

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA
A LA OPERACIÓN TURÍSTICA CON DOMICILIO EN CALI

HAROLD HEBERT CASTRO GUERRERO

JUAN MANUEL MINA BALCÁZAR

OSCAR EDUARDO MONTOYA FAJARDO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2018

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA
A LA OPERACIÓN TURÍSTICA CON DOMICILIO EN CALI

HAROLD HEBERT CASTRO GUERRERO

JUAN MANUEL MINA BALCÁZAR

OSCAR EDUARDO MONTOYA FAJARDO

Proyecto presentado para optar al título de Administradores de Empresas

Línea de investigación: Emprendimiento

Asesora

MG. SANDRA CAROLINA CORTES BARBOSA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2018

Nota de aceptación

Aprobado por el comité de grado con correcciones verificada en el documento de cumplimiento de los requisitos exigidos por la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium para optar al título de Administrador de empresas

Director trabajo
Sandra Carolina Cortés Barbosa

Firma de Jurado

Firma de Jurado

Santiago de Cali, noviembre 30 de 2018

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	17
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	18
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	22
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	22
2. JUSTIFICACIÓN.....	24
3. OBJETIVOS	25
3.1 OBJETIVO GENERAL	25
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	25
4. MARCO REFERENCIAL	26
4.1 MARCO TEÓRICO	26
4.2 MARCO CONCEPTUAL	28
4.3 MARCO LEGAL.....	29
5. ASPECTO METODOLÓGICO	32
5.1 TIPO DE ESTUDIO.....	32
5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	32
5.3 FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	33
5.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	34
5.5 POBLACIÓN Y MUESTRA	34
6. ANÁLISIS DE MERCADO	38
6.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPAÑÍA.....	38

6.2 ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO	46
6.3 PLAN DE MERCADEO.....	60
7. ANÁLISIS TÉCNICO.....	64
7.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO	64
7.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	69
7.3 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	71
8. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL Y LEGAL	72
8.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	72
8.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	73
8.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL.....	74
8.4 PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL	74
8.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN.....	75
8.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL	75
8.7 FUNDAMENTACIÓN CARGOS Y FUNCIONES ESTRATÉGICAS	76
9. VIABILIDAD ECONÓMICA	82
10 VIABILIDAD FINANCIERA	85
10.1 INVERSIÓN INICIAL.....	85
10.2 DEPRECIACIÓN EN PESOS	86
10.3 ESTADO SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	87
10.4 ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS.....	88
10.5 AMORTIZACIÓN EN PESOS	89
10.6 LEASING FINANCIERO EN PESOS	91
10.7 PARÁMETROS GENERALES	93

10.8 PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB).....	99
10.9 COSTOS	99
10.10 GASTOS EN PESOS.....	102
10.11 NÓMINA ADMINISTRACIÓN Y SERVICIO	104
10.12 DEMANDA.....	107
10.13 VENTAS Y COSTOS EN PESOS	108
10.14 ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	112
10.15 ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS.....	113
10.16 FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN EN PESOS.....	115
10.17 FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN EN PESOS.....	117
10.18 ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS.....	120
10.19 ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS.....	121
10.20 ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN	123
10.21 ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS.....	124
10.22 ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	125
10.23 ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS.....	126
10.24 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN	127
10.25 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO CON FINANCIACIÓN	129

10.26 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN	130
10.27 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN	132
10.28 RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACIÓN	133
29.2 RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACIÓN	133
10.29 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	134
10.30 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	135
11. CONCLUSIONES	136
12. RECOMENDACIONES	138
13. ANEXOS	139
14. REFERENCIAS	149

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Marco legal	30
Cuadro 6. Las cinco fuerzas competitivas de Porter	41
Cuadro 7. Medición variable de Porter para operadora turística	41
Cuadro 8. Portafolio de servicios	47
Cuadro 9. Ruta religiosa	48
Cuadro 10. Rutas turísticas	50
Cuadro 11. Recorrido para turistas	54
Cuadro 12. Visita académica empresarial La Unión Valle	56
Cuadro 13. Visita ingenios azucareros.....	57
Cuadro 14. Competencia	59
Cuadro 15. Estrategia promocional.....	61
Cuadro 16. Equipos de cómputo y comunicaciones.....	68
Cuadro 17. Servicios públicos.....	68
Cuadro 18. Útiles papelería y fotocopia	68
Cuadro 19. Elementos de Cafetería y aseo	69
Cuadro 20. Análisis de cargos	77
Cuadro 21. Perfil del gerente	78
Cuadro 22. Perfil del auxiliar servicios	79
Cuadro 23. Guía turística.....	80
Cuadro 24. Perfil del Contador.....	81

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. . Matricula de estudiantes por nivel de formación	19
Tabla 2. Estudiantes matriculados en Cali 2015	20
Tabla 3. Muestra de turistas	35
Tabla 4. Muestra de estudiantes de colegio	36
Tabla 5. Muestra de estudiantes de universidad	36
Tabla 6. Número estudiantes instituciones educativas de educación superior	44
Tabla 7. Población Cali 2018 - 2019	45
Tabla 8. Operadores turísticos en Cali 2017	46
Tabla 9. Rutas pasadía	62
Tabla 10. Destinos más de una noche	62
Tabla 11. Rutas académico - empresariales	62
Tabla 12. Equipos de cómputo y comunicaciones	82
Tabla 13. Servicios públicos	82
Tabla 14. Útiles papelería y fotocopia	82
Tabla 15. Elementos de Cafetería y aseo	83
Tabla 16. Resumen Inversión General	84
Tabla 17. Inversión inicial	85
Tabla 18. Depreciación en pesos	86
Tabla 19. Estado de la Situación Financiera Inicial sin Financiación	87
Tabla 20. Estado de la Situación Financiera inicial con Financiación	88
Tabla 21. Amortización en Pesos	89
Tabla 22. Leasing Financiero en Pesos	91
Tabla 23. Parámetros Económicos	93
Tabla 24. Parámetros Laborales	94
Tabla 25. Cargos y salarios	95

Tabla 26. Recaudos y Pagos	95
Tabla 27. . Registro Mercantil Cámara de Comercio.....	96
Tabla 28. Márgenes Brutos.....	96
Tabla 29. Parámetros de Gastos	97
Tabla 30. Producto Interno Bruto	99
Tabla 31. Costos en Pesos.....	99
Tabla 32. Gastos en Pesos.....	102
Tabla 33. Nomina Administración y Servicio	104
Tabla 34. Demanda	107
Tabla 35. Proyección de Ventas y Costos	108
Tabla 36. Recaudos en Pesos	110
Tabla 37. Pagos en Pesos.....	111
Tabla 38. Estado de Resultados sin Financiación en Pesos	112
Tabla 39. Estado de Resultados con Financiación en Pesos.....	113
Tabla 40. Flujo de Caja Sin Financiación en Pesos	115
Tabla 41. Flujo de Caja con Financiación en Pesos	117
Tabla 42. Estado de la Situación Financiera Proyectado sin Financiación en Pesos	120
Tabla 43. Estado de la Situación Financiera Proyectado con Financiación en Pesos	121
Tabla 44. Análisis Vertical Estado de la Situación Financiera Proyectado sin Financiación	123
Tabla 45. Análisis Vertical Estado de la Situación Financiera Proyectado con Financiación	124
Tabla 46. Análisis Vertical del Estado de Resultados sin Financiación	125
Tabla 47. Análisis Vertical del Estado de Resultados con Financiación.....	126
Tabla 48. Análisis Horizontal Estado de la Situación Financiera Proyectado sin Financiación	127
Tabla 49. Análisis Horizontal de la Situación financiera Proyectado con Financiación	129

Tabla 50. Análisis Horizontal del Estado de Resultados sin Financiación	130
Tabla 51. Análisis Horizontal del Estado de Resultados con Financiación	132
Tabla 52. Razones Financieras Estados Financieros sin Financiación	133
Tabla 53. Razones Financieras Estados Financieros con Financiación	134
Tabla 54. Punto de Equilibrio en Unidades	134
Tabla 55. Análisis de sensibilidad	135

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1. Llegada de extranjeros a Colombia.....	20
Imagen 2. Formula de muestreo	35
Imagen 3. Formula.....	35
Imagen 4. Formula.....	36
Imagen 5. Formula.....	37
Imagen 6. Ruta religiosa del Valle	49
Imagen 7. Ruta del sur	51
Imagen 8. Cristo Rey	52
Imagen 9. Colina de San Antonio	52
Imagen 10. Gatos de tejada.....	52
Imagen 11. Estatua de Belalcázar	53
Imagen 12. Visita académica empresarial La Unión V.	55
Imagen 13. Visita ingenios azucareros	56
Imagen 14. Diagrama de desarrollo.....	65
Imagen 15. Diagrama de bloque.....	66
Imagen 16. Diagrama sistema operativo.....	67
Imagen 17. Ubicación de la oficina	70
Imagen 18. Organigrama	73
Imagen 19. Base de datos instituciones educativas.....	147
Imagen 20. Base de datos instituciones educativas.....	148

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Encuesta de gasto en turismo 2014-2015	39
Gráfico 2. Llegada de turistas	40
Gráfico 3. Visitantes del extranjero que llegan al Valle del Cauca 2017.....	45
Gráfico 4. Pregunta 1	141
Gráfico 5. Estudia o trabaja	141
Gráfico 6. Estrato.....	142
Gráfico 7. ¿Le gusta viajar?	143
Gráfico 8. Sitios turísticos preferidos	143
Gráfico 9. Frecuencia de viaje	144
Gráfico 10. Tipo de lugar de preferencia.....	144
Gráfico 11. Presencia de viaje, terrestre o aéreo	145
Gráfico 12. Presupuesto para viaje	145

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Formato de encuesta	139
Anexo 2. Análsis de resultados.....	141
Anexo 3. Anexo base de datos instituciones educativas.....	147

RESUMEN

El documento permite identificar los elementos a tener en cuenta para la creación de una operadora turística en la ciudad de Cali. Para ello fue necesario conocer el mercado en el cual se va a desarrollar el negocio, las necesidades técnico-operativas, los aspectos legales, así como el sistema y necesidades organizaciones y finalmente establecer la viabilidad económica a través del estudio financiero.

El método usado fue el deductivo el cual forma parte del concepto general del negocio turístico y se da aplicación al modelo de negocio planteado en la investigación, el tipo de estudio descriptivo en donde se parte de las experiencias y casos de otros proyectos y desarrollos empresariales del sector.

Resultados determinan la factibilidad técnica y la viabilidad financiera para la creación de una operadora turística en Cali.

Palabras clave. Operadora turística, estudio de viabilidad, turismo, salidas académicas

ABSTRACT

This document identified the elements to be taken into account for the creation of a tour operator in the city of Cali. For this, it was necessary to know the market in which the business will be developed, the operational technical needs, the legal aspects, as well as the system and needs of organizations and finally to establish the economic viability through the financial study. The method used was the deductive which is part of the general concept of the tourism business and is applied to the business Model proposed in the research, the type of descriptive study where part of the experiences and cases of other projects and business development in the sector. The results determine the technical feasibility and financial viability for the creation of a tour operator in Cali.

Keywords. Tour operator, feasibility study, tourism, academic outings

INTRODUCCIÓN

El negocio del turismo ha tenido un gran auge en los últimos 15 años, cada día las personas se ven más en la necesidad de dedicarle tiempo y dinero a disfrutar y conocer sitios nuevos y exóticos. La cultura europea y asiática, dedica gran parte del año a trabajar y estudiar, sin embargo la época del verano, es utilizada para las vacaciones estudiantiles y en algunos casos empresariales, espacio que se aprovecha para viajar.

Para ellos, los destinos tropicales y exóticos son los preferidos. Se puede decir que el clima y la calidez de la gente, así como los distintos paisajes hacen que Latinoamérica y para el caso objeto de estudio; Colombia sean los más visitados.

Para el caso del departamento del Valle del Cauca, en donde existen muchos sitios turísticos y áreas ecológicas de gran atractivo turístico, el negocio del turismo ha crecido notablemente, la apertura y fortalecimiento de sitios, así como el mejoramiento de la capacidad hotelera y gastronómica, permite ofertar rutas y viajes turísticos terrestres, no solo a extranjeros, sino, a los propios habitantes caleños para que disfruten y descubran lo lindo de su departamento. A su vez, se es necesario la oferta vía terrestre a destinos en otros departamentos el país.

Otros negocios que se avista en la operación turística son los estudiantes de instituciones educativas de media, técnica, tecnología y universitaria, los cuales requieren de servicios especiales de salidas de campo a otras ciudades o empresas para ampliar sus conocimientos; las rutas y salidas ofertadas para este tipo de cliente deberán ser guiadas por especialistas en logística turística y académica.

El estudio para la creación de una operadora turística en la ciudad de Cali permitirá identificar todas las variables a tener en cuenta para el desarrollo del negocio, así como el aprovechamiento de los mercados existentes

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El turismo ha sido por años una de las fuentes de ingresos más significativos para muchas regiones y estados, en especial para aquellas que cuentan con paisajes, ríos, playas y fenómenos naturales.

Para el caso de la operadora turística propuesta en la investigación, se determinan dos tipos de mercados, el primero de ellos es la oferta de salidas académicas – empresariales dirigido a estudiantes de instituciones básica primaria, secundaria, técnicas, tecnológicas y universitarias que requieran fortalecer sus competencias a través de la visita a industrias y en general a sectores productivos de todos los sectores.

El segundo de ellos es la oferta de paquetes turísticos a personas naturales, haciendo uso de organizaciones como cooperativas, corporaciones, grupos de amigos etc., a su vez se ofertarán servicios de City Tour a visitantes extranjeros que hacen su arribo a la ciudad en temporadas decembrinas, eventos especiales como el Petronio Álvarez y asistentes a eventos masivos (congresos, competencias etc.)

Cali tiene 16 instituciones universitarias en las cuales se registran 108,260 estudiantes entre técnicos, tecnólogos y universitarios (Cuadro 1), dicho mercado potencial que requiere de los servicios operativos para el desarrollo de las actividades extracurriculares no ha sido explotado de la manera adecuada, pues en muchos de los casos las salidas académico empresariales se hacen por iniciativa de los docentes de algunas áreas, en donde la operación logística es asumida por ellos o un tercero que de manera informal realizan estas prácticas.

Tabla 1. . Matricula de estudiantes por nivel de formación

Municipio	técnica profesional	Tecnológica	Universitaria	Especialización	Maestría	Doctorado	Sin información	% TyT	%Universitaria	%Posgrado
Cali	5516	30846	71898	3073	3360	320		31.62%	62.51%	5.87%
Buenaventura	936	1277	3512					38.66%	61.34%	0.00%
Guadalajara de Buga	313	3956	2422					63.80%	36.20%	0.00%
Cartago		2529	1187					68.06%	31.94%	0.00%
Jamundí		205	74					73.48%	26.52%	0.00%
Palmira	70	2899	10932	187	265	79		20.57%	75.75%	3.68%
Tuluá	431	3899	4873	43	78			46.44%	52.26%	1.30%
Yumbo		869	45					95.08%	4.92%	0.00%
Resto de municipios	658	2012	1901	0	0	0	0	58.41%	41.59%	0.00%
VALLE DEL CAUCA	7924	48492	96844	3303	3703	399		35.29%	60.28%	4.61%
Nacional	90027	600329	1320010	77462	45710	4257	390	32.29%	61.75%	5.96%

Fuente: (MINEDUCACION, 2018, fig. 3)

Aunque algunas universidades han tratado de contralar las salidas de sus estudiantes a prácticas o eventos a otras ciudades, son muy escasas las operadoras o empresas que ofrecen este tipo de servicios tan especializados, obligando a las instituciones educativas a dar permisos para que los docentes o directivos de los programas desarrollen la actividad o en el peor de los casos negar los permisos.

Con respecto a los estudiantes de las instituciones educativas de la Ciudad de Cali, se tiene previsto un plan de trabajo a mediano plazo, con el fin de ofertar salidas académicas o pedagógicas, a lugares como los museos, Biblioteca Departamental y demás sitios de interés. La población para esta oferta está estimada en 419,236 estudiantes, de los cuales solo se pretende trabajar con los grupos de secundaria, media y ciclos equivalentes a 203,899. Es Según datos 2015

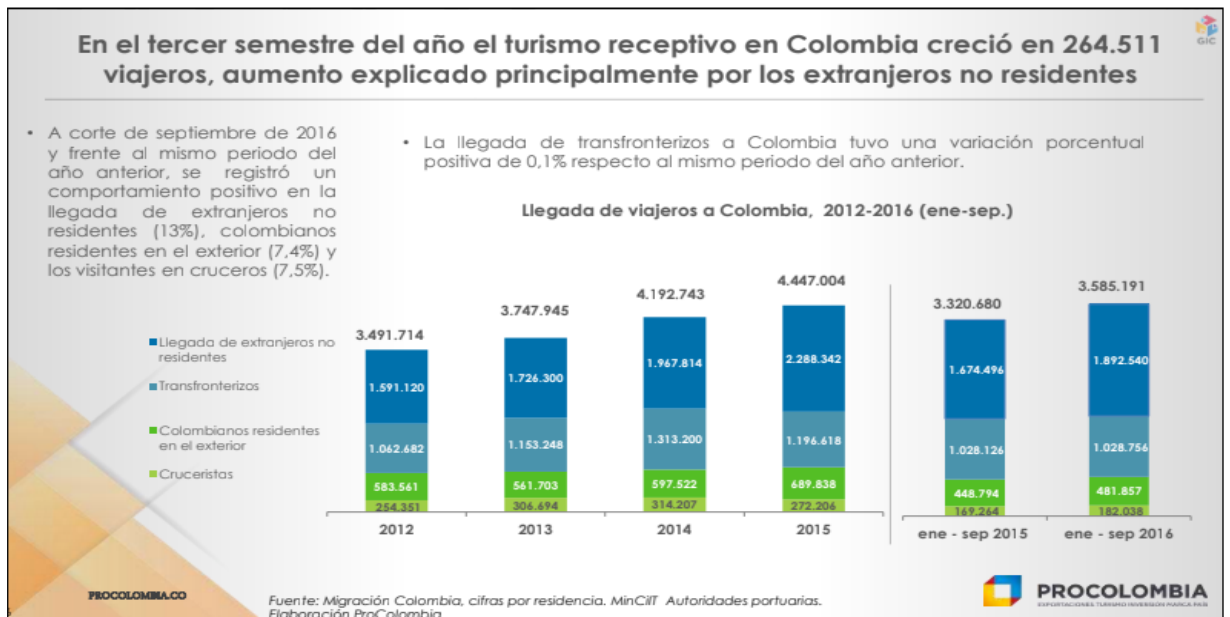
Tabla 2. Estudiantes matriculados en Cali 2015

Matricula	Oficial	Contratada	Privada	Total
Secundaria	61,012	33,602	37,440	132,054
Meda	22,691	10,905	15,112	48,708
Ciclos	15,486		7,651	23,137
Total				203,899

Fuente: (propia a partir de datos boletín preliminar de datos de la Secretaria de Educación Municipal de Cali)

Para el caso del turismo en general el sector ha tenido un gran auge en los últimos años, sobre todo en lo que tiene que ver con el turismo extranjero, según cifras, el turismo receptivo en el país creció en 264,511 viajeros (Tabla 2)

Imagen 1. Llegada de extranjeros a Colombia



Fuente: (ProColombia, 2018)

Para el aprovechamiento de los visitantes extranjeros a la ciudad de Cali, se ofertarán servicios guiados (City Tour) para que recorran y conozcan los sitios más emblemáticos de la ciudad.

Aunque el turismo es un gran negocio, en muchos de los casos solo se toma como referencias turísticas las ciudades y zonas que por tradición comercial se determinan, tales como lo son San Andrés, Cartagena, Santa Marta (Rodadero), el cañón de Chica mocha entre otros, sin embargo, existen muchos sitios regionales que, aunque son muy atractivos para ser visitados, no son tan promocionados.

Para el caso de los Valle del Cauca, Cauca, Nariño los cuales poseen impresionantes sitios turísticos que son poco ofertados por las grandes industrias del turismo, espacios que son utilizados para los operadores turísticos locales que sin grandes músculos financieros y de mercadeo ven en ellos oportunidades de negocio. La operadora turística aprovechara la oportunidad a través de la oferta de paquetes especiales a personas naturales.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El negocio turístico regional se encuentra aun sin explorar en la forma debida, para algunas personas hacer turismo significa esperar las vacaciones y ahorrar por un largo tiempo, o peor aún, hacer créditos en entidades bancarias para viajar a sitios soñados nacionales o internacionales, sin embargo, aunque muchos piensan en viajar son pocos los que verdaderamente lo hacen, la mayoría de ellos por falta de tiempo y por supuesto dinero.

Otro de los factores es la falta de oferta por parte de empresas especializadas en salidas académico – empresariales, pues este tipo de servicios son realizados por personas naturales que no dan garantías reales a la operación, convirtiéndose solo en un negocio perdiendo la objetividad de las visitas a empresas

El sur occidente colombiano cuenta con muchos sitios espectaculares y propicios para hacer turismo y visitas empresariales temáticas de forma responsable, sin embargo, son lugares con poca estructura logística (restaurantes y hoteles) para

albergar un gran número de personas y además de ello, se requiere ser transportado vía terrestre.

Este tipo de situaciones reducen las posibilidades de crecimiento de muchos centros y zonas turísticas de la región, diezmado cada día la posibilidad de crecimiento, a su vez, los clientes potenciales (estudiantes, personas en general y extranjeros) perderían el interés por conocer y disfrutar de espacios muy lindos de Cali y la región valluna.

Si no se realiza un plan de acción por parte de los negocios turísticos y si no se aprovecha los esfuerzos realizados por las autoridades locales y departamentales, se perdería la posibilidad de aprovechar todo el potencial social y económico, así como la opción de potenciales turistas y/o viajeros que deseen hacer realidad sus deseos de conocer sitios maravillosos y terminaran realizando si sus viajes y paseos, pero no en el departamento vallecaucano y vecinos (sur occidente colombiano), si no en sitios como Cartagena, Santa marta, Bucaramanga, San Andrés, eje cafetero entre otros, dejando grandes sumas de dinero en otros territorios cuando podrían quedarse en ellos, de igual manera se perderán los espacios ganados para que los estudiantes puedan ver en la práctica los procesos productivos que se realizan en las plantas de las empresas de la región.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué pasos se deben realizar para conocer la viabilidad sobre la creación de una empresa dedicada a la oferta turística del sur occidente colombiano con domicilio en Cali?

1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo identificar las necesidades turísticas del mercado?

¿Cuáles son los requerimientos técnicos – operativos necesarios para la creación de una operadora turística con domicilio en Cali?

¿Cuál es la estructura organizacional que se debe aplicar en una empresa de operación turística?

¿Cómo conocer si la operación turística en la región sur occidente colombiana es rentable?

2. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de grado se justifica desde los siguientes puntos de vista.

- **Desde el punto de vista económico:**

Al crear una empresa de operación turística en la ciudad en la ciudad de Cali se estará contribuyendo a la generación de empleo, con el impulso al crecimiento económico del país y a la entrada de ingresos provenientes del turismo nacional.

- **Desde el punto de vista social:**

Se brinda impulso al crecimiento del turismo nacional, puesto que con este se pueden dar a conocer los lugares maravillosos que Colombia posee, también por medio del esparcimiento brindar herramientas de interacción pedagógicas a los clientes de instituciones educativas, ayudando a mejorar las condiciones laborales de los empleados para puedan tener una mejor calidad de vida y a su vez ofrecer siempre un servicio de calidad enfocado en brindar felicidad, diversión y aprendizaje para todos.

- **Desde el punto de vista legal:**

En Colombia existen muchas leyes en pro de ayudar al crecimiento del turismo del país, al igual que a su regulación y para el gobierno nacional es muy importante que este sector se mantenga en crecimiento por su gran aporte al PIB del país.

- **Desde el punto de vista académico y profesional:**

La realización de este proyecto permite poner en práctica todos los conocimientos adquiridos, durante el transcurso de la carrera de administración de empresas en la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la operación turística con domicilio en Cali.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para el desarrollo de una empresa dedicada a la operación turística con domicilio en Cali.
- Conocer los requerimientos técnicos-operativos para el desarrollo de la empresa de operación turística.
- Identificar los requerimientos de orden legal y organizacional necesarios para el desarrollo de la empresa de operación turística.
- Evaluar los requerimientos económicos necesarios para la financiación y sostenimiento garantizan la viabilidad de la empresa de operación turística.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de la investigación fue necesaria la consulta de diferentes teóricos y estudios aplicados frente al tema, los cuales fueron encontrados en repositorios, sitios y páginas Web, revistas de investigación científica, libros, entre otros. A continuación, se relacionan las teorías más destacadas.

Se exponen los principios fundamentales y subyacentes para abordar el estudio del turismo integrando teoría y práctica de manera efectiva. Tras introducir el concepto de sistema turístico, el libro se estructura en cinco grandes áreas: la demanda, el destino, el sector, el marketing y los avances en el turismo. (Cooper, Fletcher, Fyall, & Wanhil, 2007).

En primer lugar, se cita el libro denominado El turismo. Teoría y práctica de Cooper & otros, define una serie de elementos y herramientas metodológicas que permiten conocer las cinco grandes áreas a tener en cuenta para el desarrollo de proyectos turísticos.

La preocupación por un turismo sostenible ha animado crecientemente a buscar modalidades y productos turísticos que encajen en las culturas y en el medio ambiente. A su vez, la impotencia para reducir la desigualdad económica y el acceso a los servicios básicos de una gran parte de la humanidad ha convertido al turismo en estrategia emergente para el desarrollo. (Ruiz, Hernández, Coca, Cantero, & Del Campo, 2008, pp. 366-418).

Una de las cosas a considerar en el negocio del turismo es la realización de actividades limpias, en donde, si bien es cierto que el negocio del turismo es productivo, se deben tomar conciencia por el respeto a los sitios naturales evitando la sobre explotación y daños irreversibles a los ecosistemas.

En el transcurso de los últimos años, el sector turístico se ha convertido en una de las mayores fuentes generadoras de empleo, de divisas y de estímulo a la inversión y al crecimiento económico. Los ingresos obtenidos por el turismo sobrepasaron a aquellos del comercio internacional de los años ochenta y proporcionalmente, constituyen en proporción un valor mayor que los demás sectores económicos con excepción del petróleo y la rama automotriz. (Schulte, 2003, pp. 40).

El turismo como actividad económica es muy importante y rentable para los negocios y ciudades que lo aplican, por lo tanto, es indispensable establecer un modelo que permita definir las rutas de destino en función de aprovechar el auge que ha tenido el negocio turístico en los últimos años.

También fue importante conocer distintas teorías y métodos necesarios para el desarrollo de estudios de viabilidad de negocios. En el documento se citan los siguientes autores como referentes.

La elaboración de la propuesta metodológica expone como resultado un modelo de evaluación constituido por cuatro componentes inherentes al proyecto turístico que se requiere evaluar y que tienen relación con: (1) ámbito socio-cultural, (2) ámbito económico-financiero, (3) ámbito ambiental y (4) potencial turístico. Se identifica indicadores que a través de la valorización de cada uno de los componentes se demuestra la viabilidad o no de ejecutar el proyecto turístico comunitario. (Pacheco, Carrera Burneo, & Almeida Ferri, 2011, pp. 21-46)

Los investigadores proponen tener en consideración el estudio específico de 4 áreas fundamentales para el desarrollo de proyectos turísticos sobre todo en conceptos comunitarios. Este tipo de metodologías deben de tenerse presente y ser aplicadas en los estudios de viabilidad.

Para el desarrollo del estudio de mercado se tomaron como referencias textos como Investigación de mercados (kinnear, 1989), otro de los libros citados fue Los estudios de mercado: Cómo hacer un estudio de mercado de forma práctica (Ferré

Trenzano & Ferré Nadal, 1997), también se tuvo en cuenta el libro cómo gestionar y planificar un proyecto en la empresa (Campoy, 2007) e Innovación empresarial de Varela (2014) cap. 7.

El poder de la negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza procedente de los productos sustitutos, la amenaza que representan los productos entrantes y salientes y la rivalidad entre los competidores (Intrasectorial). Los cuatro primeros elementos operan de forma independiente los unos de los otros, intensificando las rivalidades existentes dentro de un mismo sector. (Porter, 2008).

4.2 MARCO CONCEPTUAL

Para el desarrollo del proyecto es muy importante tener en cuenta los siguientes conceptos puesto que están enfocados en el turismo.

Brochure: Panfleto o folleto de promoción de una empresa (Jiménez Ríos, 2010).

PITS: Puntos de Información Turística (Instituto Dsitriral de Turismo, 2018).

PROCOLOMBIA: es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energético y la imagen del país (Fontour Colombia, 2018a).

Producto Turístico: Es la combinación de atractivos y servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, requerimientos o deseos de los turistas. (Ley 300 de 1996) (Fontour Colombia, 2018b).

Registro Nacional de Turismo. Inscripción a la que se encuentran obligados los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia a

partir de la Ley 300 de 1996, Este registro será obligatorio para el funcionamiento de dichos prestadores turísticos y deberá actualizarse anualmente (Fontour Colombia, 2018c).

Turismo. Conjunto de actividades que realizan las personas –turistas– durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios. De acuerdo al desplazamiento de los viajeros, el turismo puede ser (Idem).

a) Turismo emisor. El realizado por nacionales en el exterior (Idem).

b) Turismo interno. El realizado por los residentes en el territorio económico del país (Idem).

c) Turismo receptivo. El realizado por los no residentes, en el territorio económico del país. (Ley 1558 de 2012) (Idem).

Vistas académico – empresariales: también conocidas como salidas pedagógicas o actividades extramurales por parte de estudiantes con el fin de fortalecer los conocimientos de un tema o temas específicos acordes a la carrera o programa de estudio (WILPICA TRAVELS, 2018).

4.3 MARCO LEGAL

Para el buen desarrollo del proyecto es necesario determinar la legislación vigente para este tipo de negocios. En primera instancia se definen las normas y leyes genéricas que deben cumplir todas las organizaciones empresariales en Colombia y en especial las que ofertan servicios de operación turística.

