultado **\$ 8.021.293**; manifestando ser aceptable la realizar la inversión en mencionado plan de negocios.

La relación beneficio costo es la separación de los ingresos y los egresos del proyecto y relación existente entre ellos. Si el B/C es mayor a 1, es financieramente factible; si B/C es menor a 1, es financieramente no factible; si B/C es igual a 1; es financieramente indiferente.

la evaluación económica del presente plan de negocios para la empresa Explora & Vive Colombia Express da como resultado un B/C del **1,40**; manifestando ser financieramente factible para realizar la inversión.

Por otro lado, la realización del punto de equilibrio en pesos para el año 1 fue de **\$ 3.521.854**, para el año 2 fue de **\$ 3.517.575**, finalmente para el año 3 fue de **\$ 3.513.622**. Se interpreta que las ventas necesarias para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias son del valor anterior por cada año; si las ventas del negocio están por debajo de esta cantidad la empresa pierde y si están por arriba de la cifra mencionada son utilidades para la empresa.

10 CONCLUSIONES

El documento actual fue desarrollado bajo los parámetros del plan de negocios del centro de innovación, tecnología y gestión organizacional **CITGO** de la Universidad de Cundinamarca.

Como objetivo general se planteó diseñar un plan de negocios para la empresa *explora & vive colombia express*, dedicada a la prestación de servicios de turismo a nivel nacional; para el desarrollo del mismo, se plantearon 4 objetivos específicos, en donde a continuación se da respuesta a cada uno de ellos.

Se identificó mediante un estudio de mercado las necesidades y los diferentes perfiles de los clientes y/o usuarios finales del servicio teniendo como resultados a las instituciones educativas, los grupos familiares, los grupos de personas especiales, y los grupos empresariales; estos grupos son atraídos a realizar turismo por la razón de hacer ocio, que es la diversión, o el descanso de sus actividades diarias como lo es el trabajo. El tipo de turismo que más realizan las personas son de sol y playa, visitas a los parques temáticos, agroturismo, ecoturismo, turismo cultural- histórico, deportes o aventuras, festividades y ferias en ciudades y pueblos.

Una vez realizado la identificación de los perfiles de los clientes se desarrolló un portafolio de servicios de los paquetes turísticos que se ofrece, en él se establece el valor agregado para dichos paquetes. De este modo se estipula el turismo general o turismo masivo, apto para todas las personas sin importar estratos sociales, sexo, religión, etc. El turismo accesible es el valor agregado o diferenciador que destaca a la empresa *Explora & Vive Colombia Express*, pues en ella se encuentra la inclusión social sin limitar el turismo.

Una forma para que las familias encuentren una manera de compartir, es mediante la integración familiar, este paquete es ofrecido para rescatar la unión familiar.

Las salidas pedagógicas y el ecoturismo es un campo que permite reflexionar y valorar nuestro ecosistema, Explora & Vive Colombia Express dentro de su portafolio de servicios brinda la oportunidad de realizar estas salidas, contribuyendo a la enseñanza de un mundo mejor.

Además de los servicios anteriores ya mencionados se promueve el turismo de deporte y aventura, junto con los eventos empresariales efectuados para cada ocasión y otros servicios adicionales tales como: Transporte especial y de turismo, tiquetes aéreos, hospedaje (hoteles, apartamentos, fincas de descanso, etc.), alimentación, boletería y entradas a parques y centros vacacionales, entre otros.

Para la realización y promoción de los diferentes canales de comercialización se desarrollaron estrategias de plaza y distribución como las herramientas electrónicas tales como el internet, creación de páginas web, implementación de redes sociales.

Las estrategias de precio se efectuaron utilizando descuentos por paquetes obtenidos consecutivamente.

Dentro de las estrategias de comunicación se establecieron los lazos de relación directa e indirecta, es decir; contacto personalizado con el cliente, mediante llamadas, correos electrónicos, Twitter, Instagram, Facebook y google AdWords, esta última es una herramienta que permite promocionar la agencia junto a los resultados de búsqueda relevantes en Google.

Por último, en las estrategias de servicio buscando la satisfacción del cliente se prestará con el ánimo de brindar un servicio seguro, confiable, amable, responsable, garantizado y con calidad.

Finalmente se desarrolló un estudio financiero que proyecta la viabilidad y los gastos que se necesitan para la óptima prestación del servicio.

