

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
TURISMO EN EL MUNICIPIO DE YUMBO VALLE

JESSICA SUÁREZ BENAVIDES

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2021

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
TURISMO EN EL MUNICIPIO DE YUMBO VALLE

JESSICA SUÁREZ BENAVIDES

Proyecto presentado para optar al título de Administrador de Empresas

Asesor de trabajo de grado DAMARIS CRUZ MEDINA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2021

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del jurado

Firma del jurado

Cali, Jueves 27 de mayo del 2021

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado principalmente a Dios que siempre nos acompaña, a mis padres e hijas quienes diariamente me motivan e inspiran hacer mejor persona y profesional.

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia agradezco a Dios, quien es el que nos da la fuerza y acompañamiento para cumplir nuestras metas. También a todos mis familiares los cuales siempre han estado conmigo acompañándome y dando fuerzas para culminar mis objetivos y por último y no menos importante a los docentes que siempre estuvieron dispuestos a guiarnos y formarnos como personas y profesionales íntegros.

CONTENIDO

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO	19
1.1 TITULO DEL PROYECTO	19
1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	19
1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	19
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	22
1.6 MARCO DE REFERENCIA.....	24
1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS	29
2 ANÁLISIS DEL MERCADO.....	31
2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR	31
2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO	34
2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO	36
2.4 PLAN DE MERCADEO.....	46
3 ESTUDIO TÉCNICO.....	57
3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO	57
3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	73
3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	76
4 ORGANIZACIÓN Y LEGAL	78
4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	78

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	80
4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL	87
4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL	87
4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN	88
4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL.....	88
4.7 FUNDAMENTACIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES ESTRATÉGICAS.....	89
4.8 ASPECTOS LEGALES	89
4.9 MODELO DE SOCIEDAD.....	90
5 CAPITULO FINANCIERO	92
5.1 INVERSIÓN	92
5.2 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.....	94
5.3 BALANCE GENERAL SIN FINANCIACIÓN.....	95
5.4 BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN	97
5.5 AMORTIZACIÓN	100
5.6 PARÁMETROS GENERALES	103
5.7 GASTOS.....	106
5.8 PROYECCIÓN NOMINA.....	107
5.9 PROYECCIÓN COSTOS, PRECIOS Y VENTAS UNITARIAS; COSTOS TOTALES DEL PRODUCTO	110
5.10 PROYECCIÓN ESTADOS FINANCIEROS Y FLUJO DE CAJA.....	113
5.11 BALANCE GENERAL SIN FINANCIACIÓN.....	118

5.12 BALANCE GENERAL CON FINANCIACIÓN.....	120
5.13 RAZONES FINANCIERAS.....	122
5.14 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	124
5.15 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	125
6 CONCLUSIONES	126
7 RECOMENDACIONES.....	128
8 BIBLIOGRAFÍA	129
9 ANEXOS.....	136
9.1 ENCUESTA REALIZADA A HABITANTES DEL MUNICIPIO DE YUMBO	136

LISTA DE TABLA

Tabla 1. Datos para la muestra.....	37
Tabla 2. Viaje a Mulaló pasadía.....	48
Tabla 3. Viaje a Mulaló viaje turístico.....	48
Tabla 4. Viaje al refugio corazones verdes Dapa pasadía	49
Tabla 5. Viaje al refugio corazones verdes Dapa viaje turístico.....	50
Tabla 6. Viaje a Mulaló pasadías como independiente	50
Tabla 7. viaje a Mulaló viaje turístico como independiente	51
Tabla 8. Viaje al refugio corazones verdes Dapa pasadías como independiente ..	51
Tabla 9. Viaje al refugio corazones verdes Dapa viaje turístico como independiente	52
Tabla 10. Márgenes brutos con margen por costos individuales	52
Tabla 11. Márgenes brutos con margen seleccionado	53
Tabla 12. Recaudos y pagos	53
Tabla 13. Gastos por promoción.....	55
Tabla 14. Equipos de Cómputo y Comunicaciones	65
Tabla 15. Muebles y enseres	66
Tabla 16. Activos no depreciables	66
Tabla 17. Activos intangibles	67
Tabla 18. Adecuaciones	67

Tabla 19. Personal fijo	68
Tabla 20. Registro mercantil	91
Tabla 21. Inversión inicial	92
Tabla 22. Depreciación	95
Tabla 23. Balance inicial sin financiación.....	95
Tabla 24. Balance inicial con financiación	98
Tabla 25. Amortización Datos	100
Tabla 26. Amortización	100
Tabla 27. Parámetros económicos	104
Tabla 28. Parámetros generales.....	105
Tabla 29. Cargos y salarios	105
Tabla 30. Gastos.....	106
Tabla 31. Nomina administrativa.....	107
Tabla 32. Nómina de producción	109
Tabla 33. Proyección de ventas	110
Tabla 34. Precio de venta	110
Tabla 35. Costo unitario.....	111
Tabla 36. Ventas totales	111
Tabla 37. Costos totales	111
Tabla 38. Costo unitario sin mano de obra y sin costos indirectos de fabricación	112

Tabla 39. Costos totales sin mano de obra y sin costos indirectos de fabricación	112
Tabla 40. Iva en pesos.....	112
Tabla 41. Estado de resultado sin financiación en pesos	113
Tabla 42. Estado de resultado con financiación	114
Tabla 43. Flujo de caja sin financiación en pesos.....	115
Tabla 44. Flujo de caja con financiación en pesos.....	117
Tabla 45. Balance general sin financiación.....	118
Tabla 46. Balance general con financiación	120
Tabla 47. Razones financieras para estados financieros sin financiación	122
Tabla 48. Razones financieras para estados financieros con financiación	123
Tabla 49. Punto de equilibrio	124
Tabla 50. Análisis de sensibilidad	125

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Ficha técnica de pasadías en Mulalo	58
Cuadro 2. Ficha técnica de pasadías en Dapa	59
Cuadro 3. Ficha técnica de viajes turísticos a Mulalo	60
Cuadro 4. Viajes turísticos a Dapa.....	61
Cuadro 5. Proceso para la adquisición de los servicios que se van a prestar	68
Cuadro 6. Cuadro resumen	70
Cuadro 7. Actividades de la pasadía a Mulaló	70
Cuadro 8. Proceso de la pasadía en Dapa	71
Cuadro 9. Proceso de los viajes turísticos en Mulaló.....	71
Cuadro 10. Proceso de los viajes turísticos en Dapa.....	72
Cuadro 11. Descripción del puesto del administrador.....	81
Cuadro 12. Descripción del puesto coordinador general	82
Cuadro 13. Descripción del puesto del contador	83
Cuadro 14. Descripción del puesto de la secretaria.....	84
Cuadro 15. Descripción del puesto del asesor comercial	85
Cuadro 16. Descripción del puesto de guías turísticos	86