Cuadro 1. Marco legal

Cuadro 1. Marco legal

Decreto o Norma	Descripción	Justificación
Código sustantivo de trabajo	Senado (1968) y en especial los Artículos 57, 58, 59, 60, 127, 158 y 179 (Congreso de Colombia. Código sustantivo del trabajo. Ley 1846 Pub. L. No 50.298 (2008 Recuperado a partir de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo.html)	La norma estipula el proceder frente a los requerimientos y obligaciones dadas en la ley colombiana frente a los deberes y compromisos adquiridos entre las partes (Empleado – patrono). Salario según la ley, parafiscal y demás normas laborales, que deberá cumplir la empresa.
Ley 1558 del 2012	Por la cual se modifica la ley 300 de 1996-ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. (Congreso de Colombia. Ley 1558 Pub L. No 48.487 (2012). Recuperado a partir de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1558_2012.html)	Regulación frente a la actividad turística en Colombia. Se estipula los parámetros generales y específicos para la operación turística en Colombia, que deberá cumplir la empresa.
Decreto s 355, 229, 2158 MINCIT (2017)	Por el cual se modifican artículos de los decretos 945 de 2014, 1074 de 2015. (Congreso de Colombia. Ley 1558 Pub L. No 48.487 (2012). Recuperado a partir de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1558_2012.html)	La conformación y funcionamiento del Consejo Nacional de Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística, como entidad reguladora y de apoyo para las actividades turísticas en Colombia, la cual la operadora turística deberá trabajar en conformidad a sus directrices.
Ley 300 del 1996	Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. Se determina la obligatoriedad de obtener el registro nacional turístico para empresas que ofertan los servicios de turismo	Ley en la cual se obliga a las operadoras turísticas a la obtención del registro nacional de turismo, la cual deberá cumplir la empresa.

Decreto o Norma	Descripción	Justificación
	en Colombia (Congreso de Colombia, 1996)	
Ley 1014 de 2006	De fomento a la cultura del emprendimiento (Congreso de Colombia, 2006)	Beneficios de ley a programas e iniciativas de emprendimiento en Colombia las cuales se espera sean aprovechados por la empresa.
Artículo 333 de la Constitución Política de Colombia	La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación (Constitución Política de la República de Colombia. Gaceta Constitucional N° 116. Bogotá. 20 de Julio, 1991)	Carta magna colombiana la cual deberá ser respetada y aplicada por la empresa y por todos aquellos en las cuales se tenga relación ya sea de tipo comercial, social, legal etc.

Fuente: Elaboración propia.

5. ASPECTO METODOLÓGICO

A continuación, se detallarán los diferentes pasos para el desarrollo de los aspectos metodológicos necesarios para el desarrollo del proyecto.

5.1 TIPO DE ESTUDIO

En análisis de viabilidad para la creación de una empresa de operación turística en la ciudad de Cali, el tipo de estudio que fue utilizado fue descriptivo-explorativo. Es descriptivo porque se seleccionarán las características más importantes de los clientes con esto se determinarán sus necesidades, sus gustos y preferencias. Y es explorativo porque se analiza el comportamiento de turismo en Colombia. Cuál es su comportamiento, crecimiento y cifras, dicha información sirve para realizar proyecciones futuras de este negocio.

5.1.1 La Investigación descriptiva. Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucia, 2010).

5.1.2 Los estudios exploratorios. Se realizan cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucia, 2010).

5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Los métodos de investigación usados en el presente proyecto son la observación y análisis.

5.2.1 Método Observación. Este método de recolección de datos consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, p. 285).

Mediante este método se llevaron a cabo actividades en donde se observe el comportamiento del turismo y sus afluentes, tanto en la ciudad como en el país.

5.2.2 Método de Análisis. Es una técnica para estudiar cualquier tipo de comunicación de una manera “objetiva” y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadístico. (Hernández Sampieri et al., 2014, p. 284).

Se analizaron las variables de crecimiento del departamento y el país como por ejemplo llegada de turista extranjeros, las ciudades más visitadas, también número estudiantes por nivel educativo.

5.3 FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para el desarrollo de la investigación se tomó como referencia para la recopilación de datos que pudiesen dar las pautas para el conocimiento del mercado la siguiente herramienta de recolección de datos.

Se elabora una encuesta con respuestas de selección múltiple en la cual se deseó conocer aspectos como, frecuencia de viajes o paseos turísticos por año, valor promedio a pagar, destinos, entre otros, las cuales permitieron identificar las posibles tendencias y condiciones a tener en cuenta en el momento de tomar una decisión al momento de viajar.

5.3.1 Fuentes primarias. La información primaria para el desarrollo del estudio de viabilidad para la creación de una operadora turística con sede en Cali se determina a partir de los resultados de la aplicación de las encuestas.

5.3.2 Fuentes secundarias. La información usada para el desarrollo del proyecto está dada a partir de información de libros, revistas, sitios y páginas WEB, documentos legales entre otros.

5.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

El tratamiento de la información estará dado solo para fines académicos y para la investigación en desarrollo. La aplicación y los resultados de la herramienta de recolección de datos servirán para identificar todo lo concerniente al estudio de mercado del proyecto.

5.4.1 Técnicas estadísticas. Se hará uso de herramientas y técnicas estadísticas que permitirán analizar y dar uso de la información para el desarrollo de la investigación.

5.4.2 Resultados esperados. Se espera que la investigación aporte suficiente información a los investigadores para la creación y desarrollo de una operadora turística en la ciudad de Santiago de Cali.

5.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

5.5.1 Población. Todos los estudiantes de programas académicos primaria, secundaria técnicos, tecnólogos y universitarios de la ciudad de Cali, así como cualquier persona natural o jurídica que requiera de los servicios de operación turística.

Se estima que en la ciudad existen cerca de 108,260 estudiantes matriculados (Cuadro 3), 2, 445,405 habitantes en Cali (Cuadro 4) y por lo menos 300 grupos de la tercera edad.

5.5.2 Muestra. Para el desarrollo de la muestra para la elaboración de las encuestas, se tuvo en cuenta el número de estudiantes universitarios (73,000), estudiantes de colegios (283,899) y turista en la ciudad (264,511)

Imagen 2. Formula de muestreo

$$n = \frac{\sigma^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + \sigma^2 * p * q}$$

Fuente: Elaboración propia a partir de la teoría de muestreo.

5.5.2.1 Muestra de turistas. Aplicación de la fórmula de muestreo para turistas, correspondiente a 629,736 promedio año para el Valle del Cauca.

Tabla 3. Muestra de turistas

Probabilidad de éxito (p)	P	0,5
Probabilidad de fracaso (q)	Q	0,5
Población= (N)	N	264,511
Nivel de Confianza= sigma	Z	2
Margen de Error= e	E	5%

Fuente: Los autores.

Imagen 3. Formula

$$n = \frac{\sigma^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + \sigma^2 * p * q} = \frac{254036,3644}{661,275 + 0,96} = \frac{254036,4}{662,2354} = 383 \text{ encuestas}$$

Fuente: Los autores.

5.2.2.2 Muestra de estudiantes de Colegios Con la siguiente formula se demuestra el número de encuestas a realizar para los estudiantes de colegios de la ciudad de Cali con una población estudiantil de (108.260).

Tabla 4. Muestra de estudiantes de colegio

Probabilidad de éxito (p)	p	0,5
Probabilidad de fracaso (q)	q	0,5
Población= (N)	N	108,260
Nivel de confianza= sigma	Z	2
Margen de Error= e	e	5%

Fuente: Los autores.

Imagen 4. Formula

$$n = \frac{\sigma^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + \sigma^2 * p * q} = \frac{103972,904}{270,648 + 0,96} = \frac{103972,9}{271,6079} = 382 \text{ encuestas}$$

Fuente: Los autores.

5.2.2.3 Muestra de estudiantes de Universidad. Con la siguiente formula se demuestra el número de encuestas a realizar para los estudiantes de universidades de la ciudad de Cali con una población estudiantil de (73,000)

Tabla 5. Muestra de estudiantes de universidad

Probabilidad de éxito (p)	p	0,5
Probabilidad de fracaso (q)	q	0,5
Población= (N)	N	73,000
Nivel de Confianza= sigma	Z	2
Margen de Error= e	e	5%

Fuente: Los autores.

Imagen 5. Formula

$$n = \frac{\sigma^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + \sigma^2 * p * q} = \frac{70109,2}{182,498 + 0,96} = \frac{70109,2}{183,4579} = 382 \text{ encuestas}$$

Fuente: Los autores.

El universo determinado para la identificación del muestreo se basó en grupos de personas que estudian y trabajan lo cual se determino es 73.000 aprox.

Una vez aplicada la encuesta la muestra representativa para este tipo de universo fue de 333 personas en ambos casos, el grupo investigador decide realizar 750 encuestas.

6. ANÁLISIS DE MERCADO

El desarrollo del capítulo “Análisis de mercado” permite tener una mayor apreciación sobre la realidad del mercado del turismo en Colombia y en especial en la ciudad de Cali, lo anterior en cuanto a las diferentes ofertas turísticas, competidores, clientes, precios, entre otros.

6.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPAÑÍA

Colombia es un país de gran atractivo turístico para los extranjeros, la ubicación geográfica en donde cuenta con 2 mares (atlántico y pacífico), su variedad climática (zonas costeras, templados, paramos, nevados, desiertos, gran variedad hídrica y sobre todo diferentes culturas hacen que el territorio colombiano sea uno de los países a visitar más preferidos por los turistas.

Según el MNICIT, actividad económica en la cual se representa la actividad de turismo en Colombia es el “7912 - Actividades de operadores turísticos Agencias operadoras” (Mincomercio Industria y Comercio, 2018. Párr. 3). De igual forma para el caso de la actividad de operación turística se requiere del Registro Único de Turismo la anterior amparado en la “ley 300 de 1996 artículo 61 estableció el Registro Nacional de Turismo y el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006 define los prestadores de servicios turísticos obligados a registrarse antes de iniciar sus operaciones en Colombia” (Mincit, 2018, párr. 1).

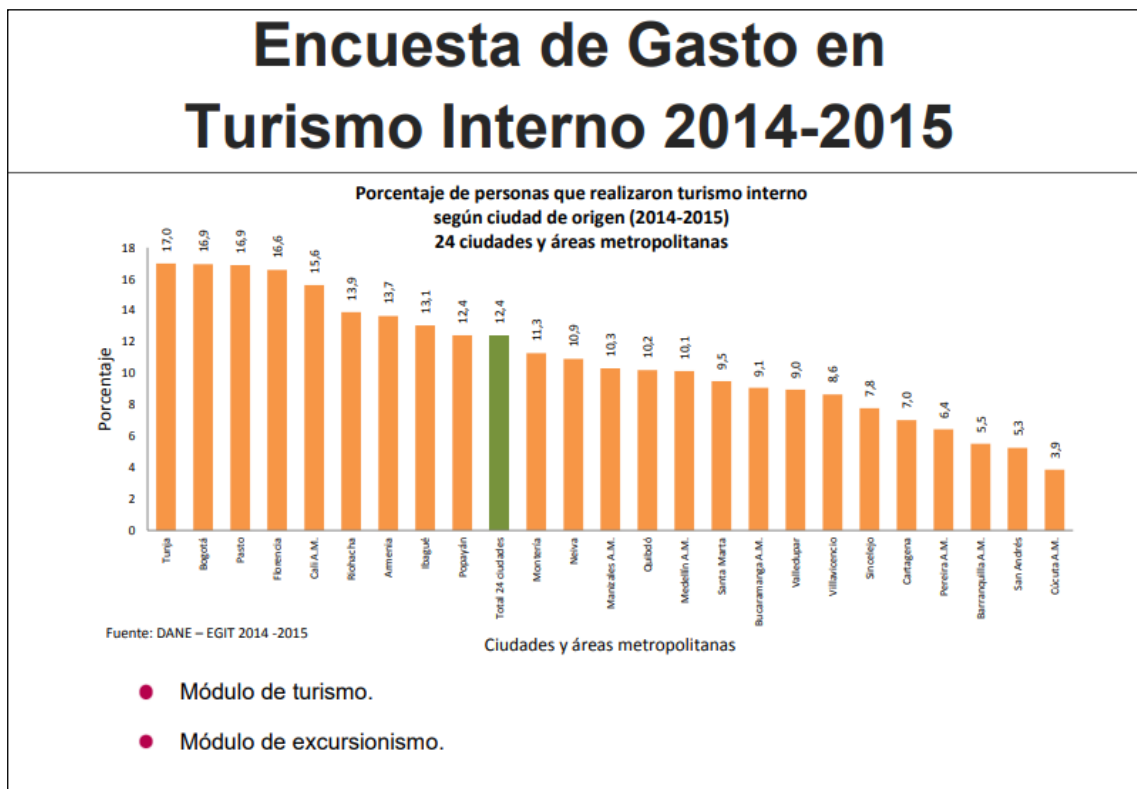
Sin este registro, ninguna entidad jurídica puede ofrecer los servicios de turísticos en Colombia.

El servicio de operación turístico ha tenido un gran auge en los últimos 15 años, se han realizado estudios en los cuales se ve el crecimiento y el protagonismo que ha tenido en el desarrollo económico de las regiones. “Aunque se considera que el sector turístico en Colombia se encuentra en una etapa aún incipiente de desarrollo,

es importante resaltar que el crecimiento relativo en la última década es significativo” (Zúñiga Collazos & Castillo palacio, 2012, pp. 68).

El turismo interno se realiza por varios factores, por paseo, visitar a parientes de otras ciudades o negocios.

Gráfico 1. Encuesta de gasto en turismo 2014-2015



Fuente: (2016, p. 7)

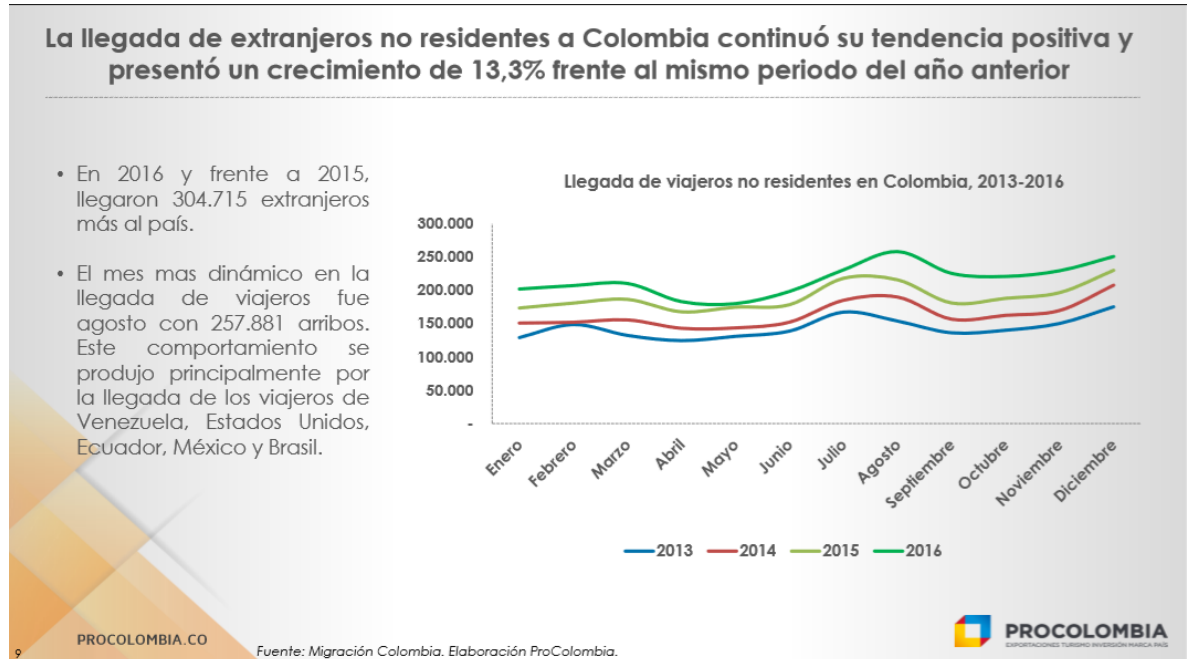
El turismo es una rama de la actividad económica que representa aproximadamente el 10% del PIB mundial y esta participación viene creciendo en los últimos decenios. Las cifras que anualmente registra el ingreso mundial por turismo internacional reflejan la importante contribución a la dinámica económica que esta actividad representa para muchas regiones en el mundo. Entre sus principales impactos positivos se encuentra los relacionados con el ingreso por divisas, la contribución al

ingreso privado y público, la generación de empleo, el incentivo a la creación de tecnologías y a la formación de capital humano y las oportunidades de negocio que puede generar en una economía. (Brida, Monterubbianesi, & Zapata Aguirre, 2011)

El negocio del turismo es muy representativo para los países con grandes atributos paisajísticos, sin embargo, las mediciones las hacen con base en la cantidad de turistas y divisas internacionales. Para el caso de la propuesta que se plantea en este proyecto, el turismo local es el llamado a explotar, ya que muchas personas han empezado a invertir dinero y tiempo en actividades de familia con viajes y rutas cortas a sitios locales, regionales y nacionales que al igual que los turistas internacionales son muy disfrutados.

La llegada de turista al país los últimos años es muy positiva y lo que hace que sea un segmento muy atractivo por explotar.

Gráfico 2. Llegada de turistas



Fuente: (ProColombia, 2018)

Uno de los modelos más usados para el análisis de mercados por proyectos afines es el desarrollado por Michael Potter en su teoría las 5 fuerzas de Porter (2018) las cuales se aplicaron de la siguiente manera. (Porter, 5 Fuerzas de Porter, 2018)

Cuadro 2. Las cinco fuerzas competitivas de Porter

Fuerza competitiva	Calificación	Operación turística salidas académicas empresariales a Instituciones universitarias Cali
Poder de negociación de los clientes	Baja	El poder de negociación de los clientes es bajo, debido que son pocas las empresas que ofrecen los servicios de salidas académicas – empresariales y además los precios para estudiantes son más bajos que los tradicionales.
Poder de negociación de los proveedores	Media	Algunos precios se pueden negociar e la media que sean grupos mayores a 20 personas y exista el certificado de estudiantes
Amenaza de Nuevos competidores	Media	Existen personas que realizan estas actividades, sin embargo, el mayor competidor son los mismos profesores que desarrollan las salidas de manera directa
Amenaza de productos sustitutos	Baja	Las salidas académicas pueden tener dos escenarios, el primero es la Visita a empresas y el otro son los eventos académicos, para lo cual la operadora está en disposición de cubrir estas necesidades
Rivalidad entre competidores	Baja	Existe rivalidad entre competidores, en donde todo estaría basado en el precio.

Fuente: Los autores.

Cuadro 3. Medición variable de Porter para operadora turística

	Barreras de entrada	Debilidad	--	-	N	+	++	Fortaleza
Amenaza de competidores potenciales	Guianza del servicio	Pequeña					X	Alta
Rivalidad entre competidores existentes	Diferenciación del servicio	Baja			X			Alta
	Concentración de competidores	Baja			X			Alta

	Barreras de entrada	Debilidad	--	-	N	+	++	Fortaleza
	Diversidad de competidores	Baja			X			Alta
	BARRERAS DE SALIDA							
	Restricción Gubernamental	Alta			X			Media
Amenaza de productos sustitutos	Disponibilidad de suministros cercanos	Baja			X			Varios
	Propensión a sustituir del comprador	Alta		X				Baja
Poder de negociación de los clientes	SENSIBILIDAD AL PRECIO							
	Diferenciación del servicio	Baja					X	Alta
	PALANCA DE NEGOCIACIÓN							
	Productos sustitutos	Baja			X			Alta
	Información de los competidores	Media				X		Mucha
Poder de negociación proveedores	PRODUCTOS CON IGUALES FUNCIONES	Pocos				X		Mucha
	Diferenciación entre proveedores	Poca				X		Alta
	Disponibilidad de proveedores sustitutos	Media			X			Media

Fuente: Los autores.

6.1.1 Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter. A continuación, se aplicarán las 5 fuerzas de Porter en función a las actividades de la operadora turística a realizar en la ciudad de Cali.

6.1.1.1 Poder de negociación con los clientes. Para esta primera estrategia se concibe el plan de acción partiendo de la información que se tiene de la competencia, ya que ellos determinan el precio promedio que los clientes pagan por

los servicios, sabiendo que son pocos los ofertantes. Es importante conocer muy bien al cliente potencial, saber sus necesidades y expectativas, condiciones económicas y capacidad de pago, aspectos representativos que esperan del servicio turístico y los sitios a visitar, que es más importante ¿la comodidad o el precio?, y lo más importante, para el caso de grupos o familias, ¿quién es el que toma la decisión final? Lo anterior es factor clave para la captación de un nuevo cliente y la fidelización de este.

6.1.1.2 Competencia en el mercado. Es muy importante identificar y conocer la competencia directa e indirecta que se tiene en este tipo de negocios. Se sabe que existen muchas empresas organizadas que llevan muchos años realizando de manera exitosa la operación turística regional, a su vez, hay muchas personas naturales que de manera informal realizan actividades turísticas, sin embargo, son pocas las dedicadas a los viajes académico - empresariales. Lo anterior define cual es el mercado real a atacar, para con ello identificar plenamente la competencia y así realizar estrategias que permitan acoger clientes para la en un mercado tan competitivo.

6.1.1.3 Amenaza de los nuevos entrantes. Otra situación a tener en cuenta es el ingreso de nuevos competidores. Cada día muchas personas deciden empezar con la realización de paseos y viajes de tipo recreativo que poco a poco terminan con un negocio de oferta turística. Otro elemento es el ingreso de grandes operadores al sector de operación turística local, regional y nacional, dichos pulpos del turismo podrían reducir las posibilidades del negocio, pues la calidad de los servicios se ampararía en el buen nombre que ellas tienen y los precios económicos que podrían dar por la estructura logística que poseen.

6.1.1.4 Poder de negociación de los proveedores. Es importante obtener una buena estrategia para negociar con los centros recreacionales, restaurantes, transportadores, empresas y hoteles que comúnmente se usan para este tipo de

servicios, pues el éxito económico (rentabilidad) está dado con la obtención de buenos precios.

6.1.1.5 Amenaza de productos sustitutos. Es difícil determinar productos y/o servicios sustitutos para este tipo de negocios, sin embargo, algunos grupos o familias pueden optar para la realización de viajes o paseos de manera independiente partiendo simplemente de la experiencia vivida de alguno o varios de ellos.

6.1.2 Análisis de demanda. Se tienen en cuenta las siguientes consideraciones para el análisis de la demanda.

La operadora turística será creada en la ciudad de Santiago de Cali, como epicentro de las actividades administrativas, pero podrá operar en cualquier ciudad del país y su naturaleza social está dirigida a todas las personas naturales y/o jurídicas que tengan capacidad de pago y requieran o tengan las expectativas de viajar o pasear a sitios locales, regionales y/o nacionales a precios asequibles y con muy buena calidad.

Tabla 6. Número estudiantes instituciones educativas de educación superior

Municipio	Tipo de programa			Total
	Técnico profesional	Tecnológica	Universitaria	
Cali	5,516	30,846	71,898	108,260

Fuente: (elaboración propia a partir de datos DANE 2015)

Para el caso de las instituciones educativas de educación técnica, tecnología y universitaria, el mercado potencial es de 108,260 estudiantes activos (Cuadro 3)

La demanda estimada para la oferta de turismo recreativo serán todos los habitantes de la ciudad que deseen viajar y tengan los recursos para ello. Para este caso se determina la población proyectada para el 2018 según datos de (Alcaldía de Santiago de Cal, 2018) es de 2, 445,405 habitantes.

Tabla 7. Población Cali 2018 - 2019

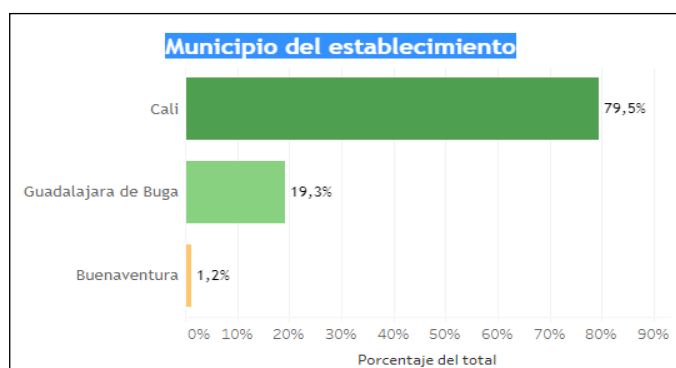
Descripción	2018	2019
Población total	2,445,405	2,470,852
Hombres	1,169,640	1,181,800
Mujeres	1,275,785	1,289,052

Fuente: (Elaboración propia a partir de alcaldía de Santiago de Cali 2018)

Otro de los clientes potenciales para la oferta de turismo son los adultos mayores, los cuales según artículo del diario el país se estima en 300,000 personas equivalente al 12% del total de la población. También se estima que se cuenta por lo menos con más de 200 grupos del adulto mayor organizados, los cuales desarrollan actividades lúdicas como paseos cerca de 5 veces al año.

Para este tipo de mercado se esperan clientes de estratos 2, 3 y 4, personas jóvenes, estudiantes de instituciones de educación primaria, secundaria, técnica, tecnológica, universitaria, adultos, grupos familiares, cooperativas, corporaciones, fondos de empleados, (para sus afiliados) grupos de la tercera edad y cualquier persona que esté en capacidad de pagar los servicios y que deseen divertirse y conocer sitios representativos de la región y del país.

Gráfico 3. Visitantes del extranjero que llegan al Valle del Cauca 2017



Fuente: (Siturvalle, 2018)

En cuanto a los visitantes que llegan del exterior a la ciudad de Cali, según SITUR en el año 2017 el departamento del valle fue visitado por 629,736 turistas, siendo Cali la ciudad más visitada con un 79,5%.

6.1.3 Análisis de la oferta. Existen muchos negocios que ofrecen la operación turista en la ciudad de Cali, según informe de la revista dinero (2017)

Luego de un 2017 muy positivo para el turismo, al punto de convertirse en el segundo generador de divisas del país, superando productos tradicionales como el café, las flores y el banano, según datos del Banco de la República, este año se perfila como otro buen periodo para esta actividad económica. (Dinero, 2017, párr. 1).

Este escenario es la oportunidad que muchos negocios han estado esperando por muchos años, el aumento de la iniciativa de las personas a viajar ha tomado tanto auge que ya muchas personas naturales y negocios que antes se dedicaban solo a la oferta de paquetes turísticos tradicionales nacionales o internacionales y por lo regular por vía aérea, opten por ofrecer viajes turísticos a lugares que antes no eran tan referenciados y haciendo uso de las vías terrestres.

Según artículo del diario el País, basado en informe de Cotelvalle, para el 2017 se tenía 1724 prestadores turísticos en Cali.

Tabla 8. Operadores turísticos en Cali 2017

Descripción	2016	2017	%
Operadores turísticos	1,155	1,724	33%

Fuente: Los autores.

6.2 ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO

6.2.1 Caracterización del servicio. Según el estudio del mercado se propone la oferta de salidas turísticas y académicas empresariales a grupos de estudiantes que

requieran del desarrollo de un tema específico, así como de público en general para la visita y pernoctación de lugares emblemáticos de la región y Colombia en general.

Turismo: el turismo regional y nacional es uno de los servicios a ofrecer. Este tipo de productos serán ofertados al público en general y en especial a grupos organizados como lo son las Cooperativas, Corporaciones, Fondos de empleados, grupos de adultos mayores, entre otros.

A continuación, se evidencian las ofertas turísticas más representativas que ofrecerá la empresa.

Cuadro 4. Portafolio de servicios

TOURS	SITIOS
Ruta religiosa	Visita al Santuario del Divino Eccehomo (Ricaurte)
	Capilla la Ermita (Rodalnillo)
	Capilla el Santuario (La Unión)
	Iglesia Sanjuán Bautista (Toro)
	Basílica el Señor de los Milagros (Buga)
Rutas Turísticas	Sur Occidente Colombiano (Tulcán Ecuador)
Ruta del sur	Ecuador
City tour (En la ciudad de Cali)	Cristo Rey
	Colina de San Antonio
	Gatos de Tejada
	Estatua de Belalcázar
	Kilómetro 18
Rutas fuera de la ciudad	Viaje a Medellín- Costa Atlántica
	Boyacá
	La ruta al Huila
	Consota (Pereira)
	Parque del Café
	Termales de Santa Rosa, San Vicente y Coconucos
Viaje académico profesional	Fábrica de vinos La Unión Valle.
	Visita ingenio azucareros
	Empresa Bavaria
	Trapiche San Vicente
	Zona Franca del Pacífico

TOURS	SITIOS
	Zona portuaria de Buenaventura
	Centro de sistematización de la policía Nacional (Bogotá)

Fuente: Los autores.

Ruta religiosa. Visita por los sitios religiosos más representativos del Valle del Cauca.

Cuadro 5. Ruta religiosa

No	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
1	Servicio transporte	Buses de turismo, cómodos, con aire acondicionado, baño, WIFI, sonido.
2	Desayuno	Desayuno en el camino (Parador Don Ofre)
3	Charlas de referencia	Charlas de referencia histórica en cada una de las paradas de la ruta.
4	Almuerzo	Servicio de almuerzo en el Hotel Casa Blanca (la Unión Valle).
5	Atención medica	Servicio de Paramédico durante todo el recorrido.
6	Actividades lúdicas	Actividades de recreación dirigidas para estiramiento.
7	Refrigerio	Servicio de refrigerio en el camino de regreso.

Fuente: Los autores.

Imagen 6. Ruta religiosa del Valle

Ruta religiosa

Recorre los sitios mas emblemáticos religiosos del Valle del Cauca



Divino Eccehomo. Ricaurte Valle



Capilla de La Ermita o Santuario de Nuestra Señora de Las Lajas. La Unión



Nuestra señora de Guadalupe Cartago



Valor \$

*Transporte en buses de turismo, AA, Baño
Desayuno
Almuerzo
Refrigerio
Servicio de Gianza*



Capilla de la Ermita Roldanillo

Ruta vía Panorama

- Visita al santuario del Divino Eccehomo (Ricaurte)
- Capilla la Ermita (Roldanillo)
- Capilla Santuario (la Unión)
- Iglesia de San Juan Bautista (Toro)
- El Señor de los Milagros en Buga



Iglesia de San Juan Bautista Toro Valle

Informes: grupo estudiantes en proceso de desarrollo proyecto

Fuente: Los autores.