La evaluación financiera del plan de negocios para la empresa Explora & Vive Colombia Express, arroja el resultado de viabilidad expresada en una TIR

financieramente factible; un VPN financieramente aceptable y con una relación de beneficio costo financieramente factible.

los resultados anteriores, concluyen que el presente El plan de negocios para la empresa Explora & Vive Colombia Express, dedicada a la prestación de servicios de turismo a nivel nacional; es el adecuado para una empresa operadora de servicios de turismo, en el municipio de Fusagasugá.

11 BIBLIOGRAFIA

ALCALDIA DE FUSAGASUGA, Municipio de Fusagasugá[en línea].Fusagasugá: alcaldía de fusagasuga.2017; disponible en <http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/>

ANATO, Asociación colombiana de agencias de viajes y turismo. Aporte del turismo al PIB.[en línea].Bogota.2017; disponible en <http://www.anato.org/>

BRC. banco de la república de colombia de cuanto fue el IPC en colombia año 2016.[en línea] 2017;<http://obiee.banrep.gov.co/analytics/saw.dll?Go&NQUser=publico&NQPassword=publico&Path=/shared/Consulta%20Series%20Estadisticas%20desde%20Excel/1.%20IPC%20base%202008/1.2.%20Por%20año/1.2.2.%20Total%20nacional&lang=es&Options=rdf>

CCB, cámara de comercio de Bogotá, que es el RNT?.[en línea].Bogotá:CCB.2017: disponible en: <http://rntbogota.confecamaras.co/>

CCB,Camara de comercio de bogota.que son las sociedades por acciones simplificadas.[en línea].Bogota:BBC.2017.disponible en: <http://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Que-son-las-Sociedades-por-Acciones-Simplificadas>

DANE. departamento administrativo nacional de estadísticas. Población en colombia.[en línea].DANE.2017; disponible en: <http://www.dane.gov.co/reloj/>

MINCOMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, Ministerio de comercio, industria y turismo , motivos de viajes de los colombianos[en línea].2017;disponible en: http://www.mincit.gov.co/publicaciones/33101/boletin_informativo_del_sector_turismo

MINCOMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. normatividad turismo 2010-2016.[en línea].2017; disponible en http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/13311/normatividad_turismo

MINSALUD, Ministerios de salud y proyección social. Observatorio nacional de discapacidad.[en línea].2017; disponible en: <http://ondiscapacidad.minsalud.gov.co/indicadores/Paginas/Mapa-dinamico.aspx>

OMT, organización mundial de turismo. Turismo accesible.[en línea].OMT 2017;disponible en: <http://ethics.unwto.org/es/content/turismo-accesible>

RAE, Real academia española, que es el ocio.[en línea].RAE.2017; disponible en: <http://dle.rae.es/?id=QrvsNB1>

REVISTA SEMANA, vive colombia, viaja por ella,[en línea], Bogotá: revista semana. 2003; disponible en: <http://www.semana.com/noticias/articulo/vive-colombia-viaja-ella/58853-3>

TELLEZ, Juana. Puntadas iniciales sobre los hogares colombianos.[en línea].Bogotá: Juana Téllez. 2017;disponible en: <https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/colombia-puntadas-iniciales-sobre-los-hogares-colombianos/>

Anexo 1: Se anexa portafolio de servicios





Reciba un cordial saludo, por parte de **Explora & Vive Colombia Express SAS**. Empresa operadora de servicios turísticos, con número **NIT 901045840-2** Ubicada En La Ciudad De Fusagasugá - Cundinamarca; caracterizada por ofrecer un portafolio amplio de servicios turísticos regionales y nacionales; turismo accesible, planes todo incluido, o servicios seleccionados por el usuario a la comodidad que deseen programarlo, salidas especiales, pedagógicas, expediciones, y convenciones empresariales.

Explora & Vive Colombia Express SAS, te invita a que conozcas sus servicios turísticos regionales y nacionales, quedando completamente a su disposición para cualquier información que ustedes requieran.

Para **Explora & Vive Colombia Express SAS** es importante mantener contacto con sus clientes; Para una atención personalizada comuníquese al **310 772 16 23 – 321 914 46 69**.

NUESTROS SERVICIOS

A continuación, se define y se describe los servicios principales de la empresa Explora & Vive Colombia Express, dedicada a la prestación de servicios de turismo a nivel nacional.