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1. Logó IVT Viajes y Turismo	44
Imagen 2. Logó DL VIAJES Y TURISMO	44
Imagen 3. Logó O.T.B. Excursiones Fascinantes	45
Imagen 4. Logó Yumbo turismo	45
Imagen 5. Actividades a desarrollar en Mulaló	63
Imagen 6, Actividades a desarrollar en Dapa	64
Imagen 7. Equipos de cómputo y comunicaciones	65
Imagen 8. Muebles y enseres	66
Imagen 9. Mapa del Valle del Cauca	74
Imagen 10. Mapa del municipio de Yumbo	75
Imagen 11. Instalaciones	76
Imagen 12. Logo	79
Imagen 13. PIB a precios constantes	106
Imagen 14. Encuesta	136

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Proceso de venta del servicio	54
Figura 2. Diagrama de proceso para la adquisición de los servicios que se van a prestar.....	69
Figura 5. Demanda con 1 guía turístico	77
Figura 6. Organigrama.....	80

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Turismo interno según motivo de viaje	35
Gráfico 2. Distribución de la población por grandes grupos de edad	36
Gráfico 3. Pregunta 1	38
Gráfico 4. Pregunta 2	38
Gráfico 5. Pregunta 3	39
Gráfico 6. Pregunta 4	39
Gráfico 7. Pregunta 5	40
Gráfico 8. Pregunta 6	40
Gráfico 9. Pregunta 7	41
Gráfico 10. Pregunta 8	41
Gráfico 11. Pregunta 9	42
Gráfico 12. Pregunta 10	42
Gráfico 13. Pregunta 11	43
Gráfico 14. Encuesta por Anato 1	31
Gráfico 15. Encuesta por Anato 2	32
Gráfico 16. Encuesta por Anato 3	32

RESUMEN

El presente trabajo proyecta la creación de una empresa de viajes para el municipio de Yumbo que busca que los habitantes de este municipio realicen actividades de turismo dentro de él; tanto para conocerlo mejor como para aumentar la economía de él, ya que la mayoría de habitantes realiza turismo fuera de él y desaprovecha las cosas que este le ofrece por desconocimiento de todas las actividades que en él se pueden realizar. La idea central de este trabajo es reunir información tanto de los habitantes del municipio, como fuentes externas que den bases para determinar la viabilidad de este proyecto.

A su vez se mostrarán los factores diferenciadores de este servicio y con los que se pretende innovar y destacar en el mercado para poder presentar un portafolio atractivo a las personas y así tener oportunidades en el mercado.

Palabras claves: ecoturismo, turismo, agencia de viajes, emprendimiento, pasadías.

ABSTRACT

The present work projects the creation of a travel company for the municipality of Yumbo that seeks that the inhabitants of this municipality carry out tourism activities within it; both to get to know it better and to increase its economy, since most of the inhabitants make tourism outside of it and waste the things that it offers due to ignorance of all the activities that can be carried out in it. The central idea of this work is to gather information from both the inhabitants of the municipality and external sources that provide the basis for determining the viability of this project.

In turn, the differentiating factors of this service will be shown and with which it is intended to innovate and stand out in the market in order to present an attractive portfolio to people and thus have opportunities in the market.

Keywords: ecotourism, tourism, travel agency, entrepreneurship, outings.

INTRODUCCIÓN

El proyecto consta en la creación de una agencia de viajes en el municipio de Yumbo Valle del Cauca; que les facilitara a las personas la adquisición tanto de planes vacacionales de varios días como de viajes en un solo día llamados pasadías. Viajes SARLE que será el nombre de la empresa busca más que un viaje; brindar experiencias que marque y llenen de alegrías a sus clientes contando con descanso, diversión y aventura. Además, este proyecto está pensado para dar un aprovechamiento a los recursos naturales y espacios con los que ya cuenta el municipio; que la gran mayoría de habitantes desconoce ya que por lo general cuando piensan en turismo se dirigen a otra parte, aparte aprovechando que las pocas empresas que se encuentran en el sector dedicadas al turismo también buscan sus paquetes en el exterior del municipio.

Para esto se utilizaron métodos y técnicas de investigación que ayudaron a reconocer las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades que puede tener una nueva empresa en el municipio de Yumbo, identificando todos los aspectos necesarios para su consolidación como lo es un estudio de mercado, un estudio técnico, para después analizar los aspectos organizacionales y legales necesarios para su constitución y por último la parte financiera con la que se demuestra si es viable o no su creación de esta empresa.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO EN EL MUNICIPIO DE YUMBO VALLE.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento.

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Planteamiento del problema. *La rutina diaria y monótona que se forma por el trabajo, estudio y la casa suelen causar aburrimiento y desmotivación (Baida, 2011)*

El municipio de Yumbo cuenta con una población de 125.663 habitantes (Alcaldía de Yumbo, 2018, párr. 3), los cuales no conocen con exactitud todos los lugares dentro del municipio de Yumbo que sirven como turísticos y que al llegar los fines de semana o vacaciones no han planeado a donde dirigirse para disfrutarlas.

También se ve que una parte de la población cuando desea recrearse prefiere realizarlo en partes lejanas de su sitio de vivienda, muchas veces sin darse la oportunidad de conocer lugares de su entorno ya sea por desconocimiento o porque desean realizarlo en otras partes. Y cuando vienen personas de otras partes desean conocer estos lugares, que los nativos no frecuentaban y llevarse fotos y recuerdos de esos sitios.

Pero dado que para realizar un paseo o viaje se debe implementar un tiempo considerable en varios factores como lo son; la selección del lugar a visitar, los diferentes medios de transporte que se pueden utilizar, alimentación y las actividades a realizar. Los cuales si no se tiene experiencia en seleccionarlos pueden generar malas experiencias.