Recorrido en transporte terrestre por la vía Panorama, visitando al Divino Eccehomo en Ricaurte corregimiento del Bolívar, luego se pasa por el municipio de Roldanillo en donde se visita la Capilla del a Ermita, en la Unión Capilla de la Ermita, la iglesia de San Juan bautista en Toro, después la iglesia de Nuestra Señora de Guadalupe en Cartago, por último, se visitará al Señor de los Milagros en Guadalajara de Buga.

Se propone como pasadía de martes a sábado (incluye lunes festivos)

6.2.1.1 Rutas turísticas. Como rutas turísticas se tiene diferentes opciones, una de ellas es el viaje al sur de Colombia – Tulcán Ecuador.

Este recorrido de 3 días es uno de los más populares en el sur occidente colombiano.

Cuadro 6. Rutas turísticas

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Salida	Salida en horas de la noche al sur de Colombia
Servicio transporte	Buses de turismo, cómodos, con aire acondicionado, baño, WIFI, sonido.
Charlas de referencia	Charlas de referencia histórica en cada una de las paradas de la ruta.
Laguna de la Cocha	Llegada a la laguna de la Cocha en la mañana.
Desayuno	desayuno en el camino en la laguna de la Cocha (incluido)
Santuario de las Lajas	Visita al Santuario de las lajas en Ipiales Nariño.
Almuerzo	Almuerzo en el Santuario de las Lajas (incluido)
Paso fronterizo	Paso fronterizo por el puente internacional de Rumichaca.
Llegada al hotel	Check in al hotel en Tulcán Ecuador
Cena	Toma de cena en Tulcán (incluida)
Descanso	Noche de descanso en el hotel (noche libre)
Desayuno	Toma de desayuno en el hotel
Visita	Visita al cementerio de Tulcán
Salida a termales	Salida a los termales de La gruta de la Paz, almuerzo libre.
Regreso al hotel	Regreso al hotel, cena (incluida), actividad lúdica
Regreso	Entrega de hotel, desayuno (incluido) en la galería de Tulcán
Visita a pasto	Visita el centro comercial Bombona en Pasto, almuerzo en el camino (incluido)
Refrigerio	Servicio de refrigerio en el camino de regreso.
Atención medica	Servicio de Paramédico durante todo el recorrido.
Llegada a Cali	Fin de la actividad

Fuente: Los autores.

Imagen 7. Ruta del sur

SUR DE COLOMBIA - ECUADOR



Laguna de la Cocha



Santuario de las Lajas



Termales Gruta de la Paz Ecu.



Cementerio de Tulcán Ecu.

Salida

- Día 1:
9.00 pm Cali.
- Día 2:
Visita Laguna de la Cocha.
Santuario de las Lajas.
Llegada a Tulcán.
- Día 3:
Cementerio de Tulcán
Termales la Gruta de la Paz.
- Día 4.
Visita Pasto Bombona.
Llegada a Cali.

Incluye

- Transporte turístico.
- 2 noches de hotel
- 3 desayunos
- 2 almuerzos
- 2 cenas
- Guianza

Valor \$

Informes: Grupo estudiantes en proceso de desarrollo proyecto

Fuente: Los autores.

Ruta del Sol por la vía panamericana, visita a la laguna de la cocha, Santuario de las Lajas (Nariño), llegada a Tulcán Ecuador, visita al Cementerio, Termales de la Gruta de la paz, centro comercial de bombona.

6.2.1.2 City tour. Los programas de visitas a los lugares más emblemáticos de la ciudad, era otra de las ofertas operativas de la empresa, para lo cual el cliente potencial serán los turistas que llegan a la ciudad, en especial en fechas como agosto (Festival de Petronio Álvarez) y en diciembre (Feria de Cali).

Los sitios previstos para visitar son:

Imagen 8. Cristo Rey



Fuente: (Conoce Colombia, 2018)

Imagen 9. Colina de San Antonio



Fuente: (Tripadvisor, 2018)

Imagen 10. Gatos de tejada



Fuente: (Uniandes. 2018)

Imagen 11. Estatua de Belalcázar



Fuente: (Colombia turismo, 2018)

Cuadro 7. Recorrido para turistas

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Salida	Salida en horas de la noche al sur de Colombia
Servicio transporte	Busetas, camionetas o vehículos según sea el caso, con AA y sonido
Visitas recorrido	– Vista por los sitios emblemáticos de la ciudad, Cristo Rey, Colina de San Antonio, Los Gatos de Tejada
Almuerzo	Restaurante y comida típica del Valle del Cauca en el Barrio San Antonio
visitas – recorrido	Visita a la estatua de Belalcázar, kilómetro 18
Cena	Cena en el restaurante el Nevado
Fin del recorrido	Llegada al sitio de inicio de recorrido (hotel)

Fuente: Los autores.

Así mismo, otros sitios como, Parque de la salud del río Pance, Kilómetro 18, Siloe (Teleférico), Complejo deportivo, parque artesanal Loma de la Cruz, espectáculos de Sala, Festivas de Petronio Álvarez, la Feria de Cali entre otros.

6.2.1.3 Otras rutas turísticas fuera de la ciudad de Cali

- Viaje a Medellín- Costa Atlántica
- Boyacá
- La ruta al Huila
- Consota (Pereira)
- Parque del Café
- Termas de Santa Rosa, San Vicente y Coconucos

6.2.1.4 Viajes académico – empresariales. Las salidas de campo académico – empresariales era uno de los fuertes de la operadora turística, la cual permitirá de manera dirigida con los docentes de las áreas conocer los sistemas de producción de productos y ofertas de servicios de las empresas más representativas del Valle del Cauca y Colombia.

Imagen 12. Visita académica empresarial La Unión V.

Fabrica de vinos la Unión Valle



Salida

- ▶ 7:00 am. Salida de Cali a la Unión
- ▶ Llegada al hotel Casa Blanca
- ▶ Desayuno
- ▶ Salida al Parque de la Uva
- ▶ Visita a la empresa Casa Grajales
- ▶ Almuerzo
- ▶ Actividad de integración en discotk
- ▶ Refrigerio
- ▶ 6:00 pm. Regreso a Cali

El plan incluye

- ▶ Transporte terrestre Cali- La Unión - Cali
- ▶ Entradas Parque de la Uva - Casa Grajales
- ▶ 1 desayuno, 1 almuerzo
- ▶ Zona húmeda
- ▶ Refrigerio
- ▶ Guianza

Valor \$

Informes: Grupo estudiantes en proceso de desarrollo proyecto

Fuente: Los autores.

Visita académica – empresarial en donde se visitará la fábrica de vinos Casa Grajales, el parque temático de la Uva y el reconocimiento del negocio turístico y frutícola de la región.

Cuadro 8. Visita académica empresarial La Unión Valle

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Salida	Salida en horas de la noche al sur de Colombia
Servicio transporte	Bus o buseta con AA, baño y sonido
visitas – recorrido	Llegada al hotel Casa Grajales en la Unión Valle, desayuno (incluido)
Recorrido por el Parque de la Uva	Camino guiado de 3 kilómetros
Visita empresa Casa Grajales	Recorrido por la fábrica de elaboración de vinos con guía especializado
Cata de vino	Adiestramiento y cata de vino dirigido por especialista
regreso al hotel	Regreso al hotel, toma de almuerzo, descanso, hora lúdica
Refrigerio	Refrigerio en el camino a Cali
Fin del recorrido	Llegada al sitio de inicio de recorrido

Fuente: Los autores.

Imagen 13. Visita ingenios azucareros



Fuente: Los autores.

Cuadro 9. Visita ingenios azucareros

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
Salida	Salida en horas de la noche al sur de Colombia
Servicio transporte	Bus o buseta con AA, baño y sonido
visita – recorrido	Desayuno (incluido) en el camino, llegada al Ingenio Azucarero
Recorrido Planta	Recorrido por la planta del ingenio
Regreso	Regreso a Cali, almuerzo en el camino
Fin del recorrido	Llegada al sitio de inicio de recorrido

Fuente: Los autores.

Conocer los sistemas y procesos productivos industriales, modelos de sistemas de seguridad industrial. Programas de Responsabilidad Social Empresarial. Modelos administrativos del sistema productivo.

Otras ofertas académico – empresariales

- Empresa Bavaria
- Trapiche San Vicente
- Zona Franca del Pacifico
- Zona portuaria de Buenaventura
- Centro de sistematización de la policía Nacional (Bogotá)
- Entre otros.

6.2.2 Cliente. Los servicios ofrecidos por el operador turístico están dirigidos a dos tipos de clientes. El primero de ellos es el público en general, el cual podrá ser contactado a través de las redes sociales, publicidad visual, escrita y auditiva, así como visitas directas a organizaciones como Cooperativas, Corporaciones, Fondos de Empleados, grupos del adulto mayor entre otros, que deseen disfrutar de un paseo en compañía de amigos y/o familiares, así como de conocer nuevos lugares.

El segundo tipo de clientes será los grupos de estudiantes de instituciones educativas en especial las técnicas, tecnológicas. Y universitarias que requieran fortalecer sus conocimientos a través de la evidencia de procesos prácticos en el campo.

6.2.3 Competencia. La operación turística en Cali tiene muchas empresas y organizaciones que ofertan los servicios, a su vez, cada día se evidencia la presencia de personas naturales que ofrecen viajes y paseos turísticos de manera informal a nichos de grupos de personas, ya sea, a sectores de barrios populares, grupos organizados (grupos de adultos mayores) entre otros. “Según las estadísticas gremiales, al cierre del 2017 el departamento tenía 1724 prestadores de servicios turísticos formales, mientras que en marzo del año pasado eran 1155”. (El país, 2018)

La gran oferta del servicio de operación turista de manera formal también es muy grande, cada año se incrementa notablemente entidades reconocidas formalmente para la oferta del servicio, sin embargo, la estrategia planteada por el grupo investigador podría dar como frutos un buen número de clientes que garanticen la viabilidad del negocio.

Las empresas relacionadas son una pequeña muestra de algunos de tantos operadores turísticos que se encuentran radicados en Cali y ofrecen servicios terrestres. Por lo general todas ofrecen los servicios turísticos a público en general, sin embargo, solo una (referenciada en el cuadro) ofrece servicios de visitas académicas.

El objeto de la operadora turística propuesta por el grupo investigador es la oferta de servicios turísticos regionales y nacionales, como también salidas académicas especializadas.

A continuación, se referencia algunos de los potenciales competidores.

Cuadro 10. Competencia

Nombre	Ofertas	Tipo de transporte	Tipos de cliente	Dirección
Ontour`S	Turismo nacional y académico	Terrestre y aéreo	Grupos de estudiantes y público en general	slceronsas@gmail.com
Cali ciudad divina	Turismo local y departamental	Terrestre	Público en general	CRA 9 5-23
Marvel tours & travel	Turismo local y regional	Terrestre	Público en general	http://www.marveltourscali.com/
OTB Cali	Turismo nacional	Terrestre y aéreo	Público en general	http://www.otbcali.com/
Ecolombia tours	Turismo regional y nacional	Terrestre y aéreo	Público en general	http://www.ecolombiatours.com/

Fuente: Los autores.

Precios promedio de la competencia en algunos productos afines.

6.2.4 Tamaño del mercado global. Los servicios ofertados por la operadora turística están dados para cualquier persona natural o jurídica que quiera pasear y viajar a sitios turísticos de interés.

6.2.5 Tamaño del submercado. El submercado serán los estudiantes de programas técnicos, tecnológicos y universitarios que requieren realizar viajes académico-empresariales, así como grupos de personas u organizaciones que desean realizar paseos o viajes de turismo.

Otro de los mercados son los grupos de adultos mayores de la ciudad y turistas que necesiten los servicios de City tour.

6.3 PLAN DE MERCADEO

El mercado tiene muchas operadoras turísticas ofreciendo un sin número paquetes y rutas turísticas a todo tipo de clientes. Muchas de las ofertas turísticas son para público en general y sin temas específicos.

La empresa operadora propuesta tendrá la oferta de turismo para público en general y para grupos específicos (asociaciones, estudiantes entre otros) en ambos casos la se determinará las salidas y viajes con un componente educativo y temático.

Los servicios de la operadora turística serán publicitados a través de las redes sociales, pagina WEB, presentación a docentes y directivos de las instituciones educativas, gerentes de las cooperativas, corporaciones, líderes y personas que inciden o temas las decisiones en el momento de viajar.

6.3.1 Estrategia de precio. Los precios estarán acordes con los estipulados por el mercado, y se dará un valor preferencial para clientes presentados como grupos y referentes que ayuden en la promoción y venta de los paquetes turísticos.

6.3.2 Estrategia de venta. La estrategia de venta de los paquetes turísticos está definida de la siguiente manera:

Ventas directas a través de la página y sitio WEB.

Ventas directas por paquetes o grupos a las cooperativas, corporaciones, asociaciones y agremiaciones, grupos de adulto mayor etc.

Ofertas y las instituciones educativas mediante oferta de paquetes académicos – empresariales específicos y/o genéricos según los requerimientos o necesitadas de los programas académicos.

6.3.3 Estrategia promocional. La estrategia promocional se determina de la siguiente manera.

Cuadro 11. Estrategia promocional

CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR UNIT	VALOR TOTAL	JUSTIFICACIÓN
5000	Tarjetas de presentación	50	250.000	Son fundamentales en el negocio, es una manera de hacer publicidad. Y la será utilizado por el gerente, la auxiliar de mercadeo y los guías turísticos.
2000	Flyers	100	200.000	Distribución de folletos en aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón y hoteles de la ciudad.
1	Página web	1,500,000	1.500.000	La página permitirá ofrecer los servicios de HJM turismo de forma detallada, accesible y constante a todos los clientes.
TOTAL			1.950.000	

Fuente: Los autores.

- Distribución de folletos en aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón y hoteles de la ciudad.
- Promoción en seminarios de entretenimiento de entidades que apoyan el turismo (pro-Colombia).
- Promoción general en las redes sociales y sitios WEB.

6.3.4 Estrategia de distribución. El proceso de distribución de la oferta del servicio se dará a través del equipo de trabajo dispuesto para la operación turística y en algunos casos con aliados estratégicos en el negocio.

6.3.5 Política de servicio. Se determina como política principal la oferta de paquetes turísticos a precios competitivos en el mercado, transporte confortable y seguro, servicio de Guianza especializado y sobre todo un viaje que les garantice a los clientes el disfrute durante todo el viaje.

Tabla 9. Rutas pasadía

No pasajeros	Salida	Destino	tipo de viaje	V/r por Persona	V/r competencia promedio
35	Cali	Parque de la uva La Unión Valle	Pasadía	120,000	130,000
35	Cali	Ruta religiosa	Pasadía	80,000	85,000

Fuente: Los autores.

Tabla 10. Destinos más de una noche

No pasajero s	Salid a	Destino	tipo de viaje	V/r por Persona a	V/r competencia a promedio
35	Cali	Sur de Colombia - Tulcán Ecuador	3 días 2 noches	330,000	340,000
35	Cali	Costa Atlántica	5 días, 4 noches	800,000	880,000

Fuente: Los autores.

Tabla 11. Rutas académico - empresariales

No pasajeros	Salida	Destino	tipo de viaje	V/r por Persona	V/r competencia promedio
20	Cali	Visita ingenios azucareros	Pasadía	60,000	67,000

Fuente: Los autores.

6.3.6 Tácticas de ventas. Se procurará realizar las ventas de manera directa, visitando los directores y/o coordinadores de programas académicos con el fin de ofrecer los servicios.

Visitar los grupos de adultos mayores para ofrecer los servicios y conocer las necesidades turísticas de los mismos.

Visitar organizaciones como fundaciones, cooperativas entre otros para ofrecer paquetes turísticos a sus afiliados.

Publicitar a través de la página oficial de la empresa, así como el uso de las redes sociales como Facebook, Instagram, para con ello poder captar la atención del público en general.

7. ANÁLISIS TÉCNICO

7.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El proyecto consiste en la oferta de turismo a través de rutas terrestres. La referencia de sitios, lugares temáticos y turísticos identificados en el sur occidente colombiano. Serán los referentes por la operadora, sin embargo, la oferta turística también venderá lugares emblemáticos y tradicionales del país, como lo son la Costa Atlántica, los termales (santa rosa, San Vicente Coconuco, entre otros), la región del Huila, eje Cafetero entre otros, los cuales podrán ser ofertados a público en general.

Otra de las potencialidades de la operadora turística es la oferta de salidas académicas – empresariales o temáticas, las cuales van dirigidas a estudiantes de instituciones educativas y en especial a institutos de carreras técnicas, tecnológicas y universitarias.

7.1.1 Servicio. Los servicios constan básicamente de la oferta de paseos, recorridos turísticos, ecológicos y académicos, con el fin de dar a conocer las diversas zonas y territorios emblemáticos de la región sur occidente del país, al igual que otros territorios cuyas zonas son muy apetecidas por los turistas.

Los servicios ofrecidos serán diseñados para el deleite del público en general a precios competitivos en el mercado.

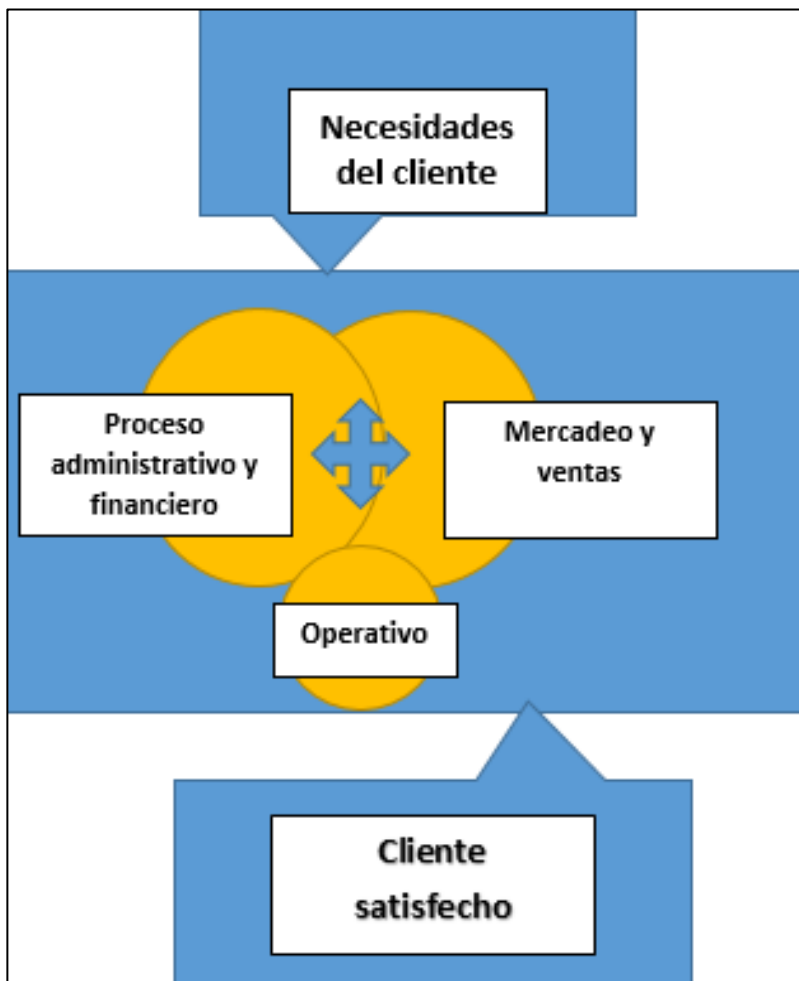
7.1.2 Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto. La propuesta operadora turística busca ofertar los servicios de viajes y paseos turísticos y académico empresariales con alta calidad y a precios competitivos en el mercado.

El ámbito del proyecto. Para desarrollar una oferta turística y académico – empresarial que cumpla con las expectativas de los clientes e instituciones.

La calidad en la prestación de los servicios a través de buses cómodos y la guianza por expertos determina el factor diferenciador de la operadora turística.

7.1.3 Diagramas y planes de desarrollo. A continuación, se presentan los diagramas y planes de desarrollo de la empresa de operación turística en Cali.

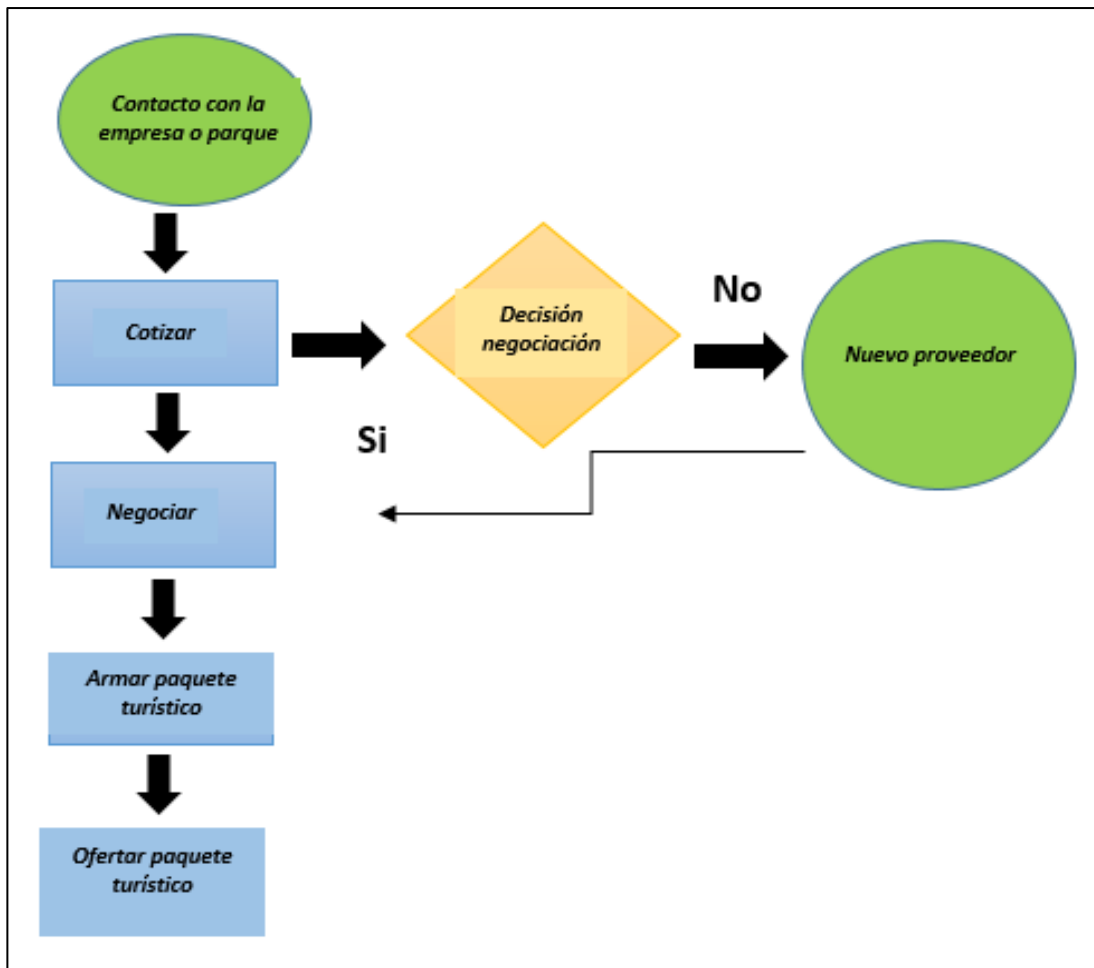
Imagen 14. Diagrama de desarrollo



Fuente: Los autores.

El proceso de desarrollo para la oferta, venta y desarrollo del servicio se determina a través de la integración de los procesos administrativos, financieros, mercadeo y ventas y el operativo. Cada uno de ellos trabaja de manera mancomunada con los demás para el logro de la identificación del cliente y sus requerimientos hasta la satisfacción de este.

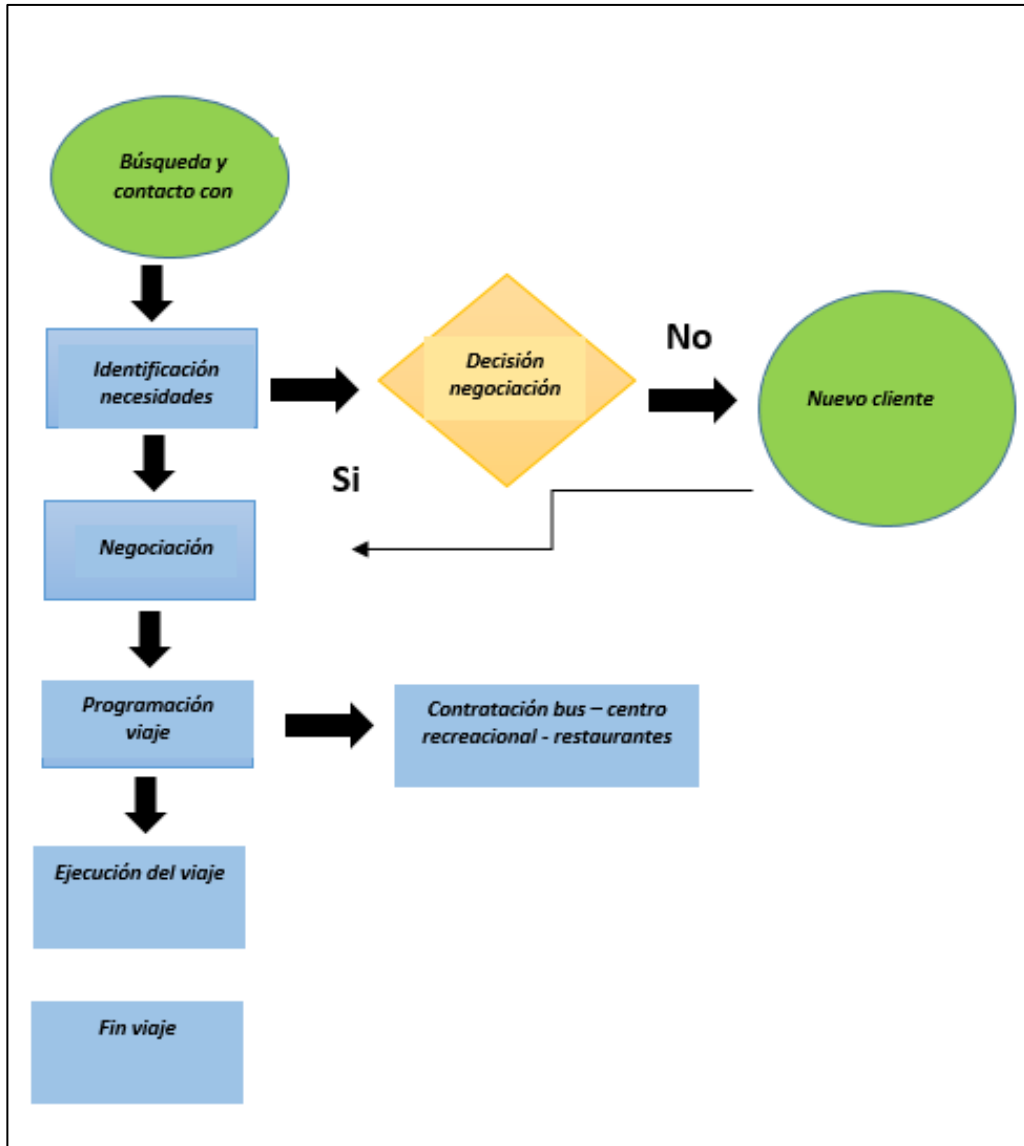
Imagen 15. Diagrama de bloque



Fuente: Los autores.

Sistema operativo interno de la empresa para el desarrollo de las actividades negociadoras a partir de la organización administrativa. (Imagen 11)

Imagen 16. Diagrama sistema operativo



Fuente: Los autores.

Desarrollo del proceso de creación de ofertas turísticas, venta y desarrollo de la actividad (Imagen 12).

7.1.4 Tecnología. El sistema comercial de la operadora turística estará basado en plataformas sistemáticas como lo es la creación de una página WEB, la cual le posibilitara la visualización de sus ofertas o todos los potenciales clientes.

Otro de los sistemas a usar en la fase publicitaria serán las redes sociales, como lo es el Facebook, Instagram y WhatsApp, las cuales permitirán llegar a muchas personas y conocer su percepción sobre el negocio.

7.1.5 Selección del equipo. La operatividad de las actividades cotidianas requiere de los siguientes equipos de cómputo y aparatos electrónicos.

Cuadro 12. Equipos de cómputo y comunicaciones

Cant.	Tipo	Característica
2	Computador	Escritorio
1	Computador	Portátil
1	Teléfono	Inalámbrico
1	Televisor	60 pulgadas
1	Impresora	Laser multifuncional
	Total	

Fuente: Los autores.

Cuadro 13. Servicios públicos

Cant.	Tipo	Característica
1	Agua, energía	N/A
1	Internet- TV-Teléfono	N/A
	Total	

Fuente: Los autores.

Cuadro 14. Útiles papelería y fotocopia

NOMBRE	CANTIDAD	CARACTERÍSTICA
Archivador AZ carta	10	N/A
Bisturí grande	10	N/A
Carpeta colgante fabrifolder	10	N/A
Correctores	10	N/A
Ganchos clic	10	N/A
Ganchos para carpeta	10	N/A
Ganchos para grapadora	10	N/A
Lapiceros	10	N/A
Lápices	20	N/A

NOMBRE	CANTIDAD	CARACTERÍSTICA
Libros contables	5	N/A
Pegastick por 40 gramos	10	N/A
Perforadora	10	N/A
Post stick grandes	10	N/A
Post stick pequeños	10	N/A
Recibos de caja menor	10	N/A
Resaltadores	10	N/A
block de papel carta x10und	10	N/A
Rollo para fax	5	N/A
Sacaganchos	5	N/A
Sellos	4	N/A
Tijeras	5	N/A
Tóner impresor	5	N/A

Fuente: Los autores.