TURISMO EN GENERAL

Servicios turísticos regionales y nacionales; planes todo incluido, o servicios y destinos seleccionados por el usuario a la comodidad que deseen programarlo.



TURISMO ACCESIBLE

El turismo accesible o turismo para todos no se limita a la eliminación de barreras físicas, sensoriales o de la comunicación, sino que tiene por finalidad lograr que los entornos, productos y servicios turísticos puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona con o sin discapacidad.



INTEGRACIÓN FAMILIAR

Una forma para que las familias compartan sus valores es las reuniones familiares. Estas son perfectas para que los padres e hijos se brinden apoyo mutuo en tiempos difíciles. Las reuniones familiares constantes ayudan a fortalecer el vínculo familiar entre cada uno de los miembros.



SALIDAS PEDAGÓGICAS

De manera definitiva los espacios abiertos y el trabajo de campo permite tener un acercamiento real con lo que ocurre en el mundo que nos rodea y establecer diferentes relaciones con los estudiantes y con el conocimiento. Por ello es muy importante que las instituciones educativas tanto privadas como públicas, se integren y se motiven a realizar este tipo de salidas con sus estudiantes y/o aprendices para explorar el mundo abierto de la naturaleza, y reflexionar a través de ella. Además, brinda la oportunidad de realizar visitas a empresas e industrias con fin académico.



ECOTURISMO (CAMINATAS ECOLÓGICAS)

La caminata ecológica es un recorrido por los senderos ecológicos observando y disfrutando de la naturaleza en compañía de un guía quien lo harán entrar en contacto con la fauna y flora nativa, ríos, el bosque lagunas, los esteros, las cuales poseen una gran riqueza natural.

También se pueden observar la contaminación, viviendas, peces y los medios de transporte que utilizan los habitantes de la región y la forma de vivir. es una experiencia magnífica digna de ser compartida con los estudiantes del eco turismo, para que la pongan en práctica en su vida futura.



TURISMO Y DEPORTES DE AVENTURA

El turismo de aventura es un tipo de turismo que implica exploraciones o viajes con una percepción y, posiblemente, existencia real de riesgos, que potencialmente requiere de destrezas especiales o de ciertas condiciones físicas.



EVENTOS EMPRESARIALES

Brindar días especiales para integraciones y salidas empresariales, de este modo les otorgarla un espacio de completo descanso y relajación a los empleados, compañeros de trabajo, ejecutivos, equipo de labor y demás y así poder renovar energías para beneficio de la compañía. las actividades de trabajo en equipo y la recreación fortalecen las relaciones interpersonales en los empleados y ejecutivos de la empresa.



OTROS SERVICIOS

Ofrecer accesibilidad al mercado turístico mediante la conformación de clúster que entrelazan la relación de proveedores y clientes, direccionándose a un amplio mercado de actividades vinculadas a prestar un mejor servicio tales como:

- Transporte especial y de turismo, tiquetes aéreos
- Hospedaje (hoteles, apartamentos, fincas de descanso, etc.)
- Alimentación
- Boletería y entradas a Parques y centros vacacionales, entre otros.





CONDICIONES COMERCIALES

- Se deberá pactar las condiciones del servicio con un 50% de anticipo días antes de la actividad y el saldo será cancelado 2 días antes de iniciar el servicio.
- Si desea cancelar la actividad o modificar la fecha de la misma, debe notificarlo ocho (8) días hábiles antes de la fecha reservada, de lo contrario no se hará efectivo el reembolso.
- La fecha de su reserva está sujeta a la programación de horarios para la atención del público por parte de los atractivos turísticos.
- Una vez adquiridas las entradas, no podrán ser devueltas a los atractivos turísticos para reembolso de su dinero.
- Todos los asistentes al evento deben respetar y cumplir las normas de seguridad definidas para la estancia durante el recorrido.
- No se permite el ingreso de personas en estado de embriaguez con tufo o bajo el efecto de sustancias alucinógenas.

Para nosotros es importante mantener contacto con nuestros clientes.

Para una atención personalizada comuníquese al

310 772 16 23 - 321 914 46 69

explorayvivecomercial@gmail.com

programe sus próximas vacaciones, salidas pedagógicas y/o empresariales.

EXPLORA & VIVE COLOMBIA EXPRESS

garantiza la calidad del servicio

www.facebook.com/explorayvivecolombiaexpress/