Por otro parte actualmente tras la pandemia del COVID-19 las personas están aisladas lidiando con la incertidumbre, manejando ciertos protocolos de seguridad por lo cual las actividades de recreación y esparcimiento no pueden llevarse a cabo como lo hacían anteriormente (Pacheco-Cuevas, 2020)

Teniendo en cuenta esta problemática se evidencia que hace falta una empresa que se encargue principalmente de fortalecer el turismo interno del municipio de Yumbo, ya que las empresas actualmente situadas en este municipio; están dedicadas al turismo en sitios fuera de este, y cabe anotar que ahora tras la pandemia los sitios dedicados al turismo en el municipio de Yumbo no están siendo disfrutados, provocando muchas perdidas para estas empresas dedicadas al esparcimiento, recreación y cultura, dichos sitios que al empezar la pandemia tuvieron que cerrar pero que actualmente han vuelto abrir sus puertas teniendo en cuenta todos los protocolos de seguridad.

Visto toda la problemática que se ha planteado se puede concluir que una empresa de turismo en el municipio puede ayudar tanto en la economía del municipio, a las empresas que prestan los servicios de esparcimiento, recreación y cultura y a los habitantes principalmente del municipio de Yumbo como de otros; donde las familias desean esparcirse, recrearse y desconectarse de los problemas cotidianos y de la actualidad teniendo en cuenta todos los protocolos de seguridad.

1.3.2 Formulación del problema.

¿Cómo determinar la viabilidad para la creación de una empresa de turismo en el municipio de yumbo valle?

1.3.3 Sistematización del problema.

¿Cuáles son las características del mercado que se deben tener en cuenta para la creación de una empresa de turismo en el municipio de Yumbo Valle?

¿Cuáles son los requerimientos técnicos y operativos que se necesitan para la creación de una empresa de turismo en el municipio de Yumbo Valle?

¿Cuál debe ser la estructura organizacional y legal para dar funcionamiento a una empresa de turismo en el municipio de Yumbo Valle?

¿Cuáles son los recursos financieros necesarios para llevar a cabo el plan de negocio de una empresa de turismo en el municipio de Yumbo Valle y determinar su viabilidad?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general. Determinar la viabilidad para la creación de una empresa de turismo en el municipio de yumbo valle.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Determinar cuáles son las características del mercado que se deben tener en cuenta para la creación de una empresa de turismo en el municipio de Yumbo Valle.
- Identificar cuáles son los requerimientos técnicos y operativos que se necesitan para la creación de una empresa de turismo en el municipio de Yumbo Valle.
- Establecer cuál debe ser la estructura organizacional y legal para dar funcionamiento a una empresa de turismo en el municipio de Yumbo Valle.

- Determinar cuáles son los recursos financieros necesarios para llevar a cabo el plan de negocio de una empresa de turismo en el municipio de Yumbo Valle y determinar su viabilidad.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Quedarse en casa hoy significa viajar mañana: el mensaje clave de la OMT, que enfatiza nuestra responsabilidad compartida de poner a las personas en primer lugar, ser pacientes y prepararnos para el momento en que el turismo pueda liderar los esfuerzos de recuperación, ha resonado en todo el mundo (Organización Mundial del Turismo (OMT), 2020, párr. 1).

“En Colombia el turismo ha sido un sector de la economía muy importante porque reconocemos en él uno de los principales generadores de progreso, desarrollo y empleo” (Díaz-Granados, 2012, párr. 2).

“Es evidente la importancia que posee una práctica de ocio tan extendida como el turismo, que posibilita el contacto multicultural turista-residente” (Rodríguez-Suárez & Agulló-Tomás, 2002, p. 6).

*El municipio de Yumbo cuenta con sitios de interés como **Dapa** convertido en una opción de turismo, por ser uno de los balcones naturales del Valle del Cauca, donde propios y extraños pueden disfrutar del paisaje y la delicia gastronómica típica del Lugar, **Menga** bajo el lema de "Rumba Responsable", la Zona de Menga perteneciente al corregimiento de Arroyohondo, Se consolida como el mejor destino para la diversión Nocturna del Suroccidente Colombiano, **Mulaló** – Ancestral esta zona se caracteriza por su riqueza histórica, pues en sus tierras se desarrollaron procesos precolombinos, Coloniales e independentistas, que a su vez combinan la historia con la Belleza natural de la imponente de sus cañones, ríos, humedades, fauna y flora, la **Zona Urbana** les da la bienvenida a sus visitantes, con un maravilloso Clima, que combina el Sol con la fresca Brisa que viene de las montañas. Aquí puedes encontrar Parques, Iglesias, Museos, Servicios Bancarios y hospitalarios, Centros Comerciales, restaurantes, bares y discotecas (Alcaldía de*

Yumbo, 2018).

Esta investigación es de carácter práctico ya que con ella se pretende saber si es viable llevar acabo el funcionamiento de una nueva empresa en el área del turismo en el municipio de Yumbo (Mendez-Alvarez, 2015), dado que la sociedad actualmente está inmersa en sus labores diarias como trabajo y estudio, aparte de la pandemia que se está viviendo actualmente, lo que hace muy complicado para ellos dedicarle tiempo a un paseo de fin de semana o más tiempo.

Teniendo en cuenta que el tiempo de ocio es el destinado a actividades de disfrute personal y colectivo, por esto juega un papel de importancia para todos, ya que es este tiempo donde se pueden recrear y despejar la mente de las exigencias del diario vivir.

El municipio de Yumbo es actualmente conocido como la capital industrial del Valle del Cauca. Las empresas que actualmente están instaladas en él; lo hacen tanto por los beneficios tributarios como por su estratégica ubicación con respecto al Aeropuerto y al puerto de Buenaventura, sin contar que al haber tantas empresas también muchas tienen a la mano sus proveedores de materia prima, sin dejar a un lado que cuenta con variedad de sitios de internos los cuales cuentan con muchos atractivos deseados por los turistas; lo que hace que sea un sitio apropiado para la instalación de diferentes clases de empresas incluso del sector del turismo.

Por estas razones la empresa de turismo viajes SARLE se instalará en el municipio de Yumbo; para aprovechar todo el potencial y recursos que se puedan implementar para la realización de turismo y así poder ofertar un portafolio de servicios que facilite a las personas la adquisición de paquetes turísticos con destinos que atraen por sus habitantes, clima, historia, gastronomía, arquitectura y de más atractivos que las personas suele buscar. Acompañado de un viaje confortable con un guía conocedor que sabrá desglosar estas actividades para disfrute de los turistas; contando con la parte de transporte, alimentación, actividades de disfrute y alojamiento dependiendo el caso que sean viajes largos, teniendo en cuenta todos los protocolos de bioseguridad dada la contingencia del momento. Todo esto a precios asequibles que se amolde a las necesidades y preferencias de sus clientes, brindando ese disfrute y confortable descanso que todas las personas necesitan.