Cuadro 15. Elementos de Cafetería y aseo

NOMBRE	CANTIDAD	CARACTERÍSTICA
Balde para agua	8	N/A
Escobas	10	N/A
Guantes Duralon Eterna	8	N/A
Jabón líquido *800cc spray familia	4	N/A
Paquete de bolsas para basura X 10 unidades	15	N/A
Recogedor de basura	8	N/A

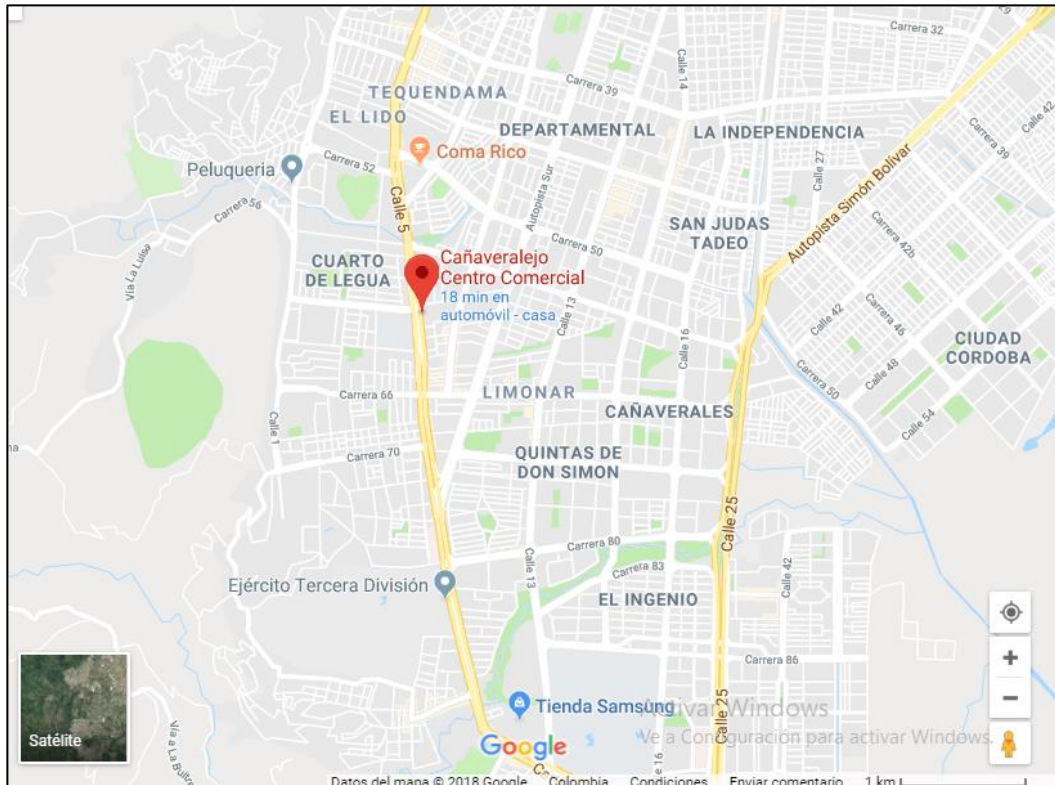
Fuente: Los autores.

7.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

7.2.1 Macro localización. El proyecto tendrá su desarrollo en la ciudad de Cali, sin embargo, podrá obtener clientes de ciudades cercanas como Jamundí, Palmira, Yumbo, Candelaria entre otros.

La oficina de la operadora turística tendrá lugar en el centro Comercial Cañaveralejo. El grupo considera un lugar estratégico por encontrarse en una vía principal y cercana a universidades como la USC, UNICATOLICA, Cooperativa, Libre entre otras.

Imagen 17. Ubicación de la oficina



Fuente: (Google maps, 2018)

7.2.2 Micro localización. La ubicación de la oficina se encuentra en la calle 5 con Cra 62, al frente de la estación Pampa linda.

Cuenta con una ubicación estratégica, sobre una calle principal (calle 59, a 2 cuadras de la calle 2 y 5 cuadras de la avenida Guadalupe. El C. C. cuenta con parqueadero para sus visitantes sin ningún costo.

En cuanto a los servicios públicos, el centro comercial Cañaveralejo cuenta con todos los servicios básicos necesarios para la operatividad (agua. Luz Telefonía internet)

7.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

La operadora turística tendrá su epicentro en la ciudad de Santiago de Cali. Los clientes serán todas y cada una de las personas y estudiantes que requieran los servicios de un operador turístico para satisfacer las necesidades de pasear o visitar organizaciones empresariales.

8. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL Y LEGAL

En el siguiente apartado se relacionarán los requerimientos en cuanto a personal se requiere para el desarrollo de la operatividad de la empresa, a su vez conocer los parámetros legales a tener en cuenta para la contratación de los empleados y la formalización del negocio ante la Cámara de Comercio.

8.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

La empresa entra al sector de servicio con el fin de ofertar los servicios de operación turística vía terrestre a sitios de interés general.

El grupo de estudiantes cuenta con grandes conocimientos administrativos gracias a los estudios en curso en la UNICATOLICA, además se cuenta con experiencia en la actividad turística por parte de uno de los investigadores.

El proceso de oferta turística tendrá su epicentro la ciudad de Cali y la oferta turística estará dada principalmente en la región sur occidental de Colombia, sin embargo, se podrán ofertar viajes turísticos a diferentes lugares emblemáticos del país.

8.1.1 Misión. Somos una organización dedicada a la oferta de servicios turísticos terrestres con un alto grado de calidad, compromiso y confiabilidad, a lugares emblemáticos del territorio colombiano.

8.1.2 Visión. Ser en el 2023 en una empresa reconocida a nivel nacional, pionera en ofertas turísticas regionales y nacionales.

8.1.3 Valores corporativos. Los valores y principios en los cuales se basará la filosofía y desarrollo de la organización son los siguientes.

- Responsabilidad.
- Honestidad.
- Respeto.

- Disciplina
- Calidad
- Trabajo en equipo

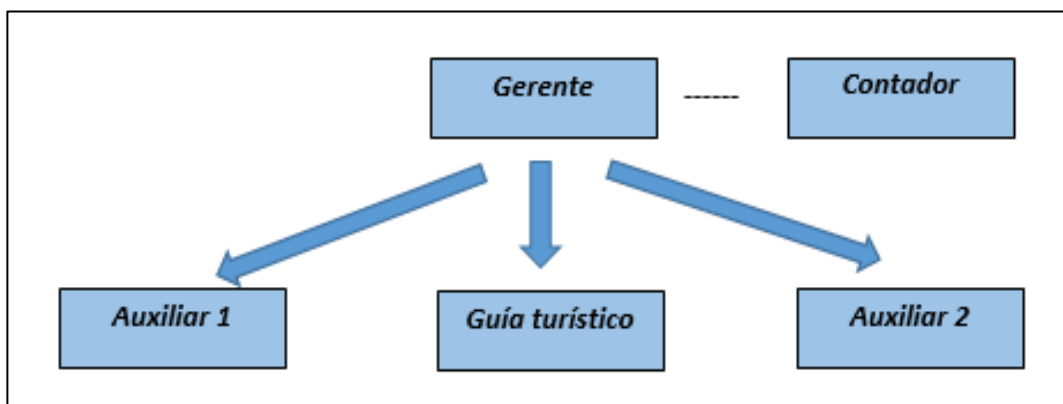
8.1.4 Filosofía del trabajo. La operadora turística se compromete por la realización de viajes y paseos turísticos propendiendo siempre por el cuidado del medio ambiente y el respeto a las personas.

8.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

A continuación, se presenta el sistema organizacional de la empresa de operación turística

- Gerente (dedicación tiempo completo)
- Auxiliar de servicio 1. (Atención en la oficina)
- Auxiliar de servicio 2. (Atención en la oficina y administrador página WEB)
- Guía turístico (contrato prestación de servicios)
- Contador (contrato prestación de servicios)

Imagen 18. Organigrama



Fuente: Los autores.

8.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

Para la contratación del personal se tomarán las siguientes indicaciones.

Buscar en la base de datos del SENA.

Base de datos de instituciones que oferten programas de turismo y/o administración de empresas o afines.

A continuación, se mostrarán las diferentes actividades para el reclutamiento del personal.

- Identificar el cargo a proveer
- Contactar las bolsas de empleo del SENA e instituciones educativas.
- Enviar perfil del cargo a proveer.

8.4 PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL

8.4.1 Solicitud de empleo. Se reciben las hojas de vida de los aspirantes, en donde se escogerán las que cumplan con los requerimientos del perfil.

Se confirmará si la información personal y experiencia laboral dada por el aspirante sea real o no.

8.4.2 Entrevista. Una vez seleccionadas las hojas de vida, se procede a la realización de la entrevista con el gerente para los niveles de conocimiento sobre el turismo, capacidad de expresión y comportamiento ante presión.

8.4.3 Exámenes. Para la realización de los exámenes de ingreso, la empresa contratara los servicios de personal especializado.

8.4.3.1 Psicométricos. Este tipo de exámenes serán realizados por una psicóloga que será contratada para este caso.

8.4.3.2 Físicos. Se contratará a una entidad especializada en exámenes médicos de ingreso de personal.

8.4.3.3 Conocimiento. Aplicación de pruebas de actitudes y conocimiento general y específico sobre turismo.

8.4.3.4 Investigación de candidatos. Aplicación de pruebas de actitudes y conocimiento general y específico sobre turismo.

8.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Se da información sobre los deberes y derechos laborales y contractuales entre la empresa y el empleado. Dar a conocer los ingresos económicos a recibir.

8.5.1 Inducción de personal. El gerente dará la información precisa sobre las diferentes actividades a realizar en el puesto de trabajo.

La inducción del personal a contratar será realizada por el gerente de la empresa, el cual se apoyará en el manual del puesto y la experiencia en negocios relacionados o afines al turismo.

8.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL

Se da información sobre los deberes y derechos laborales y contractuales entre la empresa y el empleado. Dar a conocer los ingresos económicos a recibir.

8.6.1. Capacitación. El proceso de capacitación y entrenamiento del personal estará a cargo del gerente, el cual dispondrá de espacios y especialistas en turismo, atención al cliente y ventas.

8.7 FUNDAMENTACIÓN CARGOS Y FUNCIONES ESTRATÉGICAS

Los cargos y las funciones para contratar para la buena operatividad de la operadora turística están determinados de acuerdo con las necesidades de la misma.

8.7.1 Descripción de áreas. La operadora turística contará con el cargo de gerente general, que hará las veces de representante legal de la empresa. El gerente tendrá la responsabilidad de diseñar e implementar todas las estrategias administrativas, y operativas necesarias para su buena operación.

Los cargos de auxiliares de servicio serán los encargados de la parte operativa de la empresa y darán apoyo al sistema de ventas y seguimiento de clientes

El cargo de guía turístico será el encargado de dar el servicio de guianza en el momento en que se encuentre en realización el servicio.

El cargo de Contador se da para el cumplimiento de las normas vigentes en cuanto a los requerimientos tributarios y fiscales.

8.7.2 Fundamentación de cargos. La gerencia será la responsable del sistema de mercadeo y ventas de los programas turísticos y académico empresariales, también visitará a los clientes potenciales y reales de la operadora.

Los auxiliares de servicio serán los encargados de la atención en la oficina y apoyarán al gerente en los procesos administrativos y contables.

El guía turístico será el encargado de acompañar los grupos de viajeros y atender todos los requerimientos logísticos y operativos necesarios para ello.

El contador será el encargado de los registros contables, informes financieros y demás trámites requeridos en el orden tributario

8.7.3 Identificación y naturaleza del cargo. Los perfiles de los cargos necesarios para la operación de la empresa están definidos con base en investigaciones e información de otro tipo de negocios afines. De igual forma se tomaron como

referencia modelos de cargos y perfiles de puestos de autores como Diseño estratégico de perfiles de cargos por competencias. Una contribución al alineamiento del desempeño individual con el desempeño organizacional de Perfiles profesionales 2,0 de Soltura Laseria & Cuesta Santos, (2008), Diseño y análisis del puesto de trabajo: Herramienta para la gestión del talento humano de Torres Laborde & Jaramillo Naranjo, (20149, entre otros

A continuación, se evidencian los diferentes perfiles de cargos propuestos para la operadora turística.

8.7.4 Análisis de cargos. Se presenta el análisis de los cargos requeridos para la operación turística.

Cuadro 16. Análisis de cargos

CANT	CARGO	ESTUDIOS	TIPO DE CONTRATO	SUELDO
1	Gerente general	Estudios tecnológicos o profesionales en administración o turismo, inglés y uso de herramientas office	Termino fijo	\$ 1.500.378
1	Contador publico	Contador titulado	Prestación de servicios	\$ 400.000
2	Auxiliar de servicio	Estudios técnicos o tecnológicos en administración o turismo, inglés y uso de herramientas office	Termino fijo	\$ 1.196.742
1	Guía turístico	Estudios técnicos o tecnológicos en administración o turismo e ingles	Prestación de servicios	\$ 620.000

Fuente: Los autores

8.7.5 Funciones estratégicas del cargo. A continuación, se presentan los perfiles de las cargas a requerir en la operadora turística.

Cuadro 17. Perfil del gerente

Gerente general	
Número de personas que ocupan el cargo	1
Resumen del cargo	
Planificar, organizar, gestionar, controlar y dirigir las actividades organizacionales y financieras, así como contratar el personal necesario para la operación	
Actividades	Diseño y aplicación de la planificación de la organización.
	Determinar el sistema organizacional de la empresa
	Tomar decisiones, supervisar y dirigir la empresa
	Contratar el personal requerido para el buen funcionamiento de la empresa
	Representar la empresa ante otras entidades públicas y/o privadas
Capacidad y habilidades	Planear
	Toma de decisiones
	Habilidad de comunicación
	Empatía
	Trabajo en equipo
	Conocimientos del sector turístico
Requerimientos físicos	
Habilidad y capacidad física para transitar trayectos largos en condiciones extremas	
Condiciones ambientales	
Adaptabilidad a cambios extremos de temperatura	
Riesgo físico	
Se pueden presentar riesgos físicos en la medida en que el gerente acompañe las rutas terrestres.	
Habilidad Manual	Idioma: Ingles
	Estudios tecnológicos o profesionales en administración o turismo
	Experiencia: Mínimo 2 años en turismo o cargos administrativos

Fuente: Los autores.

Cuadro 18. Perfil del auxiliar servicios

Auxiliar servicio	
Número de personas que ocupan el cargo	2
Resumen del cargo	
Atención al cliente, ventas, administración página WEB	
Actividades	Atención al cliente
	Envío de información de publicidad a través de la página y correos electrónicos
	Digitación de facturación
	apoyo en actividades administrativas
	Demás que le asigne el gerente
Capacidad y habilidades	atención al publico
	Toma de decisiones
	Habilidades en herramientas Office
	Empatía
	Trabajo en equipo
	Conocimientos del sector turístico
Requerimientos físicos	
No requiere condiciones físicas específicas	
Condiciones ambientales	
Adaptabilidad a cambios extremos de temperatura	
Riesgo físico	
Cansancio al permanecer mucho tiempo sentado y en uso del computador	
Habilidad Manual	Idioma: Ingles
	Estudios técnicos o tecnológicos en administración o turismo
	Experiencia: Mínimo 2 años en turismo y ventas

Fuente: Los autores.

Cuadro 19. Guía turística

Guía turístico	
Número de personas que ocupan el cargo	1
Resumen del cargo	
Servicio de guianza, guía turístico	
Actividades	Atención al cliente
	Servicio de guianza en los viajes
	Apoyo operativo en los viajes
	Organización del personal turístico
	Demás que le asigne el gerente para la operación de los viajes
Capacidad y habilidades	atención al publico
	Toma de decisiones
	manejo del publico
	Empatía
	Trabajo en equipo
	Conocimientos del sector turístico
Requerimientos físicos	
Buen estado físico, saber nadar y conocimiento de primeros auxilios	
Condiciones ambientales	
Adaptabilidad a cambios extremos de temperatura	
Riesgo físico	
Cansancio por largo recorridos	
Habilidad Manual	Idioma: Ingles
	Estudios técnicos o tecnológicos en administración o turismo
	Experiencia: Mínimo 2 años en turismo

Fuente: Los autores.

Cuadro 20. Perfil del Contador

Contador	
Número de personas que ocupan el cargo	1
Resumen del cargo	
Manejo de la contabilidad y los estos financieros	
Actividades	Registros contables
	Presentación de estados financieros
	Entrega de informes contables
	Liquidación de impuestos
	Realización de la declaración de renta
Capacidad y habilidades	Conocimiento contable
	Conocimiento financiero
	Manejo de herramientas office
	Empatía
	Trabajo en equipo
	Conocimientos del sector turístico
Requerimientos físicos	
No requiere ningún requerimiento físico	
Condiciones ambientales	
N/A	
Riesgo físico	
N/a	
Habilidad Manual	Idioma: N/A
	Contador titulado
	Experiencia: Mínimo 2 años en turismo

Fuente: Los autores.

9. VIABILIDAD ECONÓMICA

En el siguiente cuadro se observa los equipos de cómputo y comunicaciones, de la misma forma se indica el nombre, la cantidad necesaria, valor unitario y el valor total.

Tabla 12. Equipos de cómputo y comunicaciones

NOMBRE	CANTIDAD	VALOR UNID	VALOR TOTAL
Computador	2	1,600,000	3,200,000
Computador	1	2,000,000	2,000,000
Teléfono	1	250000	250000
Televisor	1	2,100,000	2,100,000
Impresora	1	550000	550000
Total			8,100,000

Fuente: Los autores

En el siguiente cuadro se ve los servicios necesarios para la operación de la empresa HJM turismo.

Tabla 13. Servicios públicos

NOMBRE	CANTIDAD	VALOR UNID	VALOR TOTAL
Agua, energía	1	4,070,000	4,070,000
Internet- TV-Teléfono	1	200	200
Total			4,270,000

Fuente: Los autores.

En el siguiente cuadro se observa los útiles de papelería y fotocopias fundamentales para la utilización de equipos de cómputo.

Tabla 14. Útiles papelería y fotocopia

NOMBRE	CANTIDAD	VALOR UNID	VALOR TOTAL
Archivador AZ carta	10	4200	43428
Bisturí grande	10	3000	31020

NOMBRE	CANTIDAD	VALOR UNID	VALOR TOTAL
Carpeta colgante fabrifolder	10	2700	27918
Correctores	10	1700	17578
Ganchos clic	10	400	4136
Ganchos para carpeta	10	80	827
Ganchos para grapadora	10	2300	23782
Lapiceros	10	3950	40843
Lápices	20	3600	74448
Libros contables	5	9900	51183
Pegastick por 40 gramos	10	4100	42394
Perforadora	10	8000	82720
Post stick grandes	10	7400	76516
Post stick pequeños	10	850	8789
Recibos de caja menor	10	950	9823
Resaltadores	10	2000	20680
block de papel carta x10und	10	15000	155100
Rollo para fax	5	4500	23265
Sacaganchos	5	2700	13959
Sellos	4	10000	41360
Tijeras	5	5000	25850
Tóner impresor	5	160000	827200
Total	199		1642819

Fuente: Los autores.

En el siguiente cuadro se muestra la lista lo elementos para la utilización de la cafetería y el aseo de las oficinas.

Tabla 15. Elementos de Cafetería y aseo

NOMBRE	CANTIDAD	VALOR UNID	VALOR TOTAL
Balde para agua	8	5500	45496
Escobas	10	3700	38258
Guantes Duralon Eterna	8	1900	15716,8
Jabón líquido *800cc spray familia	4	22000	90992
Paquete de bolsas para basura X 10 unidades	15	1600	24816
Recogedor de basura	8	1400	11580,8
	53		226859,6

Fuente: Los autores.

En el siguiente cuadro se muestra en resumen de la inversión general de operador turístico HJM turismo.

Tabla 16. Resumen Inversión General

ÍTEM	Total
Equipos de cómputo y comunicaciones	7.550.000
Servicios públicos	310,000
Útiles papelería y fotocopia	117,500
Elementos de Cafetería y aseo	1,741,000
TOTAL	9,718,500

Fuente: Los autores.

10 VIABILIDAD FINANCIERA

10.1 INVERSIÓN INICIAL

Tabla 17. Inversión inicial

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
Asientos	4	100.000	400.000
Escritorio tipo Gerente	1	800.000	800.000
Archivador Metálico	1	450.000	450.000
Escritorio para Auxiliares	4	350.000	1.400.000
Silla Ejecutiva	1	220.000	220.000
Extintor	1	380.000	380.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			3.650.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Computador de Mesa HP todo en uno 21 pulgadas	2	1.600.000	3.200.000
Portátil	1	2.000.000	2.000.000
Teléfono inalámbrico	1	250.000	250.000
Televisor 60 "	1	2.100.000	2.100.000
Impresora Láser Multifuncional	1	550.000	550.000
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			8.100.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			11.750.000
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCION			
Registro mercantil cámara de comercio	1	158.000	158.000
Matrícula Persona Jurídica	1	131.000	131.000
Formulario de Registro Mercantil	1	45.000	45.000
Inscripción de Libros	1	12.000	12.000
Autenticación Notarial para Socios	2	4.300	8.600
Formulario de Registro Empresarial	1	4.500	4.500
Derecho de -inscripción	1	25.000	25.000
Certificados Existencia	1	6.200	6.200
Certificado de Uso de Suelo	1	13.000	13.000
Certificado de Control de Plagas	1	65.000	65.000
Concepto Sanitario	1	356.000	356.000
TOTAL GASTO DE CONSTITUCIÓN			824.300
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Grapadora	3	40.000	120.000
Papeleras	3	7.800	23.400
Perforadoras	5	19.500	97.500

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tijeras para modistería industrial	2	62.300	124.600
Etiquetadoras industriales	2	123.500	247.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			612.500
ACTIVOS INTANGIBLES			
Licencias Software	3	1.940.000	5.820.000
Antivirus McAfee	1	128.224	128.224
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES		2.068.224	5.948.224
PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
Tarjetas de presentación	2.500	80	200.000
Volantes	5.500	100	550.000
Pendones	4	100.000	400.000
TOTAL PREOPERATIVA			1.150.000
SEGUROS			
Póliza de Todo Riesgo	1	1.250.000	1.250.000
TOTAL DE POLIZA DE TODO RIESGO			1.250.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			9.785.024
CAPITAL DE TRABAJO			
Gastos de administración	1	4.798.484	4.798.484
Gastos de ventas	1	2.998.600	2.998.600
Nominas	1	5.908.809	5.908.809
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			13.705.893
TOTAL INVERSIÓN			35.240.917
% DE INVERSION A FINANCIAR			30,00%
INVERSION A FINANCIAR			10.572.275
MESES A DIFERIR			12
VALOR A DIFERIR POR MES			815.419

Fuente: Los autores.

10.2 DEPRECIACIÓN EN PESOS

Tabla 18. Depreciación en pesos

ÍTEM	AÑOS	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3	101.389	1.216.667	1.216.667	1.216.667		
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3	225.000	2.700.000	2.700.000	2.700.000		
TOTAL		326.389	3.916.667	3.916.667	3.916.667	0	0
MESES AÑOS	12						

Fuente: Los autores.

El Estudio financiero propone mostrar a los lectores, las proyecciones del Plan de Negocio Operador Turístico. En primer lugar, se presenta la Inversión, la cual está constituida por los activos fijos necesarios, los activos diferidos o gastos pagados por anticipado y el capital de trabajo.

En el caso que se muestra a continuación, el capital de trabajo es \$13.705.893, capital que requiere el negocio para cubrirse durante el tiempo de despegue del negocio.

La depreciación que se aplica a los muebles y enseres y a los equipos de cómputo y comunicación es a tres años. Se aplica el método de depreciación en línea recta.

10.3 ESTADO SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS

Tabla 19. Estado de la Situación Financiera Inicial sin Financiación

ÍTEM	VALOR
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
CAJA-BANCOS	13.705.893
CUENTAS POR COBRAR	0
INVENTARIOS	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	13.705.893
ACTIVOS NO CORRIENTES	
MUEBLES Y ENSERES	3.650.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	8.100.000
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11.750.000
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	9.785.024
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.785.024
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	21.535.024
TOTAL ACTIVOS	35.240.917
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas por Pagar	0
Cesantías	0
Intereses a la Cesantía por pagar	0
Impuesto de Renta por Pagar	0
IVA/INC por pagar	0

ÍTEM	VALOR
ICA por pagar	0
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones Financieras	0
Leasing Financiero	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	0
TOTAL PASIVO	0
PATRIMONIO	
Capital Social	35.240.917
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	35.240.917
PASIVO MAS PATRIMONIO	35.240.917

Fuente: Los autores.

10.4 ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS

Tabla 20. Estado de la Situación Financiera inicial con Financiación

ÍTEM	VALOR
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
CAJA-BANCOS	13.705.893
Cuentas por Cobrar	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	13.705.893
ACTIVOS NO CORRIENTES	
MUEBLES Y ENSERES	3.650.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	8.100.000
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11.750.000
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	9.785.024
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.785.024
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	21.535.024
TOTAL ACTIVOS	35.240.917
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas por Pagar	0
Cesantías	0
Intereses a la Cesantía por pagar	0
Impuesto de Renta por Pagar	0
IVA/INC por pagar	0
ICA por pagar	0
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0
PASIVOS NO CORRIENTES	

ÍTEM	VALOR
Obligaciones Financieras	10.572.275
Leasing Financiero	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	10.572.275
TOTAL PASIVO	10.572.275
PATRIMONIO	
Capital Social	24.668.642
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	24.668.642
PASIVO MAS PATRIMONIO	35.240.917

Fuente: Los autores.

En los dos cuadros anteriores lo que se hace es traer el valor de la inversión y presentarlo en el formato contable Estado de la Situación Financiera Inicial. Se debe tener en consideración que el valor total de la inversión debe coincidir con el valor total de los Activos y por ende con el valor total del Pasivo + el Patrimonio.

En el Estado de la Situación Financiera inicial sin financiación la empresa Operador Turístico va a asumir el valor total de la inversión necesaria para desarrollar e implementar el Plan de Negocio.

En el Estado de la Situación Financiera inicial con financiación se obtiene un 30% de financiación del total de la inversión, la que aparece en las obligaciones financieras en el Pasivo no corriente, y por lo tanto el valor que aportan ahora los socios se disminuye en ese valor.

10.5 AMORTIZACIÓN EN PESOS

Tabla 21. Amortización en Pesos

ÍTEM	CANTIDAD
Valor Préstamo	10.572.275
TEA (%)	26,78%
TASA NOMINAL MENSUAL	23,96%
TASA MENSUAL	2,00%
Numero de Cuotas	36
Meses de Año	12

N° Cuota	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo
0				10.572.275
1	414.583	211.132	203.451	10.368.824
2	414.583	207.069	207.514	10.161.310
3	414.583	202.925	211.658	9.949.652
4	414.583	198.698	215.885	9.733.767
5	414.583	194.387	220.196	9.513.571
6	414.583	189.990	224.594	9.288.978
7	414.583	185.504	229.079	9.059.899
8	414.583	180.930	233.654	8.826.245
9	414.583	176.264	238.320	8.587.926
10	414.583	171.504	243.079	8.344.847
11	414.583	166.650	247.933	8.096.913
12	414.583	161.698	252.885	7.844.028
13	414.583	156.648	257.935	7.586.093
14	414.583	151.497	263.086	7.323.007
15	414.583	146.243	268.340	7.054.667
16	414.583	140.884	273.699	6.780.968
17	414.583	135.419	279.165	6.501.804
18	414.583	129.844	284.740	6.217.064
19	414.583	124.157	290.426	5.926.638
20	414.583	118.357	296.226	5.630.412
21	414.583	112.441	302.142	5.328.270
22	414.583	106.408	308.176	5.020.094
23	414.583	100.253	314.330	4.705.764
24	414.583	93.976	320.607	4.385.157
25	414.583	87.573	327.010	4.058.147
26	414.583	81.043	333.541	3.724.606
27	414.583	74.382	340.201	3.384.405
28	414.583	67.588	346.995	3.037.410
29	414.583	60.658	353.925	2.683.485
30	414.583	53.590	360.993	2.322.492
31	414.583	46.381	368.202	1.954.289
32	414.583	39.028	375.555	1.578.734
33	414.583	31.528	383.055	1.195.679
34	414.583	23.878	390.705	804.974
35	414.583	16.076	398.508	406.466

N° Cuota	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo
36	414.583	8.117	406.466	0
		4.352.722	10.572.275	

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
INTERÉS	2.246.752	1.516.128	589.842	4.352.722
AMORTIZACIÓN	2.728.247	3.458.871	4.385.157	10.572.275
	4.974.999	4.974.999	4.974.999	

Fuente: Los autores.

El cuadro anterior muestra la forma en que se va a amortizar el 30% del total de la Inversión que corresponde a \$10.572.275 pesos. Se van a cancelar cuotas uniformes de \$414.583 pesos durante 36 meses a una tasa mensual del 2,00%.

Se paga por concepto de interés durante el plazo estipulado un total de \$4.352.722 pesos.

La tasa la ofrece el Banco de Colombia para un préstamo de libre inversión.

10.6 LEASING FINANCIERO EN PESOS

Tabla 22. Leasing Financiero en Pesos

VALOR ACTIVO	7.850.000			
% OPCION DE COMPRA	10,00%			
VALOR OPCION DE COMPRA	785.000			
DTF(%)	5,10%			
SPREAD (%)	9,69%			
TEA (%)	15,28%			
TASA NOMINAL MENSUAL	14,30%			
TASA MENSUAL	1,19%			
Numero de Cuotas	36			
Meses de Año	12			
VP DE LA OPCION DE COMPRA	512.398			
VALOR PARA CALCULO CUOTA	7.337.602			
N° Cuota	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo
0				7.850.000
1	251.866	93.572	158.295	7.691.705

2	251.866	91.685	160.182	7.531.524
3	251.866	89.775	162.091	7.369.433
4	251.866	87.843	164.023	7.205.410
5	251.866	85.888	165.978	7.039.431
6	251.866	83.910	167.957	6.871.475
7	251.866	81.908	169.959	6.701.516
8	251.866	79.882	171.985	6.529.531
9	251.866	77.832	174.035	6.355.497
10	251.866	75.757	176.109	6.179.388
11	251.866	73.658	178.208	6.001.179
12	251.866	71.534	180.333	5.820.847
13	251.866	69.384	182.482	5.638.365
14	251.866	67.209	184.657	5.453.707
15	251.866	65.008	186.858	5.266.849
16	251.866	62.781	189.086	5.077.763
17	251.866	60.527	191.340	4.886.423
18	251.866	58.246	193.620	4.692.803
19	251.866	55.938	195.928	4.496.874
20	251.866	53.603	198.264	4.298.611
21	251.866	51.239	200.627	4.097.983
22	251.866	48.848	203.019	3.894.965
23	251.866	46.428	205.439	3.689.526
24	251.866	43.979	207.887	3.481.639
25	251.866	41.501	210.365	3.271.273
26	251.866	38.993	212.873	3.058.400
27	251.866	36.456	215.410	2.842.990
28	251.866	33.888	217.978	2.625.012
29	251.866	31.290	220.576	2.404.436
30	251.866	28.661	223.206	2.181.230
31	251.866	26.000	225.866	1.955.364
32	251.866	23.308	228.559	1.726.805
33	251.866	20.583	231.283	1.495.522
34	251.866	17.827	234.040	1.261.482
35	251.866	15.037	236.830	1.024.653
36	251.866	12.214	239.653	785.000
		2.002.192	7.065.000	
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
INTERÉS	993.244	683.189	325.758	2.002.192
AMORTIZACIÓN	2.029.153	2.339.208	2.696.639	7.065.000
	3.022.397	3.022.397	3.022.397	

Fuente: Los autores.