1.6 MARCO DE REFERENCIA

1.6.1 Referente histórico. *El turismo, tal y como lo conocemos en el siglo XXI, nace en el siglo XIX. La Revolución Industrial, en un contexto global, provocó un crecimiento exponencial de los viajes y los desplazamientos entre territorios. Con fines muy distintos, tales como las guerras, el ocio, el comercio, la conquista, así como otro tipo de fines, el turismo no ha dejado de crecer, en función que iban desarrollándose todas las infraestructuras y el transporte (Coll-Morales, 2020, párr. 7).*

1.6.2 Referente teórico. Por mucho tiempo se ha pensado que las grandes empresas son las encargadas de generar más empleo, bienestar y satisfacción; pero también se ha visto que son las pequeñas empresas las que generan más empleos, innovan y producen más avances tecnológicos además que los empleados de las pymes tienen mayores niveles de satisfacción (Varela, 2008).

Dependiendo del grado de incertidumbre y riesgo, el emprendedor busca tomar decisiones para aprovechar oportunidades que existen en el entorno, con base en su pensamiento creativo e innovador para elaborar, mejorar y transformar productos y servicios, para sacarlos al mercado, decidiendo sobre sus especificaciones y características (Rodríguez-Ramírez, 2009, párr. 29).

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (La Organización Mundial del Turismo (OMT), 2008, párr. 1).

“Burkart & Medlik (1981) afirman que el turismo son los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera de su lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos” (Alcívar Vera & Bravo Acosta, 2017, p. 3).

En la pirámide Maslow están las necesidades del ser humano representadas en 5 grupos organizadas jerarquizadas, desde las de supervivencia hacia las que se orientan al desarrollo; en el primer nivel que están las de fisiología, donde está el descanso; el cual se puede disfrutar en unas vacaciones donde se desconecte de la monotonía.

El turismo de lujo antes de la pandemia, es totalmente distinto al de hoy. Los destinos de grandes urbes, con alojamientos sofisticados, ya no seducen tanto a los turistas. Los lugares muchos más alejados que tengan, por ejemplo, contacto con la naturaleza, son el nuevo lujo (Gutiérrez-Núñez, 2021, párr. 2).

El acceso al ocio turístico está fuertemente condicionado a la existencia de tiempo libre y de una capacidad económica que permita hacer frente a los gastos de viaje. Tras la conquista de diferentes parcelas de ocio, por parte de las clases populares, y la admisión del derecho de vacaciones remuneradas, empieza a consolidarse los pilares básicos del turismo social (Muñiz-Aguilar, 2001, p. 17).

El país debe generar un efecto incentivador en la producción industrial para que sea la primera en retomar la normalidad; mientras que para el sector de servicios (que tiene un tamaño significativo) se deben perfilar políticas e incentivos para su recuperación paulatina. Actividades como el turismo, viajes, hoteles y restaurantes precisan de apoyo directo en términos financieros para evitar la quiebra (Quintero-Rivera, 2020, párr. 39).

Como eje fundamental de los procesos de sostenibilidad, Min comercio lanzó la 'Política de Turismo Sostenible: unidos por la naturaleza', la cual busca que la sostenibilidad se convierta en la brújula para el desarrollo del turismo en Colombia y, en un aspecto fundamental, para la competitividad de los destinos y negocios turísticos. Con esto, también se espera fortalecer la reputación y el reconocimiento del país como destino turístico sostenible de talla mundial (El Ministerio de Comercio, 2021).

En los últimos años, el turismo ha adquirido una especial relevancia como motor de desarrollo económico. Esto es resultado de una nueva concepción de mundo globalizado, facilidad de acceso a la información, mejores ingresos y mayor disponibilidad de tiempo que destinan las personas para viajar y descubrir nuevos destinos (Santoro, 2019, párr. 1).

El turismo es el sector de la economía que más se consolidó y ganó relevancia en los últimos años: hoy es la tercera industria que más atrae divisas, después del petróleo, el carbón y los otros minerales, y por encima de productos tradicionales como café, flores y banano (Lacouture, 2016, párr. 2).

Con este referente teórico se pretende demostrar que las empresas pequeñas generan muchos beneficios; en parte esto se debe a que al ser todo más pequeño tienen la facilidad de observar todos los ámbitos de ellas y estar en una constante mejora; lo que permite una evolución constante y facilidad para adaptarse. Por otro lado, nos muestra que el descanso y el salir de la rutina es una necesidad de los seres humanos, la cual está sujeta a otros factores como el tiempo, la parte financiera y factores externos como en la actualidad el covid-19. Pero aun así es fundamental saciar esta necesidad y actualmente, aunque se ha visto afectada por la pandemia, el gobierno ha comenzado a tomar medidas para su reapertura económica. También cabe anotar que por esta pandemia las personas van a iniciar sus actividades de esparcimiento en lugares cercanos a sus lugares de residencia mientras se abre paulatinamente este sector de la economía.

1.6.3 Referente conceptual.

Ecoturismo. *El ecoturismo o turismo ecológico es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología* (Pérez-Porto & Merino, 2009, párr. 1).

Turismo. *El turismo es el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Dentro de este concepto deben ser incluidos las relaciones humanas que conllevan y la prestación de servicios. Si bien los motivos del turismo son variados, suelen ser relacionados con el ocio* (Raffino, 2020, párr. 1).

Agencia turística. *Una agencia de Viajes es aquella empresa privada que hace de intermediaria entre sus clientes y determinados proveedores del rubro viajes, tales como aerolíneas, hoteles, cruceros, entre otros, ofreciéndoles a los primeros mejores condiciones de contratación en los viajes que desean emprender* (Ucha, 2010, párr. 1).

Ocio. El ocio es el tiempo libre de una persona. Se trata de la cesación del trabajo o de la total omisión de la actividad obligatoria (Pérez-Porto & Gardey, 2009, párr. 1).

Recreación. Se refiere a divertirse, alegrar o deleitar, en una búsqueda de distracción en medio del trabajo y de las obligaciones cotidianas (Pérez-Porto & Merino, 2008, párr. 1).