Aquí se presenta la posible utilización del Leasing Financiero para arrendar parte de los activos a adquirir.

En caso de que se necesite utilizar el Leasing se usaría para arrendar financieramente los equipos de cómputo y comunicaciones por un valor de \$7.850.000.

El Leasing es una herramienta utilizada con el fin de arrendar activos y no comprarlos directamente, con la opción de adquirirlos o no al final del contrato, una de las ventajas de su uso, es que los intereses se descuentan del impuesto de renta a pagar.

10.7 PARÁMETROS GENERALES

10.7.1 Parámetros económicos. presentan los parámetros económicos básicos a considerar para desarrollar las proyecciones financieras del Plan de Negocio.

Tabla 23. Parámetros Económicos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IPC%	3,40%	3,60%	3,65%	3,35%	3,00%
TRM (\$/US\$)	2.960,00	2.990,00	3.063,00	3.118,00	3.163,00
VARIACION %TRM	(0,80%)	1,01%	2,44%	1,80%	1,44%
INCREMENTO % PRECIOS	3,40%	3,60%	3,65%	3,35%	3,00%
INCREMENTO % COSTOS	3,40%	3,60%	3,65%	3,35%	3,00%
INCREMENTO % UNIDADES	4,50%	4,50%	4,50%	4,50%	4,50%
IMPUESTO RENTA %	34,00%	34,00%	34,00%	34,00%	34,00%
IVA %	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
OTROS	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ICA (TARIFA POR MIL)	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033
Reserva Legal	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
TRM AÑO 2017(\$/us\$)	2.984,00				

Fuente: Los Autores.

En primera instancia se exhiben el IPC o índice de precios al consumidor tomado de Proyecciones Macroeconómicas Bancolombia 2018 a 2022, al igual que la Tasa Representativa del Mercado o Tasa de Cambio pesos por dólar.

El incremento en precios y costos se asocia al IPC por ser un negocio cuyo desarrollo es de carácter nacional. El incremento en unidades es el resultado de calcular la tendencia del promedio ponderado del PIB a precios constantes del 2005, desde el 2005 al 2017 asociado al Sector de la industria Manufacturera Textil y de Confecciones.

El Impuesto de Renta que está vigente en Colombia es del 34%, el IVA del 19%, el impuesto de industria y comercio es del 3,3 por mil aplicado a los ingresos netos de cada período.

La Reserva legal es la que normalmente aplica el sistema contable a las utilidades del ejercicio

10.7.2 Parámetros Laborales. La tabla siguiente expone los diversos indicadores de carácter laboral que se aplican en Colombia para cálculo de prestaciones.

Tabla 24. Parámetros Laborales

ITEM	VALOR
SMMLV (\$)	781.242
AUXILIO TRANSPORTE (\$)	91.210
CESANTIAS %	8,33%
INTERESES A LAS CESANTIAS (%)	1,00%
PRIMAS	8,33%
VACACIONES	4,17%
SALUD	0,00%
PENSIÓN	12,00%
ARL	0,5226%
CAJA DE COMPENSACIÓN	4,00%
ICBF	0,00%
SENA	0,00%

Fuente: Los autores.

Se despliegan los siguientes indicadores: El SMMLV de 2018, el auxilio de transporte ajustado a pesos del 2019. A continuación, los indicadores concernientes a Cesantías, intereses a las Cesantías, primas, vacaciones, salud, en el caso de la salud cuando una empresa cuenta con más de dos empleados no paga aportes,

pensiones, ARL y Caja de compensación, tampoco paga ICBF y SENA por contar con más de dos empleados.

10.7.3 Cargos y Salarios

Tabla 25. Cargos y salarios

CARGOS Y SALARIOS		CARGOS Y SALARIOS	
ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		SERVICIOS	
Gerente	2.500.000	Guía Turístico	620.400
Auxiliar de Servicio I	807.804	Contador	350.000
Auxiliar de Servicio II	807.804		
Personas con auxilio	2	POR CONTRATACIÓN DE SERVICIOS	

Fuente: Los autores.

La Primera tabla muestra los cargos del área Administrativa, un Gerente, dos Auxiliares de Servicio. La segunda los cargos del área de Servicios, Guía Turístico y Contador los cuales se contratan por honorarios.

10.7.4 Recaudos y Pagos.

Tabla 26. Recaudos y Pagos

RECAUDOS	
Contado (%)	100,00%
Crédito (%)	0,00%
Plazo (Días)	0

Fuente: Los autores.

PAGOS	
Contado (%)	100,00%
Crédito (%)	0,00%
Plazo (Días)	0

En los dos cuadros anteriores se expresa la forma en que se va a comprar insumos y se va a cobrar el servicio, las ventas y las compras se hacen 100% de Contado.

Registro Mercantil Cámara de Comercio

Tabla 27. . Registro Mercantil Cámara de Comercio

ÍTEM	VALOR
Límite Inferior	10.937.388
Limite Superior	12.499.872
Promedio	11.718.630
% A Aplicar	1,35%
Valor a Pagar	158.000

Fuente: Los autores.

Esta tabla muestra el valor que se debe cancelar por concepto de Registro en Cámara de Comercio y está relacionado con el monto de los Activos Fijos con que inicia el negocio.

10.7.5 Márgenes Brutos. Se detalla a continuación los productos a ofrecer.

Tabla 28. Márgenes Brutos

ÍTEM	COSTO UNITARIO	MARGEN	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO DE VENTA
Parque de la uva La Unión Valle	84.261,92	26%	80	105.955
Ruta religiosa	54.261,92	24%	140	67.395
Visita ingenios azucareros	54.261,92	15%	140	62.395
Sur de Colombia - Tulcán Ecuador	298.261,92	13%	70	335.683
Costa Atlántica	560.261,92	20%	70	673.107
			500	
DISMINUCIÓN MÁRGEN	4,80%			

Fuente: Los autores.

Se enseña en esta tabla los servicios a ofrecer con sus correspondientes costos, márgenes brutos y precios de venta.

10.7.6 Parámetros de gastos. Se despliegan los gastos necesarios para el inicio del Plan de Negocio, gastos de administración que incluyen útiles de oficina y papelería, implementos de Aseo y Cafetería y el Plan de Medios.

Tabla 29. Parámetros de Gastos

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL AJUSTADO
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Arriendo	1	1.200.000	1.240.800
Contador	1	350.000	361.900
Acueducto y alcantarillado	1	1.500.000	1.551.000
Electricidad	1	2.570.000	2.657.380
Gas	1	250.000	258.500
Telefonía TV Internet	1	200.000	206.800
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			6.276.380
ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA			
Archivador AZ carta	10	4.200	43.428
Bisturí grande	10	3.000	31.020
Carpeta colgante fabrifolder	10	2.700	27.918
Correctores	10	1.700	17.578
Ganchos clic	10	400	4.136
Ganchos para carpeta	10	80	827
Ganchos para grapadora	10	2.300	23.782
Lapiceros	10	3.950	40.843
Lápices	20	3.600	74.448
Libros contables	5	9.900	51.183
Pegastick por 40 gramos	10	4.100	42.394
Perforadora	10	8.000	82.720
Post stick grandes	10	7.400	76.516
Post stick pequeños	10	850	8.789

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL AJUSTADO
Recibos de caja menor	10	950	9.823
Resaltadores	10	2.000	20.680
block de papel carta x10und	10	15.000	155.100
Rollo para fax	5	4.500	23.265
Sacaganchos	5	2.700	13.959
Sellos	4	10.000	41.360
Tijeras	5	5.000	25.850
Tóner impresora	5	160.000	827.200
TOTAL ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA			1.642.819
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA			
Balde para agua	8	5.500	45.496
Escobas	10	3.700	38.258
Guantes Duralon Eterna	8	1.900	15.717
Jabón líquido *800cc spray familia	4	22.000	90.992
Paquete de bolsas para basura X 10 unidades	15	1.600	24.816
Recogedor de basura	8	1.400	11.581
TOTAL IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA			226.860
PLAN DE MEDIOS CONFECCIONES MEDITEX S.A.S.			
Tarjetas de presentación	2.500	80	206.800
Volantes	5.500	100	568.700
Pendones	4	100.000	413.600
Diseño Pagina Web	1	1.500.000	1.551.000
Mantenimiento Pagina Web	1	250.000	258.500
TOTAL			2.998.600

Fuente: Los autores.

10.8 PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB).

La tendencia del PIB a precios constantes del 2005, desde 2005 a 2017, para Servicios Turísticos y Culturales.

Tabla 30. Producto Interno Bruto

PIB A PRECIOS CONSTANTES DEL 2005 EN MMM\$														
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
PIB (MMM\$)	8.840	9.405	10.010	10.457	10.711	10.993	11.774	12.139	13.051	13.368	13.991	14.831	15.457	155.027
VARIACIÓN PIB %		6,39%	6,43%	4,47%	2,43%	2,63%	7,10%	3,10%	7,51%	2,43%	4,66%	6,00%	4,22%	
PRODUCTO		601	644	467	260	289	836	376	981	325	652	890	652	6.974
PIB PROMEDIO %														4,50%

Fuente: Los autores.

10.9 COSTOS

Se presenta a continuación costos de Servicios a prestar.

Tabla 31. Costos en Pesos

Parque de la uva La Unión Valle				
	Medida	Cantidad	Costo	Costo unitario
Transporte	DÍA	1	35.000	35.000
Refrigerio mañana	UNIDAD	1	5.000	5.000
Refrigerio Tarde	UNIDAD	1	5.000	5.000
Entrada al Parque	UNIDAD	1	30000	30.000
Almuerzo	Unidad	1	8.000	8.000
COSTO SERVICIO				83.000
CIF				1.262
COSTO TOTAL UNITARIO				84.261,92
Ruta religiosa				

	Medida	Cantidad		Costo unitario
Transporte	DÍA	1	35.000	35.000
Refrigerio mañana	UNIDAD	1	5.000	5.000
Refrigerio Tarde	UNIDAD	1	5.000	5.000
Almuerzo	UNIDAD	1	8.000	8.000
COSTO SERVICIO				53.000
CIF				1.262
COSTO TOTAL UNITARIO				54.261,92
Visita ingenios azucareros				
	Medida	Cantidad		Costo unitario
Transporte	DÍA	1	35.000	35.000
Refrigerio mañana	UNIDAD	1	5.000	5.000
Refrigerio Tarde	UNIDAD	1	5.000	5.000
Almuerzo	UNIDAD	1	8.000	8.000
COSTO SERVICIO				53.000
CIF				1.262
COSTO TOTAL UNITARIO				54.261,92
Sur de Colombia - Tulcán Ecuador				
	Medida	Cantidad		Costo unitario
Transporte	DÍA	3	35.000	105.000
HOTEL	UNIDAD	2	60.000	120.000
Desayuno	DÍA	2	6.000	12.000
Cena	día	2	30.000	60.000
COSTO SERVICIO				297.000
CIF				1.262
COSTO TOTAL UNITARIO				298.262
Costa Atlántica				
	Medida	Cantidad		Costo unitario
Transporte	DÍA	5	35.000	175.000
HOTEL	NOCHE	4	60.000	240.000
Desayuno	DÍA	4	6.000	24.000
cena	día	4	30.000	120.000
COSTO SERVICIO				559.000
CIF				1.262
COSTO TOTAL UNITARIO				560.262

Fuente: Los autores.

En el costo se incluyen los costos de insumos, y los costos indirectos de servicio.

10.10 GASTOS EN PESOS

Tabla 32. Gastos en Pesos

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN																	
Arriendo	248.160	248.160	248.160	248.160	248.160	248.160	248.160	248.160	248.160	248.160	248.160	248.160	2.977.920	3.085.125	3.197.732	3.304.856	3.404.002
Acueducto y alcantarillado	1.551.000	1.551.000	1.551.000	1.551.000	1.551.000	1.551.000	1.551.000	1.551.000	1.551.000	1.551.000	1.551.000	1.551.000	18.612.000	19.282.032	19.985.826	20.655.351	21.275.012
Electricidad	664.345	664.345	664.345	664.345	664.345	664.345	664.345	664.345	664.345	664.345	664.345	664.345	7.972.140	8.259.137	8.560.596	8.847.375	9.112.797
Gas	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	3.102.000	3.213.672	3.330.971	3.442.559	3.545.835
Telefonía TV Internet	206.800												206.800	214.245	222.065	229.504	236.389
ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERIA	1.642.819	0	0	1.642.819	0	0	1.642.819	0	0	1.642.819			6.571.277	6.807.843	7.056.329	7.292.716	7.511.498
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA	226.860	0	0	226.860	0	0	226.860	0	0	226.860			907.438	940.106	974.420	1.007.063	1.037.275
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	4.798.484	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	40.349.575	41.802.160	43.327.939	44.779.425	46.122.807
GASTOS DE VENTAS -OPERADOR TURÍSTICO																	
Tarjetas de presentación	206.800	206.800	206.800	206.800	206.800	206.800	206.800	206.800	206.800	206.800	206.800	206.800	2.481.600	2.570.938	2.663.491	2.759.377	2.858.715
Volantes	568.700	568.700	568.700	568.700	568.700	568.700	568.700	568.700	568.700	568.700	568.700	568.700	6.824.400	7.070.078	7.324.601	7.588.287	7.861.465
Pendones	413.600	0	0	0	0	0	400.000	0	0	0	0	0	813.600	842.890	873.234	904.670	937.238
Diseño Pagina Web	1.551.000												1.551.000				
Mantenimiento Pagina Web	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	3.102.000	3.213.672	3.329.364	3.449.221	3.573.393
TOTAL GATOS VENTAS	2.998.600	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.434.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	14.772.600	13.697.578	14.190.690	14.701.555	15.230.811
GASTOS DE DEPRECIACIÓN - OPERADOR TURÍSTICO																	
MUEBLES Y ENSERES	101.389	101.389	101.389	101.389	101.389	101.389	101.389	101.389	101.389	101.389	101.389	101.389	1.216.667	1.216.667	1.216.667		
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	225.000	2.700.000	2.700.000	2.700.000		
TOTAL DEPRECIACIONES	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	3.916.667	3.916.667	3.916.667	0	0
AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS - OPERADOR TURÍSTICO																	

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DIFERUDOS	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	9.785.024	1.295.000	1.342.268	1.387.233	1.428.850
TOTAL DIFERIDOS	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	9.785.024	1.295.000	1.342.268	1.387.233	1.428.850
GASTOS AL ESTADO DE RESULTADOS	8.938.891	4.897.813	4.897.813	6.767.491	4.897.813	4.897.813	7.167.491	4.897.813	4.897.813	6.767.491	4.897.813	4.897.813	68.823.866	60.711.404	62.777.563	60.868.213	62.782.469
GASTO AL FLUJO DE CAJA	7.797.084	3.756.005	3.756.005	5.625.684	3.756.005	3.756.005	6.025.684	3.756.005	3.756.005	5.625.684	3.756.005	3.756.005	55.122.175	55.499.738	57.518.629	59.480.980	61.353.619
COSTOS INDIRECTOS DE SERVICIO (CIF)-OPERADOR TURÍSTICO																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
ARRENDAMIENTO	992.640	992.640	992.640	992.640	992.640	992.640	992.640	992.640	992.640	992.640	992.640	992.640	11.911.680	12.340.500	12.790.929	13.219.425	13.616.008
SERVICIOS PÚBLICOS	1.993.035	1.993.035	1.993.035	1.993.035	1.993.035	1.993.035	1.993.035	1.993.035	1.993.035	1.993.035	1.993.035	1.993.035	23.916.420	24.777.411	25.681.787	26.542.126	27.338.390
Guía Turístico	620.400	620.400	620.400	620.400	620.400	620.400	620.400	620.400	620.400	620.400	620.400	620.400	7.444.800	7.712.813	7.994.330	8.262.141	8.510.005
transporte	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	4.200.000	4.351.200	4.510.019	4.661.104	4.800.938
TOTAL COSTOS CIF	3.956.075	3.956.075	3.956.075	3.956.075	3.956.075	3.956.075	3.956.075	3.956.075	3.956.075	3.956.075	3.956.075	3.956.075	47.472.900	49.181.924	50.977.065	52.684.796	54.265.340

Fuente: Los Autores.

10.11 NÓMINA ADMINISTRACIÓN Y SERVICIO

Tabla 33. Nomina Administración y Servicio

CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	2.500.00	2.500.00	2.500.00	2.500.00	2.500.00	2.500.00	2.500.00	2.500.00	2.500.00	2.500.00	2.500.00	2.500.00	30.000.00	31.080.00	32.214.40	33.293.60	34.292.40
Auxiliar de Servicio I	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	9.693.651	10.042.622	10.409.178	10.757.885	11.080.622
Auxiliar de Servicio II	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	9.693.651	10.042.622	10.409.178	10.757.885	11.080.622
TOTAL	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	49.387.301	51.165.244	53.032.776	54.809.374	56.453.655
DATOS AL ESTADO DE RESULTADO																	
PERSONAS CON AUXILIO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					
SALARIOS	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	49.387.301	51.165.244	53.032.776	54.809.374	56.453.655
AUXILIO TRANSPORTE (\$)	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	2.189.044	2.267.850	2.350.626	2.429.372	2.502.253
CESANTIAS %	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	4.298.029	4.452.758	4.615.284	4.769.895	4.912.992
INTERESES A LAS CESANTIAS (%)	42.980	42.980	42.980	42.980	42.980	42.980	42.980	42.980	42.980	42.980	42.980	42.980	515.763	534.331	553.834	572.387	589.559
PRIMAS	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	358.169	4.298.029	4.452.758	4.615.284	4.769.895	4.912.992
VACACIONES	171.456	171.456	171.456	171.456	171.456	171.456	171.456	171.456	171.456	171.456	171.456	171.456	2.057.475	2.131.544	2.209.345	2.283.359	2.351.859
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSIÓN	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	5.926.476	6.139.829	6.363.933	6.577.125	6.774.439
ARL	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	258.098	267.390	277.149	286.434	295.027
CAJA DE COMPENSACIÓN	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	1.975.492	2.046.610	2.121.311	2.192.375	2.258.146
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	70.905.708	73.458.313	76.139.542	78.690.217	81.050.923
DATOS AL FLUJO DE CAJA																	
SALARIOS	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	4.115.608	49.387.301	51.165.244	53.032.776	54.809.374	56.453.655
AUXILIO TRANSPORTE (\$)	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	2.189.044	2.267.850	2.350.626	2.429.372	2.502.253
CESANTIAS %													0	4.298.029	4.452.758	4.615.284	4.769.895
INTERESES A LAS CESANTIAS (%)													0	515.763	534.331	553.834	572.387

CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
PRIMAS						2.149.014							2.149.014	4.298.029	4.452.758	4.615.284	4.769.895	4.912.992
VACACIONES													2.057.475	2.057.475	2.131.544	2.209.345	2.283.359	2.351.859
SALUD													0	0	0	0	0	0
PENSIÓN	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	493.873	5.926.476	6.139.829	6.363.933	6.577.125	6.774.439	
ARL	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	21.508	258.098	267.390	277.149	286.434	295.027	
CAJA DE COMPENSACIÓN	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	164.624	1.975.492	2.046.610	2.121.311	2.192.375	2.258.146	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	4.978.034	4.978.034	4.978.034	4.978.034	4.978.034	7.127.049	4.978.034	4.978.034	4.978.034	4.978.034	4.978.034	9.184.524	66.091.916	73.285.017	75.957.513	78.517.051	80.890.655	

Fuente: Los autores.

En el caso de la nómina presentada, administrativa y servicios, corresponde a los empleados que se contratan con motivo del inicio del Negocio.

En ella se trabaja con salarios proyectados a pesos del 2019, con el cálculo de sus correspondientes prestaciones sociales.

Se presentan tres tablas, la primera corresponde a los cargos y sus salarios básicos, la segunda incluye los cálculos de prestaciones sociales y las provisiones que se hacen en cada período, o sea los datos que se llevan a los estados de resultados y la tercera son los cálculos de los pagos en el momento en que efectivamente se realizan, o sea los que van al Flujo de Caja.

10.12 DEMANDA

En la siguiente tabla se muestran las proyecciones de las cantidades de servicios que se planea prestar de los diversos servicios turísticos.

Tabla 34. Demanda

CALCULO DE LA DEMANDA - OPERADOR TURÍSTICO		
Personas		2.445.405
% interesados		80,00%
Demanda (# consumidores dispuestos a consumir el producto)		1.956.324
FRECUENCIA DE COMPRA X AÑO		1
CANTIDAD COMPRADA x año		0,08
Demanda Potencial (unidades) año		163.027
% Participación		3,680%
Demanda Real (unidades) año		6.000
Demanda Real MENSUAL		500
FORMULA MUESTRAL:		
• Grado de error (e) = 5%		0.05
• Universo (N) =		125
• Probabilidad de ocurrencia (P) = 50%		0.5
• Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 50%		0.5
Muestra		94
Parque de la uva La Unión Valle	16,00%	960,00
Ruta religiosa	28,00%	1.680,00
Visita ingenios azucareros	28,00%	1.680,00
Sur de Colombia - Tulcán Ecuador	14,00%	840,00
Costa Atlántica	14,00%	840,00
LINEA DE PRODUCTOS		12 mes
Demanda Real (unidades) año	100%	6.000
TOTAL PRODUCCION CAPACIDAD INSTALADA 100%	100%	6.000
USO DE CAPACIDAD INSTALADA		
Demanda Real (unidades) año	70,00%	4.200
Demanda Real (unidades) mensual		350
TOTAL		4.200
Parque de la uva La Unión Valle	16,00%	56
Ruta religiosa	28,00%	98
Visita ingenios azucareros	28,00%	98
Sur de Colombia - Tulcán Ecuador	14,00%	49
Costa Atlántica	14,00%	49

Fuente: Los Autores.

10.13 VENTAS Y COSTOS EN PESOS

Tabla 35. Proyección de Ventas y Costos

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRESUPUESTO SERVICIOS A PRESTAR																	
Parque de la uva La Unión Valle	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	56	672	702	734	767	801
Ruta religiosa	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	1.176	1.229	1.284	1.342	1.402
Visita ingenios azucareros	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	1.176	1.229	1.284	1.342	1.402
Sur de Colombia - Tulcán Ecuador	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	588	614	642	671	701
Costa Atlántica	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	49	588	614	642	671	701
TOTAL	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200	4.389	4.586	4.793	5.008
COSTOS UNITARIOS (MP-MO-CIF)																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Parque de la uva La Unión Valle	84.262	84.262	84.262	84.262	84.262	84.262	84.262	84.262	84.262	84.262	84.262	84.262	84.262	87.295	90.482	93.513	96.318
Ruta religiosa	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	56.215	58.267	60.219	62.026
Visita ingenios azucareros	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	54.262	56.215	58.267	60.219	62.026
Sur de Colombia - Tulcán Ecuador	298.262	298.262	298.262	298.262	298.262	298.262	298.262	298.262	298.262	298.262	298.262	298.262	298.262	308.999	320.278	331.007	340.937
Costa Atlántica	560.262	560.262	560.262	560.262	560.262	560.262	560.262	560.262	560.262	560.262	560.262	560.262	560.262	580.431	601.617	621.771	640.424
COSTOS TOTALES																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Parque de la uva La Unión Valle	4.718.668	4.718.668	4.718.668	4.718.668	4.718.668	4.718.668	4.718.668	4.718.668	4.718.668	4.718.668	4.718.668	4.718.668	56.624.012	61.301.636	66.397.702	71.709.254	77.183.436
Ruta religiosa	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	63.812.021	69.083.436	74.826.411	80.812.226	86.981.315
Visita ingenios azucareros	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	5.317.668	63.812.021	69.083.436	74.826.411	80.812.226	86.981.315
Sur de Colombia - Tulcán Ecuador	14.614.834	14.614.834	14.614.834	14.614.834	14.614.834	14.614.834	14.614.834	14.614.834	14.614.834	14.614.834	14.614.834	14.614.834	175.378.011	189.865.724	205.649.450	222.100.588	239.055.428
Costa Atlántica	27.452.834	27.452.834	27.452.834	27.452.834	27.452.834	27.452.834	27.452.834	27.452.834	27.452.834	27.452.834	27.452.834	27.452.834	329.434.010	356.648.059	386.296.565	417.198.754	449.047.108
TOTAL	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	689.060.075	745.982.292	807.996.538	872.633.049	939.248.602
PRECIO DE VENTA																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Parque de la uva La Unión Valle	105.955	105.955	105.955	105.955	105.955	105.955	105.955	105.955	105.955	105.955	105.955	105.955	105.955	109.770	113.776	117.588	121.116

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ruta religiosa	67.395	67.395	67.395	67.395	67.395	67.395	67.395	67.395	67.395	67.395	67.395	67.395	67.395	69.822	72.370	74.795	77.038
Visita ingenios azucareros	62.395	62.395	62.395	62.395	62.395	62.395	62.395	62.395	62.395	62.395	62.395	62.395	62.395	64.642	67.001	69.246	71.323
Sur de Colombia - Tulcán Ecuador	335.683	335.683	335.683	335.683	335.683	335.683	335.683	335.683	335.683	335.683	335.683	335.683	335.683	347.768	360.462	372.537	383.713
Costa Atlántica	673.107	673.107	673.107	673.107	673.107	673.107	673.107	673.107	673.107	673.107	673.107	673.107	673.107	697.339	722.792	747.006	769.416
VENTAS TOTALES																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Parque de la uva La Unión Valle	5.933.504	5.933.504	5.933.504	5.933.504	5.933.504	5.933.504	5.933.504	5.933.504	5.933.504	5.933.504	5.933.504	5.933.504	71.202.050	77.083.944	83.492.009	90.171.037	97.054.565
Ruta religiosa	6.604.752	6.604.752	6.604.752	6.604.752	6.604.752	6.604.752	6.604.752	6.604.752	6.604.752	6.604.752	6.604.752	6.604.752	79.257.027	85.804.331	92.937.330	100.371.947	108.034.197
Visita ingenios azucareros	6.114.752	6.114.752	6.114.752	6.114.752	6.114.752	6.114.752	6.114.752	6.114.752	6.114.752	6.114.752	6.114.752	6.114.752	73.377.027	79.438.593	86.042.401	92.925.451	100.019.247
Sur de Colombia - Tulcán Ecuador	16.448.488	16.448.488	16.448.488	16.448.488	16.448.488	16.448.488	16.448.488	16.448.488	16.448.488	16.448.488	16.448.488	16.448.488	197.381.857	213.687.276	231.451.311	249.966.495	269.048.578
Costa Atlántica	32.982.264	32.982.264	32.982.264	32.982.264	32.982.264	32.982.264	32.982.264	32.982.264	32.982.264	32.982.264	32.982.264	32.982.264	395.787.169	428.482.552	464.102.731	501.229.105	539.492.214
TOTAL	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	817.005.130	884.496.695	958.025.782	1.034.664.035	1.113.648.801
COSTO UNITARIO SIN MO Y SIN CIF																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Parque de la uva La Unión Valle	83.000	83.000	83.000	83.000	83.000	83.000	83.000	83.000	83.000	83.000	83.000	83.000	83.000	85.988	89.127	92.112	94.876
Ruta religiosa	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	54.908	56.912	58.819	60.583
Visita ingenios azucareros	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	53.000	54.908	56.912	58.819	60.583
Sur de Colombia - Tulcán Ecuador	297.000	297.000	297.000	297.000	297.000	297.000	297.000	297.000	297.000	297.000	297.000	297.000	297.000	307.692	318.923	329.607	339.495
Costa Atlántica	559.000	559.000	559.000	559.000	559.000	559.000	559.000	559.000	559.000	559.000	559.000	559.000	559.000	579.124	600.262	620.371	638.982
COSTO TOTAL SIN MO Y SIN CIF																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Parque de la uva La Unión Valle	4.648.000	4.648.000	4.648.000	4.648.000	4.648.000	4.648.000	4.648.000	4.648.000	4.648.000	4.648.000	4.648.000	4.648.000	55.776.000	60.383.571	65.403.318	70.635.323	76.027.522
Ruta religiosa	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	62.328.000	67.476.822	73.086.237	78.932.846	84.958.466
Visita ingenios azucareros	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	5.194.000	62.328.000	67.476.822	73.086.237	78.932.846	84.958.466
Sur de Colombia - Tulcán Ecuador	14.553.000	14.553.000	14.553.000	14.553.000	14.553.000	14.553.000	14.553.000	14.553.000	14.553.000	14.553.000	14.553.000	14.553.000	174.636.000	189.062.417	204.779.363	221.160.898	238.044.003
Costa Atlántica	27.391.000	27.391.000	27.391.000	27.391.000	27.391.000	27.391.000	27.391.000	27.391.000	27.391.000	27.391.000	27.391.000	27.391.000	328.692.000	355.844.752	385.426.479	416.259.064	448.035.683
TOTAL	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	683.760.000	740.244.385	801.781.634	865.920.977	932.024.140
PRECIO PROMEDIO	194.525	194.525	194.525	194.525	194.525	194.525	194.525	194.525	194.525	194.525	194.525	194.525	194.525	201.528	208.884	215.881	222.358
COSTO PROMEDIO	164.062	164.062	164.062	164.062	164.062	164.062	164.062	164.062	164.062	164.062	164.062	164.062	164.062	169.968	176.172	182.074	187.536

Fuente: Los autores

IVA en Pesos

Cuadro 2. IVA en Pesos

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IVA COBRADO	12.935.91 5	12.935.91 5	12.935.91 5	12.935.91 5	12.935.91 5	12.935.91 5	12.935.91 5	12.935.91 5	12.935.91 5	12.935.91 5	12.935.91 5	12.935.91 5	155.230.97 5	168.054.37 2	182.024.89 9	196.586.16 7	211.593.27 2
IVA PAGADO	10.826.20 0	10.826.20 0	10.826.20 0	10.826.20 0	10.826.20 0	10.826.20 0	10.826.20 0	10.826.20 0	10.826.20 0	10.826.20 0	10.826.20 0	10.826.20 0	129.914.40 0	140.646.43 3	152.338.51 1	164.524.98 6	177.084.58 7
IVA CAUSADO	2.109.715	2.109.715	2.109.715	2.109.715	2.109.715	2.109.715	2.109.715	2.109.715	2.109.715	2.109.715	2.109.715	2.109.715	25.316.575	27.407.939	29.686.388	32.061.181	34.508.685
IVA AL FLUJO	0	0	4.219.429	0	4.219.429	0	4.219.429	0	4.219.429	0	4.219.429	0	21.097.146	22.839.949	24.738.657	26.717.651	28.757.238
IVA AL AÑO SIGUIENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4.219.429	4.567.990	4.947.731	5.343.530
IVA TOTAL AL FLUJO	0	0	4.219.429	0	4.219.429	0	4.219.429	0	4.219.429	0	4.219.429	0	21.097.146	27.059.378	29.306.646	31.665.382	34.100.768
MESES AÑO	1	2															
IVA PAGADO AÑO	1	0															
INC POR PAGAR	2																

Fuente: Los autores.