1.6.4 Referente legal.

Como dice en el artículo 52 de la constitución política de Colombia se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)

La Ley 1558 de 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”, tiene por objetivo “el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad” (CONGRESO DE LA REPÚBLICA, 2012). Por otro lado, se debe inscribir en el Registro Nacional de Turismo (RNT) es un Registro Público, el cual no tiene ningún costo y que tiene una duración de un año y se debe renovar en el primer trimestre. En este se deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia. Ya que según la Ley General de Turismo de Colombia establece quienes tienen la calidad de prestadores turísticos en el artículo 62 de la Ley 300 de 1996, modificado por el artículo 145 del Decreto Ley 2106 de 2019.

Artículo 45. Exención transitoria del Impuesto sobre las Ventas (IVA) para servicios de hotelería y turismo. Se encuentra exentos del Impuesto sobre las Ventas (IVA) desde la vigencia de la presente ley y hasta el treinta y uno (31) de diciembre de

2021 la prestación de los servicios de hotelería y de turismo a residentes en Colombia, incluyendo turismo de reuniones, congresos, convenciones y exhibiciones, y entretenimiento, por quienes cuenten con inscripción activa en el Registro Nacional de Turismo y presten sus servicios en el ejercicio de las funciones o actividades que según la ley corresponden a los prestadores de servicios turísticos. (EL CONGRESO DE COLOMBIA, 2020).

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.7.1 Tipo de estudios. La presente investigación es de carácter descriptivo ya que se muestran, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio (Bernal, 2010).

Con este estudio se pretenden identificar las necesidades que tienen las personas para poder distraerse de las actividades diarias y las diferentes alternativas con las que pueden llegar a contar.

1.7.2 Método de investigación. Esta investigación es de carácter cuantitativa y cualitativa donde se utilizarán procedimientos para la recolección de información como la observación y la encuesta que se le desarrollarán a los habitantes con el objetivo de saber si suelen comprar paquetes turísticos, qué sitios prefieren, qué tan frecuente realizan viajes, qué tan importante es el precio a la hora de adquirir un paquete turístico, entre otras para poder analizarlas y contrastarlas con documentos y materiales digitales.

1.7.3 Fuentes y técnicas para recolección de información

1.7.3.1 Fuentes primarias. Son las que proporcionan un testimonio o evidencia directa sobre el tema de investigación (Hernández, 2011).

Estas van a ser obtenidas mediante encuestas realizadas a una muestra del municipio de Yumbo.

1.7.3.2 Fuentes secundarias. Las fuentes secundarias son extraídas de libros y páginas web.

1.7.4 Tratamiento de la información

1.7.4.1 Técnicas estadísticas. La información obtenida será procesada para su análisis y comprensión por medio de la estadística descriptiva utilizando indicadores como la media, moda y tasa porcentual.

1.7.4.2 Resultados Esperados. Los resultados esperados son demostrar que tan viable es la creación de una empresa de turismo en el municipio de Yumbo.

2 ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

El panorama que la situación epidemiológica dejó en el mundo en 2020 demuestra la grave afectación que tuvo el sector dentro y fuera del país. Sin embargo, a partir de la reactivación que se ha venido desarrollando de manera paulatina, el turismo empieza a mostrar cifras satisfactorias y un aumento en el interés de los pasajeros por reanudar sus viajes. Esperamos que 2021 sea el año de la recuperación del sector (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO), 2021, párr. 4).

Por otro lado, proporcional información suministrada por encuestas realizadas a los colombianos en el ámbito del turismo como lo es la Anato (Asociación Colombiana de agencias de viajes y turismo), las cuales brindan información de utilidad que es importante destacar.

Gráfico 1. Encuesta por Anato 1



Fuente: (ANATO, 2020, p. 9)

Estos datos nos muestran que la mayoría de personas que equivale a un 47% han dejado de viajar debido al riesgo de contagio.

Gráfico 2. Encuesta por Anato 2

¿Cuáles son tus prioridades a la hora de realizar tu próximo viaje?

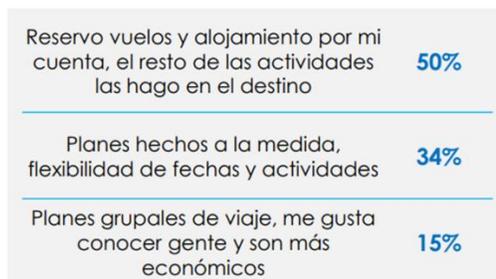


Fuente: (ANATO, 2020, p. 29)

Con esta grafica se concluir que la mayoría de usuarios con un 49% están dispuestos a realizar futuros viajes manteniendo protocolos de seguridad sanitaria, salud e higiene; lo que demuestra que si se puede seguir con el turismo siempre y cuando se cumpla con estos protocolos.

Gráfico 3. Encuesta por Anato 3

A la hora de realizar viajes me gusta elegir:



55% de aquellos que comprarían con una **Agencia de Viajes** elegirían **planes hechos a la medida, flexibilidad de fechas y actividades.**

Fuente: (ANATO, 2020, p. 10)

Con estas cifras se observa que la mayoría de personas prefieren adquirir sus viajes de forma personal; pero es a ellos quienes se les deben mostrar los beneficios que tienen al acceder a los servicios deseados a través de una agencia de viajes. Para así atraer nuevos clientes y dar a conocer los servicios a las personas que si están dispuestas hacerlo con las agencias de viajes.

Colombia cuenta con más de 50.000 especies registradas y cerca de 31 millones de hectáreas protegidas, equivalentes al 15% del territorio nacional, ocupa el segundo lugar a nivel mundial en biodiversidad (Minambiente, 2019, párr. 1).

El Valle de Cauca cuenta con muy diversos y valiosos atributos para convertirse en un maravilloso destino turístico: su gente alegre y espontánea, su clima que puede ser cálido o fresco dependiendo si se está en su capital, en las hermosas playas de Buenaventura o las templadas zonas cafeteras. Su música mágica del Pacífico, o la maravillosa salsa que ha sabido posicionarse internacionalmente son, por sí solos, capaces de convocar gran número de turistas. Qué decir de su gastronomía, mencionar unos cuantos platos es dejar por fuera muchos otros deliciosos manjares. Muchas regiones y localidades quisieran tener tantos recursos como los del Valle del Cauca para articular atractivos productos que conformen una excelente oferta turística (Unión Temporal Turismo Huitonava, 2012, p. 8).