Recaudos en Pesos.

Tabla 36. Recaudos en Pesos

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONTADO	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	817.005.1 30	884.496.6 95	958.025.7 82	1.034.664. 035	1.113.648. 801
CREDITO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	68.083.7 61	817.005.1 30	884.496.6 95	958.025.7 82	1.034.664. 035	1.113.648. 801
CUENTAS POR COBRAR																	
MESES AÑO	12																
RECAUDADO	11																
POR RECAUDAR	1																

Fuente: Los autores.

Pagos en Pesos.

Tabla 37. Pagos en Pesos

PAGO EN PESOS - OPERADOR TURÍSTICO																	
Contado	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	683.760.000	740.244.385	801.781.634	865.920.977	932.024.140
Crédito		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PAGOS	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	56.980.000	683.760.000	740.244.385	801.781.634	865.920.977	932.024.140
MESES AÑO	12																
RECAUDADO	11																
POR RECAUDAR	1																

Fuente: Los autores.

En el Cuadro de Ventas y Costos se muestran servicios a vender por mes y por año, Precios de Venta y Costos Unitarios por mes y por año.

Se trabaja en las proyecciones de servicios por mes a un 70% de la capacidad total.

Luego el Total de Ventas y Costos en Pesos, el costo unitario únicamente de los insumos, y los costos totales de ese costo unitario asociados.

Los recaudos por concepto de ventas en este tipo de negocio son: 100% de contado, las compras tienen el mismo comportamiento

10.14 ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS

Tabla 38. Estado de Resultados sin Financiación en Pesos

ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION EN PESOS - OPERADOR TURÍSTICO																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	817.005.130	884.496.695	958.025.782	1.034.664.035	1.113.648.801
(-) COSTO	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	689.060.075	745.982.292	807.996.538	872.633.049	939.248.602
UTILIDAD BRUTA	10.662.088	10.662.088	10.662.088	10.662.088	10.662.088	10.662.088	10.662.088	10.662.088	10.662.088	10.662.088	10.662.088	10.662.088	127.945.055	138.514.404	150.029.243	162.030.86	174.400.199
EGRESOS																	
NOMINA	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	70.905.708	73.458.313	76.139.542	78.690.217	81.050.923
GASTOS ADMINISTRACION	4.798.484	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	40.349.575	41.802.160	43.327.939	44.779.425	46.122.807
GASTOS DE VENTA	2.998.600	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.434.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	14.772.600	13.697.578	14.190.690	14.701.555	15.230.811
GASTOS DE DEPRECIACION	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	3.916.667	3.916.667	3.916.667	0	0
GASTOS DIFERIDOS	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	9.785.024	1.295.000	1.342.268	1.387.233	1.428.850
ICA	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	2.696.117	2.918.839	3.161.485	3.414.391	3.675.041
TOTAL EGRESOS	15.072.377	11.031.298	11.031.298	12.900.977	11.031.298	11.031.298	13.300.977	11.031.298	11.031.298	12.900.977	11.031.298	11.031.298	142.425.691	137.088.557	142.078.590	142.972.821	147.508.433
UTILIDAD OPERACIONAL	(4.410.289)	(369.210)	(369.210)	(2.238.889)	(369.210)	(369.210)	(2.638.889)	(369.210)	(369.210)	(2.238.889)	(369.210)	(369.210)	(14.480.636)	1.425.847	7.950.653	19.058.165	26.891.766
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financieros													0				
Gastos financieros leasing													0				
TOTALES OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDADES NETAS ANTES DE IMPUESTO	(4.410.289)	(369.210)	(369.210)	(2.238.889)	(369.210)	(369.210)	(2.638.889)	(369.210)	(369.210)	(2.238.889)	(369.210)	(369.210)	(14.480.636)	1.425.847	7.950.653	19.058.165	26.891.766
Impuesto de renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	484.788	2.703.222	6.479.776	9.143.200
UTILIDAD NETA	(4.410.289)	(369.210)	(369.210)	(2.238.889)	(369.210)	(369.210)	(2.638.889)	(369.210)	(369.210)	(2.238.889)	(369.210)	(369.210)	(14.480.636)	941.059	5.247.431	12.578.389	17.748.565
RESERVA LEGAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	94.106	524.743	1.257.839	1.774.857
UTILIDAD DEL EJERCICIO	(4.410.289)	(369.210)	(369.210)	(2.238.889)	(369.210)	(369.210)	(2.638.889)	(369.210)	(369.210)	(2.238.889)	(369.210)	(369.210)	(14.480.636)	846.953	4.722.688	11.320.550	15.973.709
UTILIDAD ACUMULADA													(14.480.636)	(13.633.683)	(8.910.983)	2.409.555	18.383.264
RESERVA LEGAL ACUMULADA													0	94.106	618.849	1.876.688	3.651.544

Fuente: Los autores.

10.15 ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS.

Tabla 39. Estado de Resultados con Financiación en Pesos

ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION EN PESOS -OPERADOR TURÍSTICO																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	68.083.76 1	68.083.76 1	68.083.76 1	68.083.76 1	68.083.76 1	68.083.76 1	68.083.76 1	68.083.76 1	68.083.76 1	68.083.76 1	68.083.76 1	68.083.76 1	817.005.13 0	884.496.69 5	958.025.78 2	1.034.664.0 35	1.113.648.8 01
(-) COSTO	57.421.67 3	57.421.67 3	57.421.67 3	57.421.67 3	57.421.67 3	57.421.67 3	57.421.67 3	57.421.67 3	57.421.67 3	57.421.67 3	57.421.67 3	57.421.67 3	689.060.07 5	745.982.29 2	807.996.53 8	872.633.049	939.248.602
UTILIDAD BRUTA	10.662.08 8	10.662.08 8	10.662.08 8	10.662.08 8	10.662.08 8	10.662.08 8	10.662.08 8	10.662.08 8	10.662.08 8	10.662.08 8	10.662.08 8	10.662.08 8	127.945.05 5	138.514.40 4	150.029.24 3	162.030.986	174.400.199
EGRESOS																	
NOMINA	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	5.908.809	70.905.708	73.458.313	76.139.542	78.690.217	81.050.923
GASTOS ADMINISTRACION	4.798.484	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	40.349.575	41.802.160	43.327.939	44.779.425	46.122.807
GASTOS DE VENTA	2.998.600	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.434.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	14.772.600	13.697.578	14.190.690	14.701.555	15.230.811
GASTOS DE DEPRECIACION	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	326.389	3.916.667	3.916.667	3.916.667	0	0
GASTOS DIFERIDOS	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	815.419	9.785.024	1.295.000	1.342.268	1.387.233	1.428.850
ICA	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	224.676	2.696.117	2.918.839	3.161.485	3.414.391	3.675.041
TOTAL EGRESOS	15.072.37 7	11.031.29 8	11.031.29 8	12.900.97 7	11.031.29 8	11.031.29 8	13.300.97 7	11.031.29 8	11.031.29 8	12.900.97 7	11.031.29 8	11.031.29 8	142.425.69 1	137.088.55 7	142.078.59 0	142.972.821	147.508.433
UTILIDAD OPERACIONAL	(4.410.28 9)	(369.210)	(369.210)	(2.238.88 9)	(369.210)	(369.210)	(2.638.88 9)	(369.210)	(369.210)	(2.238.88 9)	(369.210)	(369.210)	(14.480.63 6)	1.425.847	7.950.653	19.058.165	26.891.766
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financieros	211.132	207.069	202.925	198.698	194.387	189.990	185.504	180.930	176.264	171.504	166.650	161.698	2.246.752	1.516.128	589.842	0	0
Gastos financieros leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALES OTROS INGRESOS Y EGRESOS	211.132	207.069	202.925	198.698	194.387	189.990	185.504	180.930	176.264	171.504	166.650	161.698	2.246.752	1.516.128	589.842	0	0
UTILIDADES NETAS ANTES DE IMPUESTO	(4.621.42 1)	(576.279)	(572.135)	(2.437.58 7)	(563.597)	(559.200)	(2.824.39 3)	(550.140)	(545.474)	(2.410.39 3)	(535.860)	(530.909)	(16.727.38 8)	(90.281)	7.360.811	19.058.165	26.891.766
Impuesto de renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.502.676	6.479.776	9.143.200
UTILIDAD NETA	(4.621.42 1)	(576.279)	(572.135)	(2.437.58 7)	(563.597)	(559.200)	(2.824.39 3)	(550.140)	(545.474)	(2.410.39 3)	(535.860)	(530.909)	(16.727.38 8)	(90.281)	4.858.135	12.578.389	17.748.565
RESERVA LEGAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	485.814	1.257.839	1.774.857
UTILIDAD DEL EJERCICIO	(4.621.42 1)	(576.279)	(572.135)	(2.437.58 7)	(563.597)	(559.200)	(2.824.39 3)	(550.140)	(545.474)	(2.410.39 3)	(535.860)	(530.909)	(16.727.38 8)	(90.281)	4.372.322	11.320.550	15.973.709
UTILIDAD ACUMULADA													(16.727.38 8)	(16.817.66 9)	(12.445.34 7)	(1.124.797)	14.848.911
RESERVA LEGAL ACUMULADA													0	0	485.814	1.743.652	3.518.509

Fuente: Los autores.

Los cuadros anteriores muestran los Estados de Resultados sin y con financiación, como es de su conocimiento los Estados de Resultados se trabajan bajo el sistema de causación, es decir aquí aparecen valores provisionados así no se hayan pagado o cobrado.

En el caso del Estado de Resultados sin financiación se trabaja con el supuesto que el Negocio incurre en todos los gastos y no hace uso de ninguna fuente de financiación.

En el caso del Estado de Resultados con financiación se trabaja con el supuesto que el Negocio consigue una parte de los recursos para poner en marcha el proyecto financiados a través de una entidad financiera y usando un crédito de libre inversión, que por su cuantía se hace a mediano plazo.

10.16 FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN EN PESOS.

Tabla 40. Flujo de Caja Sin Financiación en Pesos

INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
RECAUDOS	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	817.005.130	884.496.695	958.025.782	1.034.664.035	1.113.648.801
IVA COBRADO	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	155.230.975	168.054.372	182.024.899	196.586.167	211.593.272
TOTAL INGRESOS	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	972.236.105	1.052.551.067	1.140.050.680	1.231.250.202	1.325.242.073
EGRESOS																	
NOMINA	4.978.034	4.978.034	4.978.034	4.978.034	4.978.034	7.127.049	4.978.034	4.978.034	4.978.034	4.978.034	4.978.034	9.184.524	66.091.916	73.285.017	75.957.513	78.517.051	80.890.655
Gastos de administración	4.798.484	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	40.349.575	41.802.160	43.327.939	44.779.425	46.122.807
Gastos de ventas	2.998.600	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.434.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	14.772.600	13.697.578	14.190.690	14.701.555	15.230.811
IVA PAGADO	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	129.914.400	140.646.433	152.338.511	164.524.986	177.084.587
IVA TOTAL AL F.C	0	0	4.219.429	0	4.219.429	0	4.219.429	0	4.219.429	0	4.219.429	0	21.097.146	27.059.378	29.306.646	31.665.382	34.100.768
SEGUROS													0	1.295.000	1.342.268	1.387.233	1.428.850
IMPUESTO DE RENTA													0	0	484.788	2.703.222	6.479.776
ICA													0	2.696.117	2.918.839	3.161.485	3.414.391
PAGOS	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	689.060.075	745.982.292	807.996.538	872.633.049	939.248.602
TOTAL EGRESOS	81.022.991	76.981.912	81.201.341	78.851.591	81.201.341	79.130.927	83.471.020	76.981.912	81.201.341	78.851.591	81.201.341	81.188.402	961.285.712	1.046.463.974	1.127.863.732	1.214.073.388	1.304.001.247
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	(3.316)	4.037.763	(181.666)	2.168.084	(181.666)	1.888.749	(2.451.345)	4.037.763	(181.666)	2.168.084	(181.666)	(168.726)	10.950.393	6.087.093	12.186.948	17.176.813	21.240.825
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financiero préstamo													0				
Amortización préstamo													0				
Gasto financiero leasing													0				
Amortización leasing													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO	(3.316)	4.037.763	(181.666)	2.168.084	(181.666)	1.888.749	(2.451.345)	4.037.763	(181.666)	2.168.084	(181.666)	(168.726)	10.950.393	6.087.093	12.186.948	17.176.813	21.240.825

INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
SALDO INICIAL CAJA	13.705.893	13.702.577	17.740.340	17.558.674	19.726.759	19.545.093	21.433.841	18.982.497	23.020.260	22.838.594	25.006.678	24.825.012	13.705.893	24.656.286	30.743.379	42.930.327	60.107.141
SALDO FINAL DE CAJA	13.702.577	17.740.340	17.558.674	19.726.759	19.545.093	21.433.841	18.982.497	23.020.260	22.838.594	25.006.678	24.825.012	24.656.286	24.656.286	30.743.379	42.930.327	60.107.141	81.347.966

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(35.240.917)	10.950.393	6.087.093	12.186.948	17.176.813	21.240.825

FLUJO DE CAJA	
DTF (%)	4,51%
SPREAD (%)	10,00%
CDO (%)	14,96%
VPN (\$)	7.324.111
TIR	22,17%
B/C(VECES)	1,21

Fuente: Los autores.

10.17 FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN EN PESOS.

Tabla 41. Flujo de Caja con Financiación en Pesos

INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
RECAUDOS	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	68.083.761	817.005.130	884.496.695	958.025.782	1.034.664.035	1.113.648.801
IVA COBRADO	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	12.935.915	155.230.975	168.054.372	182.024.899	196.586.167	211.593.272
TOTAL INGRESOS	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	81.019.675	972.236.105	1.052.551.067	1.140.050.680	1.231.250.202	1.325.242.073
EGRESOS																	
NOMINA	4.978.034	4.978.034	4.978.034	4.978.034	4.978.034	7.127.049	4.978.034	4.978.034	4.978.034	4.978.034	4.978.034	9.184.524	66.091.916	73.285.017	75.957.513	78.517.051	80.890.655
Gastos de administración	4.798.484	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	4.591.684	2.722.005	2.722.005	40.349.575	41.802.160	43.327.939	44.779.425	46.122.807
Gastos de ventas	2.998.600	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.434.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	1.034.000	14.772.600	13.697.578	14.190.690	14.701.555	15.230.811
IVA PAGADO	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	10.826.200	129.914.400	140.646.433	152.338.511	164.524.986	177.084.587
IVA TOTAL AL F.C	0	0	4.219.429	0	4.219.429	0	4.219.429	0	4.219.429	0	4.219.429	0	21.097.146	27.059.378	29.306.646	31.665.382	34.100.768
SEGUROS													0	1.295.000	1.342.268	1.387.233	1.428.850
IMPUESTO DE RENTA													0	0	0	2.502.676	6.479.776
ICA													0	2.696.117	2.918.839	3.161.485	3.414.391
PAGOS	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	57.421.673	689.060.075	745.982.292	807.996.538	872.633.049	939.248.602
TOTAL, EGRESOS	81.022.991	76.981.912	81.201.341	78.851.591	81.201.341	79.130.927	83.471.020	76.981.912	81.201.341	78.851.591	81.201.341	81.188.402	961.285.712	1.046.463.974	1.127.378.944	1.213.872.842	1.304.001.247
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	(3.316)	4.037.763	(181.666)	2.168.084	(181.666)	1.888.749	(2.451.345)	4.037.763	(181.666)	2.168.084	(181.666)	(168.726)	10.950.393	6.087.093	12.671.736	17.377.360	21.240.825
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financiero préstamo	211.132	207.069	202.925	198.698	194.387	189.990	185.504	180.930	176.264	171.504	166.650	161.698	2.246.752	1.516.128	589.842	0	0
Amortización préstamo	203.451	207.514	211.658	215.885	220.196	224.594	229.079	233.654	238.320	243.079	247.933	252.885	2.728.247	3.458.871	4.385.157	0	0
Gasto financiero leasing													0				
Amortización leasing													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	414.583	414.583	414.583	414.583	414.583	414.583	414.583	414.583	414.583	414.583	414.583	414.583	4.974.999	4.974.999	4.974.999	0	0

INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
FLUJO DE CAJA NETO	(417.89 9)	3.623.1 80	(596.24 9)	1.753.5 01	(596.24 9)	1.474.1 65	(2.865.9 28)	3.623.1 80	(596.24 9)	1.753.5 01	(596.24 9)	(583.30 9)	5.975.39 4	1.112.094	7.696.737	17.377.36 0	21.240.82 5
SALDO INICIAL CAJA	13.705. 893	13.287. 994	16.911. 174	16.314. 925	18.068. 426	17.472. 176	18.946. 342	16.080. 414	19.703. 594	19.107. 345	20.860. 846	20.264. 596	13.705.8 93	19.681.28 7	20.793.38 1	28.490.11 8	45.867.47 7
SALDO FINAL DE CAJA	13.287. 994	16.911. 174	16.314. 925	18.068. 426	17.472. 176	18.946. 342	16.080. 414	19.703. 594	19.107. 345	20.860. 846	20.264. 596	19.681. 287	19.681.2 87	20.793.38 1	28.490.11 8	45.867.47 7	67.108.30 2

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(24.668.642)	5.975.394	1.112.094	7.696.737	17.377.360	21.240.825

FLUJO DE CAJA	
DTF (%)	4,51%
SPREAD (%)	10,00%
CDO (%)	14,96%
VPN (\$)	6.963.891
TIR (%)	23,28%
B/C(VECES)	1,28

Fuente: Los autores.

En los cuadros correspondientes a los Flujos de Caja se tiene presente lo siguiente:
En dichas tablas se muestran los ingresos y los egresos en el momento en que se realizan.

En el Flujo de caja sin financiación el proyecto lo realiza el Negocio sin acceder a ninguna fuente de financiación.

En el Flujo de caja con financiación el proyecto lo realiza el Negocio, pero en este caso si accede a una fuente de financiación en el mediano plazo.

El Objetivo de esta elaboración es demostrar que cuando un proyecto se evalúa sin financiación y es viable, por el simple hecho de incluir la financiación su rentabilidad debe mejorar, permitiendo concluir que siempre es deseable buscar financiación que permita destinar los recursos que no se utilizan en el proyecto a otros frentes.

En cada uno de los Flujos se utilizan unas herramientas básicas para evaluar proyectos, la primera herramienta es el Valor Presente Neto (VPN), el cual consiste en traer los flujos de caja neto de los años 1,2,3,4 y 5 de cada una de las proyecciones, a pesos de hoy descontándoles el costo de oportunidad que es la rentabilidad mínima esperada para el proyecto y sumarlos, a ese valor se le debe restar el valor de la inversión que corresponde al Valor presente de los ingresos, si esa diferencia da positiva quiere decir que el proyecto es viable porque los flujos futuros traídos a pesos de hoy cubren el valor de la inversión y generan un excedente.

En este caso en ambas situaciones el VPN es positivo, por tanto, el proyecto es viable.

La segunda herramienta es la Tasa Interna de Retorno (TIR) o la rentabilidad del proyecto. La TIR lo que hace es igualar los valores Presentes de ingresos y egresos haciendo el VPN igual a cero.

Si la TIR es mayor o igual al CDO entonces el Proyecto es viable. En el caso del que se ocupa este proyecto la TIR en ambos casos es mayor o igual al CDO. Se comprueba además que cuando se hace uso de una fuente de financiación la rentabilidad del proyecto en este caso es mejor.

En tercera instancia se usa la relación Beneficio Costo (B/C), la que consiste en dividir el Valor Presente de los ingresos o Flujos netos futuros traídos a pesos de hoy entre el valor presente de los egresos que corresponde al valor de la inversión.

Si está relación es mayor o igual a uno, entonces el proyecto es viable y significa que por cada peso que se invierte se recupera el peso invertido y se obtiene un excedente que es la diferencia.

10.18 ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS.

Tabla 42. Estado de la Situación Financiera Proyectado sin Financiación en Pesos

ACTIVOS CORRIENTES	ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA-BANCOS	13.705.893	24.656.286	30.743.379	42.930.327	60.107.141	81.347.966
CUENTAS POR COBRAR	0	0	0	0	0	0
INVENTARIOS	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	13.705.893	24.656.286	30.743.379	42.930.327	60.107.141	81.347.966
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	3.650.000	3.650.000	3.650.000	3.650.000	3.650.000	3.650.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	3.916.667	7.833.333	11.750.000	11.750.000	11.750.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11.750.000	7.833.333	3.916.667	0	0	0
ACTIVOS DIFERIDOS						
DIFERIDOS	9.785.024	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.785.024	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	21.535.024	7.833.333	3.916.667	0	0	0
TOTAL ACTIVOS	35.240.917	32.489.619	34.660.046	42.930.327	60.107.141	81.347.966
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0	0
Cesantías	0	4.298.029	4.452.758	4.615.284	4.769.895	4.912.992

ACTIVOS CORRIENTES	ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses a la Cesantía por pagar	0	515.763	534.331	553.834	572.387	589.559
Impuesto de Renta por Pagar	0	0	484.788	2.703.222	6.479.776	9.143.200
IVA/INC por pagar	0	4.219.429	4.567.990	4.947.731	5.343.530	5.751.448
ICA por pagar	0	2.696.117	2.918.839	3.161.485	3.414.391	3.675.041
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	11.729.338	12.958.706	15.981.556	20.579.981	24.072.240
PASIVOS NO CORRIENTES						
OBLIGACIONES BANCARIAS	0	0	0	0	0	0
LEASING FINANCIERO	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS	0	11.729.338	12.958.706	15.981.556	20.579.981	24.072.240
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	35.240.917	35.240.917	35.240.917	35.240.917	35.240.917	35.240.917
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	0	-14.480.636	-13.633.683	-8.910.995	2.409.555	18.383.264
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	0	94.106	618.849	1.876.688	3.651.544
TOTAL PATRIMONIO	35.240.917	20.760.281	21.701.340	26.948.771	39.527.160	57.275.725
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	35.240.917	32.489.619	34.660.046	42.930.327	60.107.141	81.347.966
	0	0	0	0	0	0

Fuente: Los autores.

10.19 ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS

Tabla 43. Estado de la Situación Financiera Proyectado con Financiación en Pesos

ACTIVOS CORRIENTES	ESTADO SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA BANCOS	13.705.893	19.681.287	20.793.381	28.490.118	45.867.477	67.108.302
C X C	0	0	0	0	0	0
INVENTARIOS	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	13.705.893	19.681.287	20.793.381	28.490.118	45.867.477	67.108.302
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	3.650.000	3.650.000	3.650.000	3.650.000	3.650.000	3.650.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	3.916.667	7.833.333	11.750.000	11.750.000	11.750.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11.750.000	7.833.333	3.916.667	0	0	0
ACTIVOS DIFERIDOS						
DIFERIDOS	9.785.024	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.785.024	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	21.535.024	7.833.333	3.916.667	0	0	0

ACTIVOS CORRIENTES	ESTADO SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL ACTIVOS	35.240.917	27.514.620	24.710.047	28.490.118	45.867.477	67.108.302
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0	0
Cesantías	0	4.298.029	4.452.758	4.615.284	4.769.895	4.912.992
Intereses a la Cesantía por pagar	0	515.763	534.331	553.834	572.387	589.559
Impuesto de Renta por Pagar	0	0	0	2.502.676	6.479.776	9.143.200
IVA/INC por pagar	0	4.219.429	4.567.990	4.947.731	5.343.530	5.751.448
ICA por pagar	0	2.696.117	2.918.839	3.161.485	3.414.391	3.675.041
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	11.729.338	12.473.918	15.781.010	20.579.981	24.072.240
PASIVOS NO CORRIENTES						
OBLIGACIONES BANCARIAS	10.572.275	7.844.028	4.385.157	0	0	0
LEASING FINANCIERO	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	10.572.275	7.844.028	4.385.157	0	0	0
TOTAL PASIVOS	10.572.275	19.573.367	16.859.075	15.781.010	20.579.981	24.072.240
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	24.668.642	24.668.642	24.668.642	24.668.642	24.668.642	24.668.642
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	0	-16.727.388	-16.817.669	-12.445.347	-1.124.797	14.848.911
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	0	0	485.814	1.743.652	3.518.509
TOTAL PATRIMONIO	24.668.642	7.941.254	7.850.973	12.709.108	25.287.497	43.036.062
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	35.240.917	27.514.620	24.710.047	28.490.118	45.867.477	67.108.302
		0	0	0	0	0

Fuente: Los autores.

Los Estados de la Situación Financiera proyectados muestran la situación específica del proyecto durante los cinco años de ejecución de este.

En el caso del Estado de la Situación Financiera Proyectado sin financiación, el negocio es la que asume el valor total de la inversión del proyecto sin acudir a ninguna fuente de financiación.

En el caso del Estado de la Situación Financiera proyectado con financiación, la empresa asume una parte del valor total de la inversión y la otra se cubre con un préstamo de libre inversión realizado a través de Bancolombia.

10.20 ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN

Muestra la participación porcentual año a año de cada una de las cuentas del Activo dentro del total de los activos, y de la misma forma la participación de cada una de las cuentas del Pasivo y el Patrimonio dentro del Total de Pasivo + Patrimonio.

Tabla 44. Análisis Vertical Estado de la Situación Financiera Proyectado sin Financiación

	ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
ACTIVOS CORRIENTES	13.705.893	39%	24.656.286	76%	30.743.379	89%	42.930.327	100%	60.107.141	100%	81.347.966	100%
CAJA-BANCOS	13.705.893	39%	24.656.286	76%	30.743.379	89%	42.930.327	100%	60.107.141	100%	81.347.966	100%
CUENTAS POR COBRAR	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
INVENTARIOS	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	13.705.893	39%	24.656.286	76%	30.743.379	89%	42.930.327	100%	60.107.141	100%	81.347.966	100%
ACTIVOS FIJOS												
MUEBLES Y ENSERES	3.650.000	10%	3.650.000	11%	3.650.000	11%	3.650.000	9%	3.650.000	6%	3.650.000	4%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	8.100.000	23%	8.100.000	25%	8.100.000	23%	8.100.000	19%	8.100.000	13%	8.100.000	10%
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	0%	3.916.667	12%	7.833.333	23%	11.750.000	27%	11.750.000	20%	11.750.000	14%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11.750.000	33%	7.833.333	24%	3.916.667	11%	0	0%	0	0%	0	0%
ACTIVOS DIFERIDOS												
DIFERIDOS	9.785.024	28%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.785.024	28%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	21.535.024	61%	7.833.333	24%	3.916.667	11%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL ACTIVOS	35.240.917	100%	32.489.619	100%	34.660.046	100%	42.930.327	100%	60.107.141	100%	81.347.966	100%
PASIVOS CORRIENTES												
Cuentas por Pagar	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Cesantías	0	0%	4.298.029	13%	4.452.758	13%	4.615.284	11%	4.769.895	8%	4.912.992	6%
Intereses a la Cesantía por pagar	0	0%	515.763	2%	534.331	2%	553.834	1%	572.387	1%	589.559	1%
Impuesto de Renta por Pagar	0	0%	0	0%	484.788	1%	2.703.222	6%	6.479.776	11%	9.143.200	11%
IVA/INC por pagar	0	0%	4.219.429	13%	4.567.990	13%	4.947.731	12%	5.343.530	9%	5.751.448	7%
ICA por pagar	0	0%	2.696.117	8%	2.918.839	8%	3.161.485	7%	3.414.391	6%	3.675.041	5%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	0%	11.729.338	36%	12.958.706	37%	15.981.556	37%	20.579.981	34%	24.072.240	30%
PASIVOS CORRIENTES NO												
OBLIGACIONES BANCARIAS	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
LEASING FINANCIERO	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL PASIVOS	0	0%	11.729.338	36%	12.958.706	37%	15.981.556	37%	20.579.981	34%	24.072.240	30%
PATRIMONIO												
CAPITAL SOCIAL	35.240.917	100%	35.240.917	108%	35.240.917	102%	35.240.917	82%	35.240.917	59%	35.240.917	43%

	ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	ANALISIS VERTICAL	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	0	0%	#####	-45%	#####	-39%	-8.910.995	-21%	2.409.555	4%	18.383.264	23%
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	0%	0	0%	94.106	0%	618.849	1%	1.876.688	3%	3.651.544	4%
TOTAL PATRIMONIO	35.240.917	100%	20.760.281	64%	21.701.340	63%	26.948.771	63%	39.527.160	66%	57.275.725	70%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	35.240.917	100%	32.489.619	100%	34.660.046	100%	42.930.327	100%	60.107.141	100%	81.347.966	100%

Fuente: Los autores

10.21 ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS.