Para el área del turismo la alcaldía municipal cuenta con un programa llamado Plan Especial de Turismo para Yumbo (PETY), que busca la promoción turística, que impulse la calidad de vida de los Yumbeños para abrir un sector productivo para el emprendimiento, refuerce su identidad con él con el territorio y mejore su posicionamiento en el Valle obteniendo un reconocimiento como destino turístico de calidad (Alcaldía de Yumbo, 2018).

El apoyo que brinda la alcaldía municipal es fundamental para la investigación realizada, ya que se puede ver el apoyo e interés que da la alcaldía a esta industria que aún no tiene tanta fuerza ya que hacen falta empresas que impulse el turismo en este municipio y que les brinden la posibilidad a los habitantes de esparcimiento tanto en él, como en otros destinos turísticos.

En cuestiones de rivalidad en el sector turístico hay un artículo de investigación que afirma que la rivalidad en las empresas es del 70% debido al factor de competencia por los precios y el 30% se focaliza en el servicio a sus clientes (Mendoza & Lengerke, 2018).

Por otro lado, la empresa pertenece a la actividad económica de actividades de las agencias de viaje, incluye agencias de viajes, principalmente encargadas de la venta de viajes, paquetes turísticos; transporte y servicios de alojamiento al por mayor o al por menor al público en general y a clientes comerciales; representada por el código CIIU 7911 que en la economía Naranja aparece como inclusión parcial.

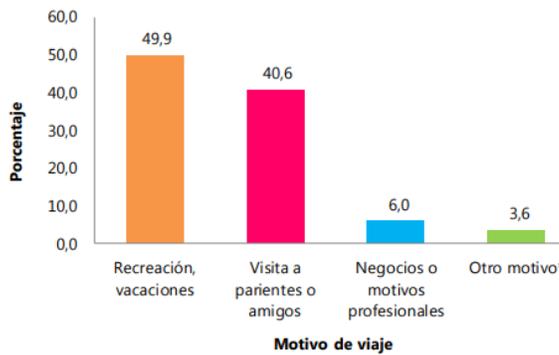
En este análisis del sector se pueden ver todas los beneficios y oportunidades que tiene el turismo dentro de Yumbo, en el Valle de Cauca, Colombia e incluso ahora con la pandemia que ha afectado a todas las personas y sectores de la economía mundial; el turismo también que también se vio afectado en gran manera pero como se menciona anteriormente se ha ido recuperando y es algo importante para la economía y va a seguir creciendo ya que todo el encierro provocado por esta pandemia ha aumentado el deseo de salir y recrearse de las personas. Como también se reflejan algunas elecciones de las personas a la hora de viajar frente a la actual pandemia que ha afectado a todos.

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

2.2.1 Análisis de demanda. *“Se entiende por demanda al llamado consumo nacional aparente (CNA), que es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere” (Martínez, 2016, párr. 12).*

El grafico que está a continuación presenta el turismo interno en Colombia en personas mayores de 10 años según el motivo de viaje. En el cual se observa que lleva la delantera el turismo de recreación y vacaciones, seguido por visita a parientes o amigos, lo que demuestra que una de las razones fundamentales para viajar es el ocio y para las personas es más fácil llevar a cabo actividades de esparcimiento si una empresa los guía para hacerlo de una manera que les permita ahorrar tanto tiempo como dinero.

Gráfico 4. Turismo interno según motivo de viaje



FUENTE: (DANE, 2019, p. 5)

Para el año 2019 el municipio de Yumbo cuenta con una población de 128.616 habitantes, el municipio de Jamundí 129.877 habitantes, el municipio de Palmira 312.519 habitantes y la ciudad de Cali con 2.228 millones de habitantes que son los municipios del Valle más cercanos del municipio de Yumbo con los cuales también se puede trabajar dada la cercanía. Pensando en esto y teniendo en cuenta la importancia que tiene una empresa de turismo en el Valle del Cauca se radicará en el municipio de Yumbo; dado que es el municipio en el que se desea trabajar primordialmente, ubicando la empresa en el barrio central de comercio que es el Belalcázar ubicado en la comuna dos, para aprovechar la concurrencia obtenida tanto por los habitantes de este lugar, como turistas que solo pasan o que llegan al municipio.

2.2.2 Análisis de la oferta. En el departamento del valle del Cauca las agencias de viajes operadoras están el 98,87% en Cali y el 1,13 en el resto del Valle, con un total de 495.459 de planes vendidos en el Valle y 43.677 planes vendidos en Valle fuera de Cali para el año 2019 (Sistema de información turística Valle del Cauca, 2020).

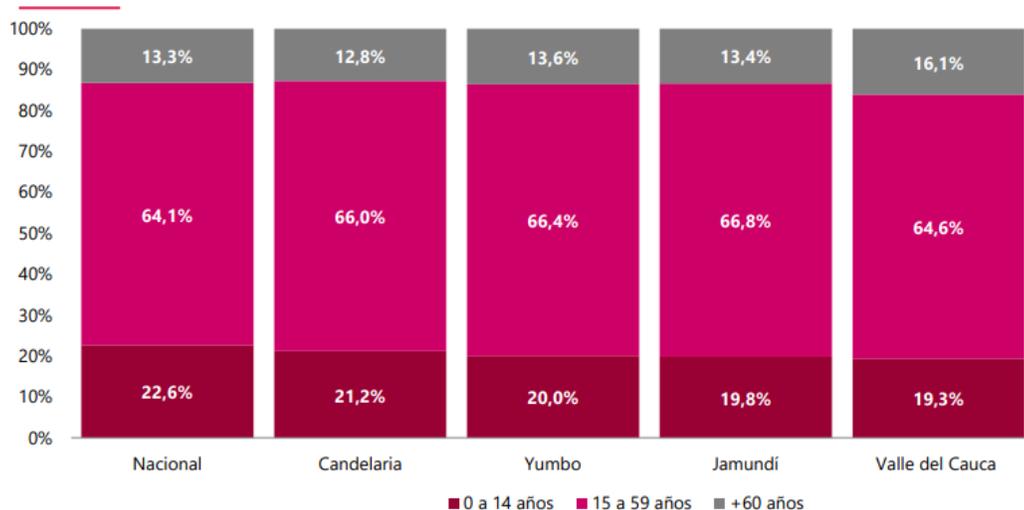
Estos datos nos informan solo el 8.81% del mercado se encuentra en los municipios del Valle lo cual indica que la participación de yumbo es mucho más baja; lo que se puede mejorar.

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

2.3.1 Clientes. Los clientes quienes son la razón principal de ser de una empresa en cualquier sector; ya que es hacia ellos que se dirigen los servicios es oportuno conocer sus preferencias y tendencias para esto se debe determinar cuál es el público objetivo.

Gráfico 5. Distribución de la población por grandes grupos de edad

Distribución de la población por grandes grupos de edad



Fuente: (DANE, 2020, p. 40)

Según los datos del DANE los habitantes del municipio de Yumbo para el año 2018 eran 25.663 de los cuales el 66.4% están en las edades de 15 a 59 cantidad que equivale a 17.040 entre los cuales está el mercado potencial de la empresa.

Para obtener la información de los clientes en esta investigación de carácter cuantitativo el instrumento a utilizar es la encuesta; la cual es fundamental para determinar lo que están buscando las personas a quienes se va a dirigir el servicio, ya que la población es extensa se seleccionara una muestra utilizando la siguiente fórmula para población finita.

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

Para desarrollar la fórmula anterior necesitaremos ciertos datos que se muestran a continuación.

Tabla 1. Datos para la muestra

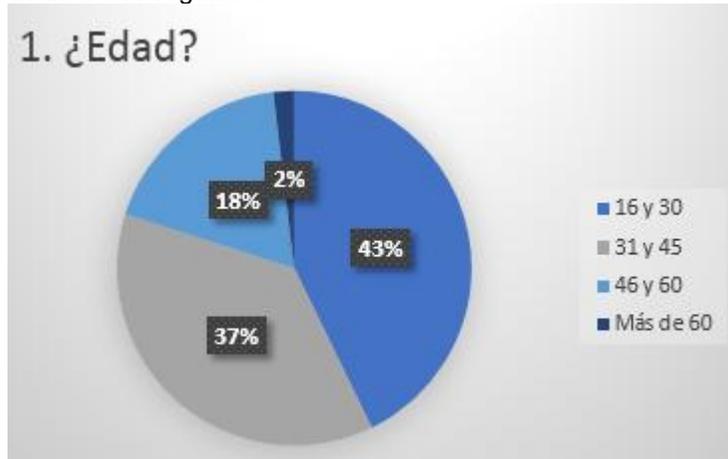
n= Muestra	262,68
N= Población	17.040
p= Probabilidad a favor	50%
q= (1-p)= Probabilidad en contra	50%
Z= Nivel de confianza	1,96
e= Error de muestra	6%

Fuente: Elaboración propia.

En estos datos tenemos la población del mercado potencial que puede adquirir el servicio, manejando una probabilidad de un 50% tanto a favor como en contra, un nivel de confianza del 95% que equivale a 1.96 y un error de muestra del 6%; dando como resultado una muestra de 263 personas a encuestar, pero se realizan 264 para poder encuestar la misma cantidad en cada comuna del municipio de Yumbo. Para esta actividad se empleará un muestreo aleatorio estratificado teniendo como base que el municipio está dividido por 4 comunas y de estas se seleccionan al azar un total 66 encuestados en cada una de ellas.

2.3.1.1 La encuesta. Esta encuesta tiene por objetivo reunir información sobre gustos y preferencias al realizar viajes de turismo en habitantes del municipio de Yumbo dividido por comunas.

Gráfico 6. Pregunta 1



Fuente: Elaboración propia.

La información que se obtuvo con esta gráfica es que los resultados de esta encuesta se refieren mayormente a personas entre los 31 y 60 años ya que sus porcentajes están entre 37% y 43%.

Gráfico 7. Pregunta 2



Fuente: Elaboración propia.

En esta gráfica se puede observar que las personas prefieren agendar sus viajes personalmente pero el porcentaje no está muy lejos de los que, si contratan por agencia de viajes esto es significativo para una agencia de viajes y también indica que las personas que diseñan sus vacaciones personalmente son clientes potenciales.

Gráfico 8. Pregunta 3



Fuente: Elaboración propia.

Con esta gráfica se puede observar que la mayoría de personas realizan vacaciones tradicionales con el 46% y ecológico un 36% los cuales suman la gran mayoría de estilos vacacionales para que las empresas de turismo sepan a qué dirigir su mercado.

Gráfico 9. Pregunta 4

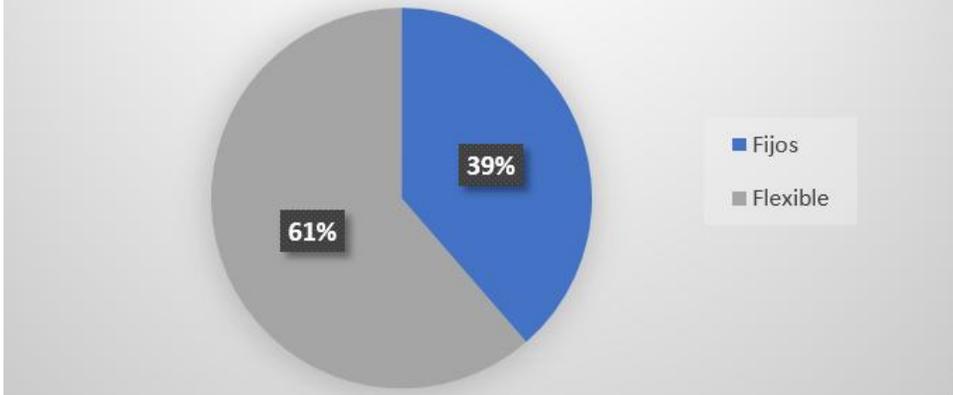


Fuente: Elaboración propia.

Con esta gráfica se puede concluir que las personas suelen viajar de 3 en adelante veces por año; que es muy significativo para las empresas dedicadas al turismo ya que aparte de saber que pueden ofrecer sus servicios a cada uno de los habitantes; también tienen la posibilidad que estos compren más de un paquete por año.

Gráfico 10. Pregunta 5

5. Para comprar paquetes de turismo te gustan fijos o flexibles (que lo puedas acomodar a tus necesidades y presupuesto).



Fuente: Elaboración propia.

Con esta gráfica se puede observar que a las personas les gusta tener control en la elección del servicio y sus beneficios.