Tabla 45. Análisis Vertical Estado de la Situación Financiera Proyectado con Financiación

	ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	ANALISIS VERTICAL	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
ACTIVOS CORRIENTES												
CAJA BANCOS	13.705.893	39%	19.681.287	72%	20.793.381	84%	28.490.118	100%	45.867.477	100%	67.108.302	100%
C X C	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
INVENTARIOS	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	13.705.893	39%	19.681.287	72%	20.793.381	84%	28.490.118	100%	45.867.477	100%	67.108.302	100%
ACTIVOS FIJOS												
MUEBLES Y ENSERES	3.650.000	10%	3.650.000	13%	3.650.000	15%	3.650.000	13%	3.650.000	8%	3.650.000	5%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	8.100.000	23%	8.100.000	29%	8.100.000	33%	8.100.000	28%	8.100.000	18%	8.100.000	12%
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	0%	3.916.667	14%	7.833.333	32%	11.750.000	41%	11.750.000	26%	11.750.000	18%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11.750.000	33%	7.833.333	28%	3.916.667	16%	0	0%	0	0%	0	0%
ACTIVOS DIFERIDOS												
DIFERIDOS	9.785.024	28%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.785.024	28%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	21.535.024	61%	7.833.333	28%	3.916.667	16%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL ACTIVOS	35.240.917	100%	27.514.620	100%	24.710.047	100%	28.490.118	100%	45.867.477	100%	67.108.302	100%
PASIVOS CORRIENTES												
Cuentas por Pagar	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Cesantías	0	0%	4.298.029	16%	4.452.758	18%	4.615.284	16%	4.769.895	10%	4.912.992	7%
Intereses a la Cesantía por pagar	0	0%	515.763	2%	534.331	2%	553.834	2%	572.387	1%	589.559	1%
Impuesto de Renta por Pagar	0	0%	0	0%	0	0%	2.502.676	9%	6.479.776	14%	9.143.200	14%
IVA/INC por pagar	0	0%	4.219.429	15%	4.567.990	18%	4.947.731	17%	5.343.530	12%	5.751.448	9%
ICA por pagar	0	0%	2.696.117	10%	2.918.839	12%	3.161.485	11%	3.414.391	7%	3.675.041	5%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	0%	11.729.338	43%	12.473.918	50%	15.781.010	55%	20.579.981	45%	24.072.240	36%
PASIVOS NO CORRIENTES												
OBLIGACIONES BANCARIAS	10.572.275	30%	7.844.028	29%	4.385.157	18%	0	0%	0	0%	0	0%
LEASING FINANCIERO	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	10.572.275	30%	7.844.028	29%	4.385.157	18%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL PASIVOS	10.572.275	30%	19.573.367	71%	16.859.075	68%	15.781.010	55%	20.579.981	45%	24.072.240	36%
PATRIMONIO												
CAPITAL SOCIAL	24.668.642	70%	24.668.642	90%	24.668.642	100%	24.668.642	87%	24.668.642	54%	24.668.642	37%
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	0	0%	#####	-61%	-16.817.669	-68%	-12.445.347	-44%	-1.124.797	-2%	14.848.911	22%

RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	0%	0	0%	0	0%	485.814	2%	1.743.652	4%	3.518.509	5%
TOTAL PATRIMONIO	24.668.642	70%	7.941.254	29%	7.850.973	32%	12.709.108	45%	25.287.497	55%	43.036.062	64%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	35.240.917	100%	27.514.620	100%	24.710.047	100%	28.490.118	100%	45.867.477	100%	67.108.302	100%

Fuente: Los autores.

10.22 ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS

Muestra como del 100% que representan los ingresos por concepto de venta del servicio, solo al final después de descontados todos los costos, los gastos operacionales y los impositivos queda únicamente al final del último año el 3,68% de utilidad.

Tabla 46. Análisis Vertical del Estado de Resultados sin Financiación

INGRESOS	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
VENTAS	817.005.130	100,00%	884.496.695	100,00%	958.025.782	100,00%	1.034.664.035	100,00%	1.113.648.801	100,00%
(-) COSTO	689.060.075	84,34%	745.982.292	84,34%	807.996.538	84,34%	872.633.049	84,34%	939.248.602	84,34%
UTILIDAD BRUTA	127.945.055	15,66%	138.514.404	15,66%	150.029.243	15,66%	162.030.986	15,66%	174.400.199	15,66%
EGRESOS										
NOMINA	70.905.708	8,68%	73.458.313	8,31%	76.139.542	7,95%	78.690.217	7,61%	81.050.923	7,28%
GASTOS ADMINISTRACION	40.349.575	4,94%	41.802.160	4,73%	43.327.939	4,52%	44.779.425	4,33%	46.122.807	4,14%
GASTOS DE VENTA	14.772.600	1,81%	13.697.578	1,55%	14.190.690	1,48%	14.701.555	1,42%	15.230.811	1,37%
GASTOS DE DEPRECIACION	3.916.667	0,48%	3.916.667	0,44%	3.916.667	0,41%	0	0,00%	0	0,00%
GASTOS DIFERIDOS	9.785.024	1,20%	1.295.000	0,15%	1.342.268	0,14%	1.387.233	0,13%	1.428.850	0,13%
ICA	2.696.117	0,33%	2.918.839	0,33%	3.161.485	0,33%	3.414.391	0,33%	3.675.041	0,33%
TOTAL EGRESOS	142.425.691	17,43%	137.088.557	15,50%	142.078.590	14,83%	142.972.821	13,82%	147.508.433	13,25%
UTILIDAD OPERACIONAL	(14.480.636)	-1,77%	1.425.847	0,16%	7.950.653	0,83%	19.058.165	1,84%	26.891.766	2,41%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos financieros	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
Gastos financieros leasing	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTALES OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
UTILIDADES NETAS ANTES DE IMPUESTO	(14.480.636)	-1,77%	1.425.847	0,16%	7.950.653	0,83%	19.058.165	1,84%	26.891.766	2,41%
Impuesto de renta	0	0,00%	484.788	0,05%	2.703.222	0,28%	6.479.776	0,63%	9.143.200	0,82%
UTILIDAD NETA	(14.480.636)	-1,77%	941.059	0,11%	5.247.431	0,55%	12.578.389	1,22%	17.748.565	1,59%
RESERVA LEGAL	0	0,00%	94.106	0,01%	524.743	0,05%	1.257.839	0,12%	1.774.857	0,16%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	(14.480.636)	-1,77%	846.953	0,10%	4.722.688	0,49%	11.320.550	1,09%	15.973.709	1,43%

Fuente: Los autores

10.23 ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS

Muestra como del 100% que representan los ingresos por concepto de venta del servicio, solo al final después de descontados todos los costos, los gastos operacionales, los financieros y los impositivos queda únicamente en promedio el 4,00% de utilidad.

Tabla 47. Análisis Vertical del Estado de Resultados con Financiación

	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
		L		L		L		L		L
INGRESOS										
VENTAS	817.005.130	100%	884.496.695	100%	958.025.782	100%	1.034.664.035	100%	1.113.648.801	100%
(-) COSTO	689.060.075	84%	745.982.292	84%	807.996.538	84%	872.633.049	84%	939.248.602	84%
UTILIDAD BRUTA	127.945.055	16%	138.514.404	16%	150.029.243	16%	162.030.986	16%	174.400.199	16%
EGRESOS										
NOMINA	70.905.708	9%	73.458.313	8%	76.139.542	8%	78.690.217	8%	81.050.923	7%
GASTOS ADMINISTRACION	40.349.575	5%	41.802.160	5%	43.327.939	5%	44.779.425	4%	46.122.807	4%
GASTOS DE VENTA	14.772.600	2%	13.697.578	2%	14.190.690	1%	14.701.555	1%	15.230.811	1%
GASTOS DE DEPRECIACION	3.916.667	0%	3.916.667	0%	3.916.667	0%	0	0	0	0%
GASTOS DIFERIDOS	9.785.024	1%	0	0%	0	0	0	0	0	0%
ICA	2.696.117	0%	2.918.839	0%	3.161.485	0%	3.414.391	0%	3.675.041	0%
TOTAL EGRESOS	142.425.691	17%	135.793.557	15%	140.736.323	15%	141.585.588	14%	146.079.583	13%
UTILIDAD OPERACIONAL	(14.480.636)	-2%	2.720.847	0%	9.292.921	1%	20.445.398	2%	28.320.616	3%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos financieros	2.246.752	0%	1.516.128	0%	589.842	0%	0	0%	0	0%
Gastos financieros leasing	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTALES OTROS INGRESOS Y EGRESOS	2.246.752	0%	1.516.128	0%	589.842	0%	0	0%	0	0%
UTILIDADES NETAS ANTES DE IMPUESTO	(16.727.388)	-2%	1.204.719	0%	8.703.078	1%	20.445.398	2%	28.320.616	3%
Impuesto de renta	0	0%	409.604	0%	2.959.047	0%	6.951.435	1%	9.629.009	1%
UTILIDAD NETA	(16.727.388)	-2%	795.115	0%	5.744.032	1%	13.493.963	1%	18.691.607	2%
RESERVA LEGAL	0	0%	79.511	0%	574.403	0%	1.349.396	0%	1.869.161	0%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	(16.727.388)	-2%	715.603	0%	5.169.629	1%	12.144.567	1%	16.822.446	2%

Fuente: Los autores

10.24 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN

Tabla 48. Análisis Horizontal Estado de la Situación Financiera Proyectado sin Financiación

	ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	AÑO 1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
ACTIVOS CORRIENTES																
CAJA-BANCOS	13.705.893	24.656.286	10.950.393	125,16%	30.743.379	6.087.093	24,69%	42.930.327	12.186.948	39,64%	60.107.141	17.176.813	40,01%	81.347.966	21.240.825	35,34%
CUENTAS POR COBRAR	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
INVENTARIOS	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	13.705.893	24.656.286	10.950.393	125,16%	30.743.379	6.087.093	24,69%	42.930.327	12.186.948	39,64%	60.107.141	17.176.813	40,01%	81.347.966	21.240.825	35,34%
ACTIVOS FIJOS																
MUEBLES Y ENSERES	3.650.000	3.650.000	0	0,00%	3.650.000	0	0,00%	3.650.000	0	0,00%	3.650.000	0	0,00%	3.650.000	0	0,00%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	8.100.000	8.100.000	0	0,00%	8.100.000	0	0,00%	8.100.000	0	0,00%	8.100.000	0	0,00%	8.100.000	0	0,00%
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	3.916.667	3.916.667	0,00%	7.833.333	3.916.667	100,00%	11.750.000	3.916.667	50,00%	11.750.000	0	0,00%	11.750.000	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11.750.000	7.833.333	(3.916.667)	-300,00%	3.916.667	(3.916.667)	(50,00%)	0	(3.916.667)	(100,00%)	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
ACTIVOS DIFERIDOS																
DIFERIDOS	9.785.024	0	(9.785.024)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.785.024	0	(9.785.024)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	21.535.024	7.833.333	(13.701.691)	(157,17%)	3.916.667	(3.916.667)	(50,00%)	0	(3.916.667)	(100,00%)	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
TOTAL ACTIVOS	35.240.917	32.489.619	(2.751.297)	-1280,88%	34.660.046	2.170.426	6,68%	42.930.327	8.270.281	23,86%	60.107.141	17.176.813	40,01%	81.347.966	21.240.825	35,34%
PASIVOS CORRIENTES																
Cuentas por Pagar	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Cesantías	0	4.298.029	4.298.029	0,00%	4.452.758	154.729	3,60%	4.615.284	162.526	3,65%	4.769.895	154.612	3,35%	4.912.992	143.097	3,00%
Intereses a la Cesantía por pagar	0	515.763	515.763	0,00%	534.331	18.567	3,60%	553.834	19.503	3,65%	572.387	18.553	3,35%	589.559	17.172	3,00%
Impuesto de Renta por Pagar	0	0	0	#DIV/0!	484.788	484.788	#DIV/0!	2.703.222	2.218.434	457,61%	6.479.776	3.776.554	139,71%	9.143.200	2.663.424	41,10%
IVA/INC por pagar	0	4.219.429	4.219.429	0,00%	4.567.990	348.561	0,00%	4.947.731	379.742	0,00%	5.343.530	395.799	0,00%	5.751.448	407.917	0,00%
ICA por pagar	0	2.696.117	2.696.117	0,00%	2.916.839	222.722	8,26%	3.161.485	242.646	8,31%	3.414.391	252.906	8,00%	3.675.041	260.650	7,63%

	ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	AÑO 1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	11.729.338	11.729.338	0,00%	12.958.706	1.229.367	10,48%	15.981.556	3.022.850	23,33%	20.579.981	4.598.425	28,77%	24.072.240	3.492.260	16,97%
PASIVOS NO CORRIENTES																
OBLIGACIONES BANCARIAS	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
LEASING FINANCIERO	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL PASIVOS	0	11.729.338	11.729.338	0,00%	12.958.706	1.229.367	10,48%	15.981.556	3.022.850	23,33%	20.579.981	4.598.425	0,00%	24.072.240	3.492.260	0,00%
PATRIMONIO												0				
CAPITAL SOCIAL	35.240.917	35.240.917	0	0,00%	35.240.917	0	0,00%	35.240.917	0	0,00%	35.240.917			35.240.917		
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	0	-14.480.636	(14.480.636)	0,00%	-13.633.683	846.953	-5,85%	-8.910.995	4.722.688	-34,64%	2.409.555	11.320.550	(127,04%)	18.383.264	15.973.709	662,93%
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	0	0	#DIV/0!	94.106	94.106	#DIV/0!	618.849	524.743	557,61%	1.876.688	1.257.839	203,25%	3.651.544	1.774.857	94,57%
TOTAL PATRIMONIO	35.240.917	20.760.281	(14.480.636)	-243,37%	21.701.340	941.059	4,53%	26.948.771	5.247.431	24,18%	39.527.160	12.578.389	46,68%	57.275.725	17.748.565	44,90%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	35.240.917	32.489.619	(2.751.297)	-1280,88%	34.660.046	2.170.426	6,68%	42.930.327	8.270.281	23,86%	60.107.141	17.176.813	40,01%	81.347.966	21.240.825	35,34%

Fuente: Los autores

10.25 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO CON FINANCIACIÓN

Tabla 49. Análisis Horizontal de la Situación financiera Proyectado con Financiación

ACTIVOS CORRIENTES	ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	AÑO 1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
CAJA BANCOS	13.705.893	19.681.287	5.975.394	43,60%	20.793.381	1.112.094	5,65%	28.490.118	7.696.737	37,02%	45.867.477	17.377.360	60,99%	67.108.302	21.240.825	46,31%
C X C	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
INVENTARIOS	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	13.705.893	19.681.287	5.975.394	43,60%	20.793.381	1.112.094	5,65%	28.490.118	7.696.737	37,02%	45.867.477	17.377.360	60,99%	67.108.302	21.240.825	46,31%
ACTIVOS FIJOS																
MUEBLES Y ENSERES	3.650.000	3.650.000	0	0,00%	3.650.000	0	0,00%	3.650.000	0	0,00%	3.650.000	0	0,00%	3.650.000	0	0,00%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	8.100.000	8.100.000	0	0,00%	8.100.000	0	0,00%	8.100.000	0	0,00%	8.100.000	0	0,00%	8.100.000	0	0,00%
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	3.916.667	3.916.667	0,00%	7.833.333	3.916.667	100,00%	11.750.000	3.916.667	50,00%	11.750.000	0	0,00%	11.750.000	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11.750.000	7.833.333	-3.916.667	(33,33%)	3.916.667	-3.916.667	(50,00%)	0	-3.916.667	(100,00%)	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
ACTIVOS DIFERIDOS																
DIFERIDOS	9.785.024	0	(9.785.024)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.785.024	0	(9.785.024)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	21.535.024	7.833.333	(13.701.691)	(63,63%)	3.916.667	(3.916.667)	(50,00%)	0	(3.916.667)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS	35.240.917	27.514.620	-7.726.297	(21,92%)	24.710.047	-2.804.573	(10,19%)	28.490.118	3.780.070	15,30%	45.867.477	17.377.360	60,99%	67.108.302	21.240.825	46,31%
PASIVOS CORRIENTES																
Cuentas por Pagar	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Cesantías	0	4.298.029	4.298.029	0,00%	4.452.758	154.729	3,60%	4.615.284	162.526	3,65%	4.769.895	154.612	3,35%	4.912.992	143.097	3,00%
Intereses a la Cesantia por pagar	0	515.763	515.763	0,00%	534.331	18.567	3,60%	553.834	19.503	3,65%	572.387	18.553	3,35%	589.559	17.172	3,00%
Impuesto de Renta por Pagar	0	0	0	0,00%	0	0	#DIV/0!	2.502.676	2.502.676	#DIV/0!	6.479.776	3.977.100	158,91%	9.143.200	2.663.424	41,10%
IVA/INC por pagar	0	4.219.429	4.219.429	0,00%	4.567.990	348.561	0,00%	4.947.731	379.742	0,00%	5.343.530	395.799	0,00%	5.751.448	407.917	0,00%
ICA por pagar	0	2.696.117	2.696.117	0,00%	2.918.839	222.722	8,26%	3.161.485	242.646	8,31%	3.414.391	252.906	8,00%	3.675.041	260.650	7,63%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	11.729.338	11.729.338	0,00%	12.473.918	744.579	6,35%	15.781.010	3.307.092	26,51%	20.579.981	4.798.971	30,41%	24.072.240	3.492.260	16,97%
PASIVOS NO CORRIENTES																
OBLIGACIONES BANCARIAS	10.572.275	7.844.028	2.728.247	25,81%	4.385.157	(3.458.871)	(44,10%)	0	(4.385.157)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%
LEASING FINANCIERO	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	10.572.275	7.844.028	-2.728.247	0,00%	4.385.157	(3.458.871)	0,00%	0	(4.385.157)	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL PASIVOS	10.572.275	19.573.367	9.001.092	85,14%	16.859.075	-2.714.292	(13,87%)	15.781.010	(1.078.065)	(6,39%)	20.579.981	4.798.971	30,41%	24.072.240	3.492.260	0,00%

ACTIVOS CORRIENTES	ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL	AÑO 1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
PATRIMONIO																
CAPITAL SOCIAL	24.668.642	24.668.642	0	0,00%	24.668.642	0	0,00%	24.668.642	0	0,00%	24.668.642	0	0,00%	24.668.642	0	0,00%
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	0	-16.727.388	-16.727.388	0,00%	-16.817.669	-90.281	0,54%	-12.445.347	4.372.322	(26,00%)	-1.124.797	11.320.550	(90,96%)	14.848.911	15.973.709	(1420,14%)
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	0	0	0,00%	0	0	#DIV/0!	485.814	485.814	#DIV/0!	1.743.652	1.257.839	258,91%	3.518.509	1.774.857	101,79%
TOTAL PATRIMONIO	24.668.642	7.941.254	-16.727.388	0,00%	7.850.973	-90.281	(1,14%)	12.709.108	4.858.135	61,88%	25.287.497	12.578.389	98,97%	43.036.062	17.748.565	70,19%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	35.240.917	27.514.620	-7.726.297	(21,92%)	24.710.047	-2.804.573	(10,19%)	28.490.118	3.780.070	15,30%	45.867.477	17.377.360	60,99%	67.108.302	21.240.825	46,31%

Fuente: Los autores

10.26 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN

Tabla 50. Análisis Horizontal del Estado de Resultados sin Financiación

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
VENTAS	817.005.130	884.496.695	67.491.565	7,63%	958.025.782	73.529.086	8,31%	1.034.664.035	76.638.253	8,00%	1.113.648.801	78.984.765	7,63%
(-) COSTO	689.060.075	745.982.292	56.922.217	7,63%	807.996.538	62.014.247	8,31%	872.633.049	64.636.510	8,00%	939.248.602	66.615.553	7,63%
UTILIDAD BRUTA	127.945.055	138.514.404	10.569.349	7,63%	150.029.243	11.514.840	8,31%	162.030.986	12.001.743	8,00%	174.400.199	12.369.213	7,63%
EGRESOS													
NOMINA	70.905.708	73.458.313	2.552.605	3,47%	76.139.542	2.681.228	3,65%	78.690.217	2.550.675	3,35%	81.050.923	2.360.706	3,00%
GASTOS ADMINISTRACION	40.349.575	41.802.160	1.452.585	3,47%	43.327.939	1.525.779	3,65%	44.779.425	1.451.486	3,35%	46.122.807	1.343.383	3,00%
GASTOS DE VENTA	14.772.600	13.697.578	-1.075.022	-7,85%	14.190.690	493.113	3,60%	14.701.555	510.865	3,60%	15.230.811	529.256	3,60%
GASTOS DE DEPRECIACION	3.916.667	3.916.667	0	0,00%	3.916.667	0	0,00%	0	-3.916.667	-100,00%	0	0	0,00%
GASTOS DIFERIDOS	9.785.024	0	-9.785.024	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
ICA	2.696.117	2.918.839	222.722	7,63%	3.161.485	242.646	8,31%	3.414.391	252.906	8,00%	3.675.041	260.650	7,63%

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
TOTAL EGRESOS	142.425.691	135.793.557	-6.632.134	-4,88%	140.736.323	4.942.766	3,64%	141.585.588	849.265	0,60%	146.079.583	4.493.995	3,17%
UTILIDAD OPERACIONAL	-14.480.636	2.720.847	17.201.483	632,21%	9.292.921	6.572.074	241,55%	20.445.398	11.152.478	120,01%	28.320.616	7.875.218	38,52%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS													
Gastos financieros	0		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%
Gastos financieros leasing	0		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%
TOTALES OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
UTILIDADES NETAS ANTES DE IMPUESTO	-14.480.636	2.720.847	17.201.483	632,21%	9.292.921	6.572.074	241,55%	20.445.398	11.152.478	120,01%	28.320.616	7.875.218	38,52%
Impuesto de renta	0	925.088	925.088	100,00%	3.159.593	2.234.505	241,55%	6.951.435	3.791.842	120,01%	9.629.009	2.677.574	38,52%
UTILIDAD NETA	-14.480.636	1.795.759	16.276.395	906,38%	6.133.328	4.337.569	241,55%	13.493.963	7.360.635	120,01%	18.691.607	5.197.644	38,52%
RESERVA LEGAL	0	179.576	179.576	100,00%	613.333	433.757	241,55%	1.349.396	736.064	120,01%	1.869.161	519.764	38,52%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-14.480.636	1.616.183	16.096.819	995,98%	5.519.995	3.903.812	241,55%	12.144.567	6.624.572	120,01%	16.822.446	4.677.879	38,52%

Fuente: Los autores.

10.27 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN

Tabla 51. Análisis Horizontal del Estado de Resultados con Financiación

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
VENTAS	817.005.130	884.496.695	67.491.565	7,63%	958.025.782	73.529.086	8,31%	1.034.664.035	76.638.253	8,00%	1.113.648.801	78.984.765	7,63%
(-) COSTO	689.060.075	745.982.292	56.922.217	7,63%	807.996.538	62.014.247	8,31%	872.633.049	64.636.510	8,00%	939.248.602	66.615.553	7,63%
UTILIDAD BRUTA	127.945.055	138.514.404	10.569.349	7,63%	150.029.243	11.514.840	8,31%	162.030.986	12.001.743	8,00%	174.400.199	12.369.213	7,63%
EGRESOS													
NOMINA	70.905.708	73.458.313	2.552.605	3,47%	76.139.542	2.681.228	3,65%	78.690.217	2.550.675	3,35%	81.050.923	2.360.706	3,00%
GASTOS ADMINISTRACION	40.349.575	41.802.160	1.452.585	3,47%	43.327.939	1.525.779	3,65%	44.779.425	1.451.486	3,35%	46.122.807	1.343.383	3,00%
GASTOS DE VENTA	14.772.600	13.697.578	-1.075.022	-7,85%	14.190.690	493.113	3,60%	14.701.555	510.865	3,60%	15.230.811	529.256	3,60%
GASTOS DE DEPRECIACION	3.916.667	3.916.667	0	0,00%	3.916.667	0	0,00%	0	-3.916.667	-100,00%	0	0	0,00%
GASTOS DIFERIDOS	9.785.024	0	-9.785.024	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
ICA	2.696.117	2.918.839	222.722	7,63%	3.161.485	242.646	8,31%	3.414.391	252.906	8,00%	3.675.041	260.650	7,63%
TOTAL, EGRESOS	142.425.691	135.793.557	-6.632.134	-4,88%	140.736.323	4.942.766	3,64%	141.585.588	849.265	0,60%	146.079.583	4.493.995	3,17%
UTILIDAD OPERACIONAL	-14.480.636	2.720.847	17.201.483	632,21%	9.292.921	6.572.074	241,55%	20.445.398	11.152.478	120,01%	28.320.616	7.875.218	38,52%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS													
Gastos financieros	2.246.752	1.516.128	-730.624	-48,19%	589.842	-926.286	-61,10%	0	-589.842	-100,00%	0	0	0,00%
Gastos financieros leasing	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTALES OTROS INGRESOS Y EGRESOS	2.246.752	1.516.128	-730.624	-48,19%	589.842	-926.286	-61,10%	0	-589.842	-100,00%	0	0	0,00%
UTILIDADES NETAS ANTES DE IMPUESTO	-16.727.388	1.204.719	17.932.107	1488,49%	8.703.078	7.498.359	622,42%	20.445.398	11.742.320	134,92%	28.320.616	7.875.218	38,52%
Impuesto de renta	0	409.604	409.604	100,00%	2.959.047	2.549.442	622,42%	6.951.435	3.992.389	134,92%	9.629.009	2.677.574	38,52%
UTILIDAD NETA	-16.727.388	795.115	17.522.503	2203,77%	5.744.032	4.948.917	622,42%	13.493.963	7.749.931	134,92%	18.691.607	5.197.644	38,52%
RESERVA LEGAL	0	79.511	79.511	100,00%	574.403	494.892	622,42%	1.349.396	774.993	134,92%	1.869.161	519.764	38,52%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-16.727.388	715.603	17.442.991	2437,52%	5.169.629	4.454.025	622,42%	12.144.567	6.974.938	134,92%	16.822.446	4.677.879	38,52%

Fuente: Los autores.

En los cuadros correspondientes a Análisis horizontales, lo que exhiben son el comparativo de las cuentas tanto de los Estados de la Situación Financiera como de los Estados de Resultados entre dos años.

Estos comparativos muestran las cuentas que tienen más crecimiento o decrecimiento en forma absoluta, es decir en términos de cifras y en forma relativa, es decir su comportamiento porcentual.

10.28 RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACIÓN

Cálculo de los Principales indicadores financieros o razones financieras

Tabla 52. Razones Financieras Estados Financieros sin Financiación

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO	12.926.948	17.784.673	26.948.771	39.527.160	57.275.725
RAZON CORRIENTE	2,10	2,37	2,69	2,92	3,38
PRUEBA ACIDA	2,10	2,37	2,69	2,92	3,38
ENDEUDAMIENTO	36,10%	37,39%	37,23%	34,24%	29,59%
APALANCAMIENTO	56,50%	59,71%	59,30%	52,07%	42,03%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	(44,57%)	2,72%	12,22%	20,93%	21,82%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	(69,75%)	4,34%	19,47%	31,82%	30,99%
MARGEN BRUTO	15,66%	15,66%	15,66%	15,66%	15,66%
MARGEN OPERACIONAL	(1,77%)	0,16%	0,83%	1,84%	2,41%
MARGEN NETO	(1,77%)	(1,54%)	(0,93%)	0,23%	1,65%

Fuente: Los autores

29.2 RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACIÓN.

Cálculo de los principales indicadores financieros o razones financieras

Tabla 53. Razones Financieras Estados Financieros con Financiación

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO	7.951.949	8.319.463	12.709.108	25.287.497	43.036.062
RAZON CORRIENTE	1,68	1,67	1,81	2,23	2,79
PRUEBA ACIDA	1,68	1,67	1,81	2,23	2,79
ENDEUDAMIENTO	71,14%	68,23%	55,39%	44,87%	35,87%
APALANCAMIENTO	246,48%	214,74%	124,17%	81,38%	55,94%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	(60,79%)	(0,37%)	17,05%	27,42%	26,45%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	(210,64%)	(1,15%)	38,23%	49,74%	41,24%
MARGEN BRUTO	15,66%	15,66%	15,66%	15,66%	15,66%
MARGEN OPERACIONAL	(1,77%)	0,16%	0,83%	1,84%	2,41%
MARGEN NETO	(2,05%)	(1,90%)	(1,30%)	(0,11%)	1,33%

Fuente: Los autores.

En términos generales todos los años se cuenta con suficientes activos corrientes que cubran todas las obligaciones del corto plazo, y además contar con un excedente que se puede destinar a cubrir pasivos del largo plazo.

En el caso del margen neto es positivo desde el primer año.

10.29 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES.

Cantidad mínimo de productos vendidos que permiten generar los ingresos suficientes para cubrir los egresos.

Tabla 54. Punto de Equilibrio en Unidades

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL ESTADO DE RESULTADO SIN FINANCIACION	457	325	325	386	325	325	399	325	325	386	325	325	4.226	4.194	4.265	4.380	4.458
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL ESTADO DE RESULTADO CON FINANCIACION	464	331	331	393	331	331	405	331	330	392	330	330	4.299	4.227	4.277	4.380	4.458

Fuente: Los autores

10.30 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Que tan sensible es el plan de negocio a disminuciones en el margen bruto.

Tabla 55. Análisis de sensibilidad

DISMINUCIÓN MARGEN BRUTOS	4,80%
----------------------------------	-------

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN		
	VALORES ORIGINALES	VALORES MODIFICADOS
VPN	7.324.111	(2.670.533)
TIR	22,17%	18,15%
B/C	1,21	0,92

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN		
	VALORES ORIGINALES	VALORES MODIFICADOS
VPN	6.963.891	(1.423.631)
TIR	23,28%	19,14%
B/C	1,28	0,94

Fuente: Los autores.

Una disminución del 4,80% en el margen Bruto hace que el VPN en ambos escenarios sea negativo, la TIR sea menor al costo de oportunidad y la relación B/C sea menor a uno, haciendo el proyecto inviable. Existe ese colchón porcentual en caso de tener que reducir los valores de precio de venta.

11. CONCLUSIONES

Una vez finalizado la investigación sobre la viabilidad para la creación de una operadora turística en Cali se concluye Lo siguiente:

Cada día el negocio del turismo en Colombia crece y es el momento justo para aprovechar este tipo de oportunidades a través de negocios bien definidos.

El turismo es una actividad que a través de los años ha evolucionado con grandes resultados, teniendo un crecimiento constante y con gran acogida.

Esto ha hecho que el turismo se convierta en una de las actividades económicas más importantes del mundo, superando incluso a la industria petrolera.

La ciudad de Cali como destino turístico no ha sido tan promocionado comparándolo con otros lugares de Colombia como Cartagena y San Andrés Islas, pero en ciertas épocas del año como agosto y diciembre son fechas claves del año para impulsar a turistas a visitar la ciudad.

Existe un mercado potencial al cual hay que dirigirse y son los estudiantes de colegios y de educación superior, los cuales buscan lugares de esparcimiento y recreación y aprendizaje

Los resultados del estudio de mercado arrojaron que si bien es cierto, que existen muchas empresas y personas naturales ofreciendo el servicio de turismo terrestre en la ciudad, se espera participar en el negocio a través de ofertas turísticas de alta calidad y seguridad a precios competitivos, con un factor innovador en cuanto al tipo de servicio ofrecido, el cual será con personal especializado y con documentos guía para cada uno de los clientes; de igual manera se espera generar valor especial a cada uno de los clientes con una atención personalizada acorde a las necesidades y expectativas de los usuarios.

Otro de los resultados del estudio de mercado es el aprovechamiento del sector de estudiantes, los cuales requieren de la oferta de salidas académicas empresariales para el fortalecimiento de las competencias, según del tipo de programa o carrera.

El estudio técnico operativo identificó las necesidades en cuanto a los aspectos logísticos y elementos necesarios para la oferta de servicios de turismo terrestre.

Las necesidades frente a este punto se pueden conseguir en el mercado sin ningún inconveniente, la oferta de turismo terrestre es tradicional y se puede contratar los servicios de transporte con empresas especializadas para dichos casos, a su vez, el fortalecimiento logístico (hoteles, restaurantes y centros recreacionales) ha mejorado en los últimos años en la región y el país.

El sistema organizacional se establece a través de personal con experiencia en el sector logístico operativo en turismo. La ciudad se cuenta con muchas personas profesionales en el tema, producto de muchas instituciones que preparan al personal en esta área.

Desde el aspecto administrativo legal, se estableció la estructura, los cargos y manuales de funciones y se dio aplicación a la legislación aplicada para el negocio del turismo en Colombia es muy complaciente, además de ellos el modelo denominado “Economía Naranja” impulsado por el actual presidente, da muchas consideraciones y apoyo a este tipo de empresas.

Y finalmente desde lo financiero existe una buena situación de éxito. El modelo de financiamiento no requiere de mucha inversión y los ingresos y/o utilidades estimadas se pueden dar un pato de tranquilidad para los inversores

12. RECOMENDACIONES

Para la creación de una empresa operadora de turismo se recomienda:

- Con base en los resultados de los estudios de mercado, técnico operativo, organizacional, legal y financiero se recomienda la creación de la operadora turística en la ciudad de Cali, aplicando servicios de rutas y paquetes turísticos a personas de estratos 2, 3 ,4 así como a estudiantes de secundaria, técnicos, tecnólogos y programas profesionales que requieran desplazarse a otras ciudades o visitar empresas con el fin de fortalecer las competencias recibidas en el aula de clase.
- El negocio del turismo es uno con mayor proyección en la economía no solo regional y nacional, sino, también a nivel internacional.
- Documentar todos los parámetros de seguridad y pólizas correspondientes para ejercer labores dentro y fuera de la ciudad.
- Realizar un estudio detallado de cuáles son los puntos en la ciudad en donde hay más concentración de turistas para ofrecer el servicio.
- Realizar alianzas con los diferentes hoteles y hostales de la ciudad, para así fortalecer el turismo en la ciudad.
- Realizar estudios profundos para así identificar nuevos productos turísticos, los cuales sean competitivos, teniendo en cuenta la factibilidad de creación a través de su respectiva evaluación económica.
- Desarrollar análisis de mercado en donde se pueda definir cuáles son los nuevos destinos más apetecidos por turistas extranjeros y cuáles son los de los estudiantes, para así ofrecer nuevos paquetes turísticos.

13. ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta

El cuestionario contiene respuestas binarias y de selección múltiple.

Genero

Masculino ____

Femenino ____

¿Trabaja o estudia?

Trabaja ____

Estudia _____

Estudia y trabaja ____

Estrato

Estrato 1 ____

Estrato 2 ____

Estrato 3 ____

Estrato 4 ____

Estrato 5 ____

¿Le gusta viajar?

SI ____

NO ____

¿Qué tipo de sitios turísticos prefiere al momento de tomar la decisión de viajar?

Lugares regionales _____

Lugares nacionales _____

¿Con que frecuencia viaja usted?

Cada mes _____

Cada tres meses _____

Cada 6 meses _____

Cada 12 meses _____

¿Qué tipo de lugar prefiere a la hora de viajar?

Sitios naturales _____

Sitios emblemáticos _____

Balnearios _____

Playas _____

¿Al momento de viajar, lo prefiere hacer vía terrestre o aéreo?

Terrestre _____

Aéreo _____

¿Cuál es el presupuesto que tiene al momento de salir de viaje?

Menos de \$100.000

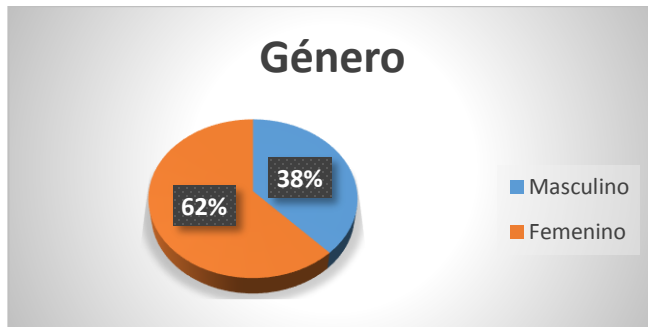
De \$100.000 a 200.000

De \$200.000 a 350.000

No es importante el costo

Anexo 2. Análisis de resultados

Gráfico 4. Pregunta 1

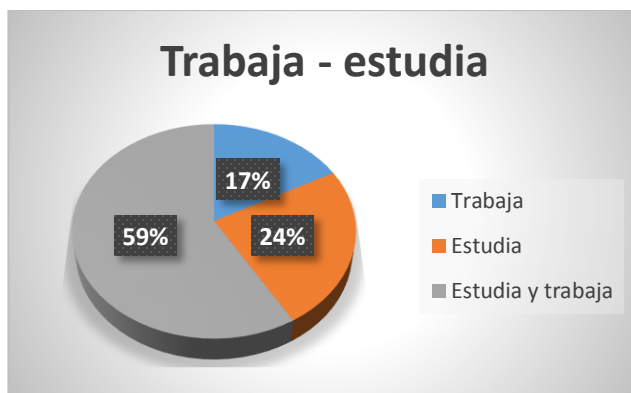


Fuente: Los autores.

De acuerdo con los resultados, el 38% del total de los encuestados son hombres, el 62% restante son de género femenino.

Esto es importante, ya que en muchos de los casos el género femenino es el que más le gusta compartir en familia y pasear son las mujeres, por lo tanto la probabilidad para el negocio es positiva en este tipo de escenarios.

Gráfico 5. Estudia o trabaja



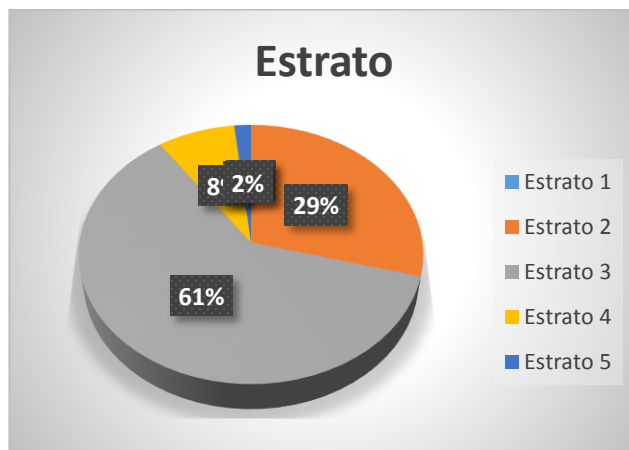
Fuente: Los autores.

El grupo encuestado se divide de la siguiente manera, el 59% trabaja y estudia, el 24% estudia y el 17% solo trabaja.

Con lo anterior se puede decir que el 83% del total gana su propio dinero y puede tomar sus propias decisiones.

Importante porque los estudiantes es uno de los mercados más significativos que la empresa operadora turística piensa trabajar.

Gráfico 6. Estrato



Fuente: Los autores.

El estrato 3 con 61% es el más común representado en la encuesta realizada, sin embargo para el caso de la oferta turística, se espera tener como objetivo los estratos 2 y 3, con un total de 90%. De igual manera los precios estimados para los paquetes turísticos estarán aplicados a personas con ingresos bajos pero que tengan la intención de viajar.

Gráfico 7. ¿Le gusta viajar?



Fuente: Los autores.

Según resultados, el 81% del total de encuestados manifiesta el gusto por viajar, lo que significa un gran mercado potencial para la operadora turística propuesta en el trabajo.

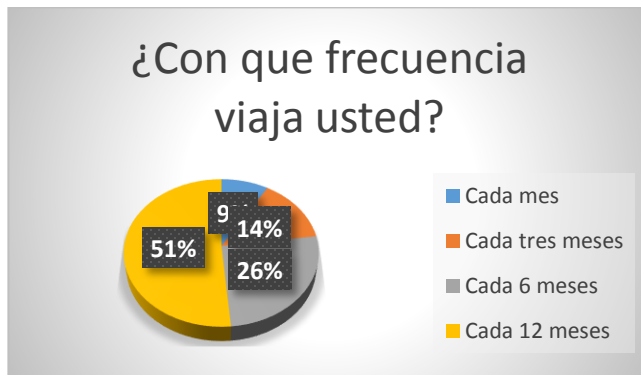
Gráfico 8. Sitios turísticos preferidos



Fuente: Los autores

Es importante destacar que el 81% del total de encuestados prefiere sitios turísticos nacionales. La gran, mayoría de los viajes y paseos nacionales se hace por vía terrestre, situación importante ya que es este tipo de actividades es una de los fuertes del negocio de operación turística propuesto.

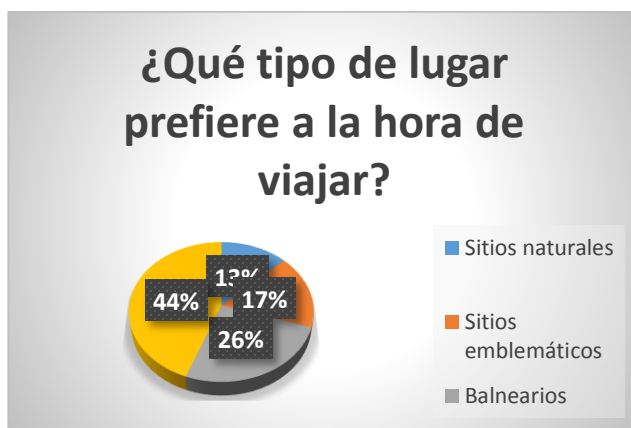
Gráfico 9. Frecuencia de viaje



Fuente: Los autores.

La frecuencia de intención de viaje es muy importante, este valor porcentual tiene varias situaciones, la primera de ellas obedece a la temporada de vacaciones y la otra por cuestiones económicas, sin embargo, la frecuencia de ofertas o paquetes turísticos deberá ser frecuente durante todo el año y con mayor intensidad en época de vacaciones.

Gráfico 10. Tipo de lugar de preferencia

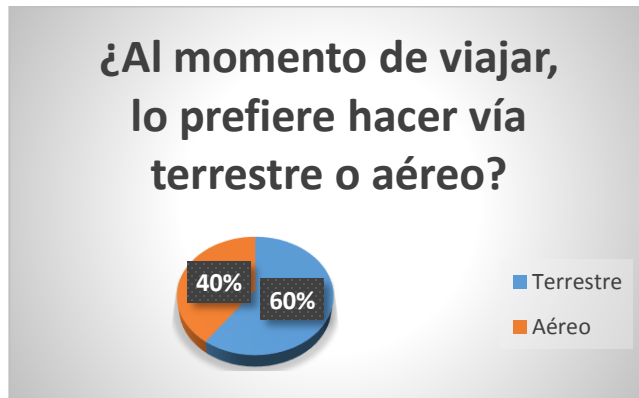


Fuente: Los autores.

Es indiscutible que la mayor cantidad de personas, 45% del total de encuestados tengan como preferencia sitios en donde se pueda disfrutar de las playas colombianas, sin embargo, existe otras preferencias significativas como balnearios,

sitios emblemáticos y sitios naturales que pueden ser importantes como ofertas turísticas.

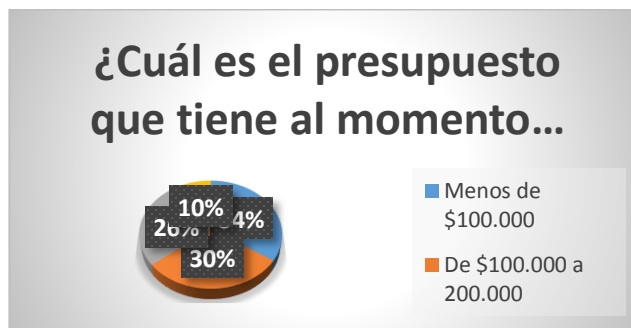
Gráfico 11. Presencia de viaje, terrestre o aéreo



Fuente: Los autores.

Según los resultados de la encuesta, el 60% del total de encuestados indican su preferencia por viajar por vía terrestre, podría darse por que es más económico y/o es la forma en donde se puede conocer muchos más sitios durante el recorrido.

Gráfico 12. Presupuesto para viaje



Fuente: Los autores.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, podemos decir que el 56% de total de encuestados presenta un presupuesto entre \$100.000 y 350.000 pesos. Este tipo de presupuesto es ideal para la realización de viajes regionales muy significativos y

en el que la operadora turística se va a especializar, sin embargo, la oferta turística se dará para viajes en pasadía y viajes más largos como a las Costas Atlántica, y Pacífica, entre otros.

En conclusión, la encuesta le dará parámetros de medición para definir qué tipo de ofertas turísticas se debe hacer, el tipo de clientes potenciales y sobre todo los presupuestos destinados por las personas para los viajes y paseos.

Anexo 3. Anexo base de datos instituciones educativas

Imagen 19. Base de datos instituciones educativas

INSTITUCION EDUCATIVAS	DIRECCIÓN	COMUNA	BARRIO TELEFONO INSTITUCIÓN	CORREO
JOSE HOLGUIN GARCES	Av. 4 Oeste No 23-108	1	Terron colorado 8942322 8829538	colegiojoseholguingarcas@iejosehgarcescalí.edu.
VILLA DEL MAR 8	Av. 8 Oeste # 30C-40	1	Terron colorado 8941908	
ANA MARIA LLOREDA	CALLE 26 -AV 4 OESTE	1	Terron colorado 8829555	
ULPIANO LLOREDA	AV 4B OESTE # 25-08	1	Terron colorado 8944826	
JOSÉ ACEVEDO Y GOMEZ	AV 5 OESTE # 30-164	1	Terron Colorado 8829095	
MARICE SINISTERRA	CL 30 BIS OESTE # 4A-00	1	Terron Colorado 8829009	
ISAIAS GAMBOA	Av 4 Oeste No 12--05	1	Terron colorado 8829377	institucional@ieisaiasgamboacali.edu.co
JOSE CELESTINO MUTIS	Av. 7 B Oeste Cl 18-02	1	Terron colorado 8829099-8941401	
ISAIAS G SEDE BAJO AGUACATAL	Km2 Via Aguacatal		Bajo Aguacatal AV A 8934135	
ALEJANDRO CABAL POMBO	CI 26 Oeste No 8-17	1	Aguacatal 8829099	
INMACULADA	CL 10 OESTE # 5-45	1	Terron colorado 8944201	
TOTAL MATRICULA				
LUIS FERNANDO CAICEDO	Av. 5 Oeste No 47A 04	1	Vista Hermosa 8944361	institucional@ieluiscaicedocali.edu.co
CECILIA CABALLERO DE LOPEZ	Av. 5 Oeste No 34-100	1	Vista Hermosa 8944316	
SANTA CECILIA	Calle 61A N # 26GN -62	2	Alamos 6642088 6653521-	institucional@iesantaceciacali.edu.co
SANTA CECILIA SEDE 2	CI 62AN # 2BN-00		Alamos 6649075	
REPUBLICA DE FRANCIA	CI 62N # 2BN -00	2	Alamos 6651433	
BRISAS DE LOS ALAMOS	Av 2 BN Calle 72N	2	Brisas de los Alamps 6650489	
REPUBLICA DEL BRASIL	CI 43N # 7N - 03	2	La campiña 6646107	
REPUBLICA DEL BRASIL SEDE MENGA	CALLE 53 AN # 8-27	2	ALTOS DE MENGA 0	
INMACULADA BATACLAN	Vereda Bataclan	2	Vereda Bataclan 5502615	
SANTA LIBRADA	CI 7 # 14A - 106	3	Juan bosco 8858838	admin@iesantalibradacali.edu.co
LUIS CARLOS PEÑA	Cale 7 No 14-36	3	San Bosco 8834918	
EUSTAQUIO PALACIOS	Cra 17 # 14-36	3	San Antonio 5561100	
CARLOS A. SARDI GARCES	Cra 5 # 2-69	3	San Antonio 8936880	
REPUBLICA DE MEXICO	Calle 20 No 5-65	3	San Nicolas 8818718	
SANTIAGO DE CALI	Calle 7 No 7-74	3	San Nicolas 8841307	
EL PILOTO	Cra 4 Norte No 24-40	3	El Piloto 8801914	
NORMAL SUPERIOR LOS FARALLONES	Cra 22Oeste # 2- 65	3	Libertadores 5587300	institucional@ienormalsfarallonescali.edu.co
MARTIN RESTREPO MEJIA	Cra 22 oeste # 2-65	3	Libertadores 5561227	
SALVADOR IGLESIAS	CI 2 A # 22- 70	3	Libertadores 5560120	
CLUB NOEL	CR 3 # 22-95	3	Libertadores 5586557	
MANUEL SINISTERRA PATIÑO	CRA 14 OESTE CALLE 3	3	Nacional 5560314	
MARIA PERLAZA	Calle 5 Oeste # 18-02	3	Nacional 5572602	
DIVINA PROVIDENCIA	CLL 4 OESTE CRA 3 ESQ	3	Peñon 8933097	
LOS CRISTALES	Calle 11C OESTE# 24C-22	19	El mortíñal 5570673	
FRANCISCO JOSE DE CALDAS	Cra 4 Oeste # 12A - 59	19	Bellavista 01 8931891-	
INEM JORGE ISAACS	cra 5n # 61-142	4	flora industrial 4478803 4470128-	rectoria@ieinemcali.edu.co
CECILIA MUÑOZ RICAURTE	Cra 8 N Calle 77 Floralia	6	Floralia 4041265	
LAS AMERICAS	CI 82 Cra 3 AN	6	Floralia 4408876	
FRAY DOMINGO DE LAS CASAS	CI 65 No 6N - 40	4	Calima 4468353	
CENTRO EDUCATIVO DEL NORTE	Cra 4 Note No 51AN-33	4	Evaristo Garcia 4472878	
CAMILO TORRES	Cra 9 No 56BN 57	4	La Isla 4467856	
PABLO EMILIO CAICEDO	Carrera 5N Diagonal 7N-39	6	Pasp del Comercio 4409947	

Fuente: (secretaria de educación municipal)

Imagen 20. Base de datos instituciones educativas

INSTITUCION EDUCATIVAS	DIRECCIÓN	COMUNA	BARRIO	TELEFONO INSTITUCIÓN	CORREO
PEDRO ANTONIO MOLINA	Carrera 1A10 # 71-00	6	San Luis	4405332 4405362	institucional@iepedroamolinacali.edu.co
TRES DE JULIO	Calle 70C # Carrera 1F	6	La Rivera I	4331059	
SAN JORGE	Carrera 1-i # 74-23	6	Petecuy III	4402626	
JORGE ELIECER GAITAN	Carrera 2C # 71-00	6	Jorge Eliecer Gaitan	4428886	
SAN LUIS	Carrera 1B3 Calle 72	6	San Luis	4405926	
INMACULADA CONCEPCION	Calle 73A # 1A-14-21	6	Petecuy III	4329054	
ATANASIO GIRARDOT	Calle 70B Carrera 1A3	6	Alcazares	4404968	
LOS VENCEDORES	Carrera 1A4 # 72D-19	6	San Luis II	4409924	
MANUEL MARIA MALLARINO	carrea 7 L bis 63-00	7	Las Ceibas	6630083 - 6630691	institucional@iemanuelmallarincali.edu.co
LAURA VICUNA	Cra. 7 L bis 63 07	7	Las Ceibas	6561532	
LOS PINOS	Calle 69 A Cra 7 Bis	7	Los Pinos	6560607	
CARLOS HOLGUIN SARDI	Cra. 7 d bisz 64 - 00	7	San Marino	6629915	
JUAN BAUTISTA DE LA SALLE	CLL 74 # 9-19	7	ANDRES SANIN	6629944	ie_juanbautista@iejuanbautistacali.edu.co
MANUEL MARIA MALLARINO	Cra. 9A No. 78-14	7	PUERTO MALLARIN	6629986	
VICENTE BORRERO COSTA	Calle 76 Kra 7S - 00 esquina	7	Alfonso Lopez	6565620 - 6629559-654595	
PRESBITERO ELOY VALENZUELA	Calle 74 No. 7Pbis 46	7	Alfonso Lopez	6629908	
CARLOS VILLAFANE	Cra. 7 bis Calle 81	7	Alfonso Lopez		
ALFONSO LOPEZ PUMAREJO	Calle 84 Cra. 7 A bis	7	Alfonso Lopez	6629908	
JOSE MARIA VILLEGAS	Calle 82 cra. 7D	7	Alfonso Lopez	6562150	
SIETE DE AGOSTO	Calle 72 No 11C-27	7	7 de agosto	6629458-6565751	ie_sietedeagosto@iesietedeagostocali.edu.co
ELEAZAR LIBREROS	CLL 72 B 8 b-32	7	7 de agosto	6632148	
ANA MARIA VERNAZA	Calle 72 B No. 8B- 32	7	7 de agosto	6629959	
UNI. VECINAL SIETE DE AGOSTO	Calle 71 No Dg 17-20	7	8 de agosto	6624862	
ALFONSO LOPEZ PUMAREJO	carrera 7s bis calle 72 y 73	7	Alfonso Lopez I	6621330 - 6636263 - 6631047	ie_alfonsopumarejo@iealfonsopumarejocali.edu.c
LOS FARALLONES	CRA 7J # 72-10	7	Alfonso Lopez	6626864	
RAFAEL POMBO	Cra. 7 R bis 72 124	7	Alfonso lopez	6631112	
PURIFICACION TRUJILLO	Calle 73 Cra 7 bis	7	Alfonso Lopez III	6629967	
CENTRAL PROVIENDA	CLL 72 A # 7C BIS 10	7	Alfonso Lopez	6699983	
JUAN DE AMPUDIA	Cra 12 57-13	8	La Base	4411750	institucionjuandeampudia@yahoo.es
JARDIN INFANTIL NACIONAL No. 1 (T)	CLL 58 # 11B-48	8	La Base	4437530	
ONCE DE NOVIEMBRE	Cra 11 d 52 09	8	Villa colombia	4415958	
VILLACOLOMBIA	CRA 12 E # 48-36	8	Villa colombia	4421486	IE_VILLACOLOMBIA@IEVILLACOLOMBIACALI.
LICEO PARQUE INFANTIL (T)	Cra. 12 E 49 50	8	Villa colombia	4489713	
SANTISIMA TRINIDAD	Calle 48 12 -84	8	El Troncal	4413226	
REPUBLICA DE COLOMBIA	Calle 53 12E 11	8	Villa colombia	4431712	
LAS AMERICAS	Cra. 12 38- 64	8	Americas	4411728	administrador@ielasamericascali.edu.co

Fuente: (secretaria de educación municipal)

14. REFERENCIAS

- Aced Toledo, C. (2010). *Perfiles profesionales 2.0*. BARCELONA: OUC.
- Alcaldía de Santiago de Cal. (2018). Cali en Cifras. de <http://www.cali.gov.co/publicaciones/138164/cali-en-cifras/>
- Brida, J. G., Monterubbianesi, P. D., & Zapata-Aguirre, S. (2011). *Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia* (Vol. 9). Recuperado de http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_06.pdf
- Campoy, D. M. (2010). *Cómo gestionar y planificar un proyecto en la empresa*. España: Ideas propias Publicidad.
- Colombia turismo. (2018). Cali. de <https://www.colombia.com/turismo/sitios-turisticos/cali/>
- Congreso de Colombia. (1996). Ley 300 de 1996. de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjurMantenimiento/normas/Norma1.jsp?i=8634>
- Congreso de Colombia. (2006). Ley 1014. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/>
- Congreso de Colombia. (2008). Código sustantivo del trabajo. Ley 1846 Pub. L. No 50.298, de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo.html
- Congreso de Colombia. (2012). Ley 1558 Pub L. No 48.487. de 2018, de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1558_2012.html
- Conoce Colombia. (2018). Cristo Rey. de <https://www.google.com.co/search?q=sitios+turisticos+de+cali&rlz=1C1CHZ>

L_esCO724CO724&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjw26Gy37PdAhUQzFMKHZ2oDGwQ_AUICigB&biw=1164&bih=602#imgrc=x1423XytmzUXGM:

Constitución Política de la República de Colombia. (1991). CONSTITUCIÓN POLÍTICA Gaceta Constitucional N° 116, de <http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica>

Contraloría. (2018). Método estadístico para determinar la muestra en universo. Recuperado, de doc.contraloria.gob.pe/libros/2/pdf/Metodo_estadistico_2.xls

Cooper, chris, Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2007). *EL TURISMO. TEORÍA Y PRÁCTICA* (1.ª ed.). España: síntesis.

DANE. (2016). Encuesta de Gasto en Turismo Interno – EGIT, 32. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/encuesta_gastos_turismo_Int_EGIT/Pres_EGIT_14_15.pdf

Dinero. (2017) fue un buen año para el turismo en Colombia. de <http://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/balance-de-turismo-en-colombia-en-2017/255323>

Elpais. (2018). Aumenta la formalización de empresas turísticas del Valle. Recuperado de <https://www.elpais.com.co/economia/aumenta-la-formalizacion-de-empresas-turisticas-del-valle.html>

Fontour Colombia. (2018). FONTUR - Glosario. de <http://fontur.com.co/interactue/glosario/63>

Fontour Colombia. (2018). Obtenido de Glosario de terminología de turismo DE TERMINOLOGÍA DE TURISMO. de <http://fontur.com.co/interactue/glosario/63>

- Google maps. (2018). Cañaveralejo Centro Comercial. de 2018, de <https://www.google.com.co/maps/place/Ca%C3%B1averalejo+Centro+Comercial/@3.4002144,-76.5598279,13.75z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0xec8991e18980176a!8m2!3d3.4038131!4d-76.5464419>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Recuperado de <http://www.e-libro.com/ayuda>
- Instituto Distrital de Turismo. (2018). Puntos de Información Turística (PIT). de <http://bogotaturismo.gov.co/puntos-de-informacion-turistica-pit>
- Jaime, R. (2010). Licenciatura Turismo, de <http://memix2007.blogspot.com/2010/04/terminologia-area-de-ventas.html>
- MINCIT. (2017). Decretos 355, 229 y 2158., de http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/13311/normatividad_turismo
- MINCIT. (2018). Registro Nacional de Turismo. de http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/12184/registro_nacional_de_turismo
- MINCIT. (2018) de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/39655/info@mincit.gov.co>
- MINEDUCACIÓN. (2018). EDUCACIÓN SUPERIOR 2014 - SÍNTESIS ESTADÍSTICA DEPARTAMENTO DE. Recuperado de https://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articles-212352_valle.pdf

- Pacheco Tandazo, V., Carrera Burneo, P., & Almeida Ferri, K. (2011). *Propuesta metodológica para la evaluación de la factibilidad de proyectos de turismo comunitario*. Gest. Tur (15).
- Portafolio. (2017). Turismo, un negocio que se alista para explotar su potencial. Recuperado de <http://www.portafolio.co/negocios/turismo-es-un-negocio-que-se-alista-para-explotar-su-potencial-502689>
- Porter. (2018). Las 5 Fuerzas de Porter - Clave para el Éxito de la Empresa. Recuperado de <https://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Procolombia. (2018). Informe de turismo extranjero en Colombia. Recuperado de <http://www.procolombia.co/publicaciones/informe-de-turismo-extranjero-en-colombia>
- Roberto, H. S., Carlos, F. C., & Pilar, B. L. (2014). Metodología de la investigación. Recuperado de <http://e-libro.com/>
- Ruiz Ballesteros, E., Hernández Ramírez, M., Coca Pérez, A., Cantero, P. A., & Campo Tejedor, A. del. (2008). Turismo comunitario en Ecuador.: Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(3), 399-418. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2008.06.031>
- schulte, S. (2003). *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y planificación del sector turismo*. Series Manuales CEPAL - Naciones Unidas.
- Siturvalle. (2018). Municipios del establecimiento. Recuperado de <http://www.siturvalle.com/reportes-estadisticos/oferta-turistica>
- Soltura Laseria, A., & Cuesta Santos, A. (2008). *Diseño estratégico de perfiles de cargos por competencias. Una contribución al alineamiento del desempeño individual con el desempeño organizacional*. Ingeniería Industrial, XXIX.

- Torres Laborde, J. L., & Jaramillo Naranjo, O. L. (2014). *Diseño y análisis del puesto de trabajo: Herramienta para la gestión del del talento humano*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Tripadvisor. (2018). Atracciones en Cali. Recuperado de https://www.tripadvisor.co/Attractions-g297475-Activities-Cali_Valle_del_Cauca_Department.html
- Uniandes. (2018). Las gatas del rio, del encanto al desencanto. Recuperado de <http://www.venamimundo.com/DeAquiyAlla/Fotos/NoviasdelGatodeTejada-02.jpg>
- Varela, R. (2014). *Innovación empresarial* (4.^a ed.). Pearson. Cap. 7.
- WILPICA TRAVELS. (2018). Definición de las visitas técnicas o salidas pedagógicas. Recuperado de <https://wilpictravels0.webnode.es/products/c1/>
- Zúñiga Collazos, A. (2012). Turismo en Colombia: resultados del sector (2007-2010). *Magazín Empresarial*, 68.