Gráfico 11. Pregunta 6

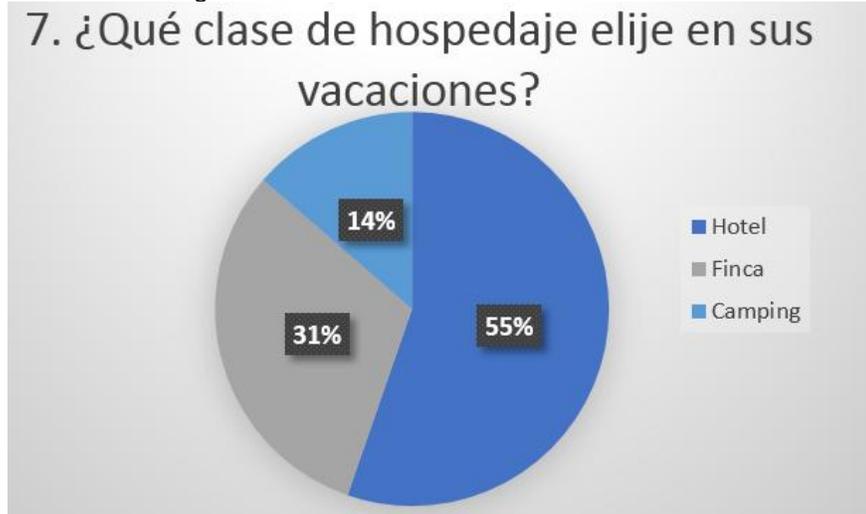
6. ¿Cuál es tu grupo de viaje habitual?



Fuente: Elaboración propia.

Con esta gráfica se puede observar que las personas viajan principalmente con sus familias; así que los planes que crean las agencias de turismo deben tener mayor atractivo para familias y grupos numerosos.

Gráfico 12. Pregunta 7



Fuente: Elaboración propia.

Con este gráfico se puede observar que la mayoría de las personas prefieren hospedarse en hoteles, seguidamente de fincas, pero una minoría prefiere acampar y esto se debe a que a la hora de hospedarse prefieren ciertas comodidades.

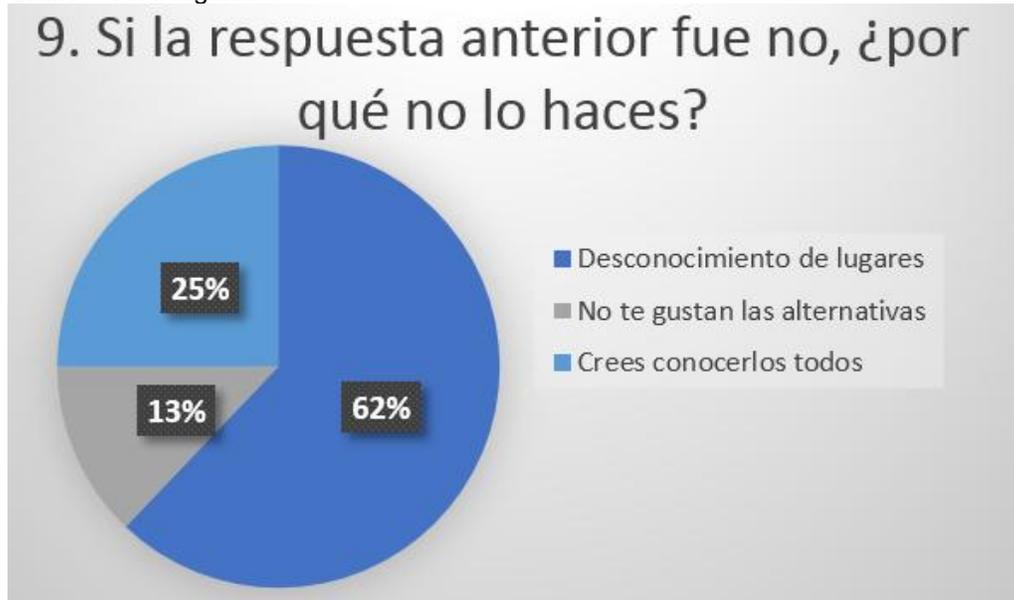
Gráfico 13. Pregunta 8



Fuente: Elaboración propia.

Con esta gráfica se puede ver que la mayoría de residentes del municipio de Yumbo prefieren vacacionar fuera de él.

Gráfico 14. Pregunta 9



Fuente: Elaboración propia.

En este gráfico que es complemento del anterior se puede apreciar que las personas que no vacacionan en el municipio son por desconocimiento de los lugares de los cuales disfrutar.

Gráfico 15. Pregunta 10



Fuente: Elaboración propia.

En este gráfico podemos ver que las personas prefieren adquirir un viaje por el destino y las actividades que se desarrollaran en el que por el precio ya que este es el que al parecer tiene menor importancia por las personas encuestadas.

Gráfico 16. Pregunta 11



Fuente: Elaboración propia.

Con estas respuestas se pueden tener idea de que gustos, preferencias o que están dispuestos hacer las personas en un viaje de turismo.

Con toda esta información suministrado por los Yumbeños; se pueden observar algunos gustos y tendencias de los Yumbeños en el turismo. Lo cual es de mucha utilidad a la hora de diseñar paquetes de turismo, generar estrategias de precio, venta promoción y distribución.

2.3.2 Competencia. Las empresas de turismo del municipio de Yumbo en el momento son 4, pero ninguna de ellas es competencia directa ya que la empresa viajes SARLE está buscando incentivar el turismo en el interior del municipio de Yumbo y poco a poco ir creciendo hacia otros; pero buscando sitios que proporcionen espacios de esparcimiento, gastronomía y cultura; que no son tan conocidos por la mayoría personas; dándoles así nuevas experiencias.

Por tal motivo, dado que las otras empresas están encaminadas a otros sectores como lo son; los sitios de turismo más populares como; el Parque del Café, Panaca, siendo estos los más cercanos; ya que el principal atractivo que tienen en común son realizar viajes a la costa; destinos que cuenten con mar ya sea en Colombia o viajes internacionales y teniendo en cuenta que sus enfoques no son iguales a los que la empresa viajes SARLE pretende realizar; no se pudo realizar un análisis con respecto a precios en el mercado.

2.3.2.1 IVT Viajes y Turismo

Imagen 1. Logó IVT Viajes y Turismo



Fuente: (*IVT Viajes y Turismo*, 2020, p. 1)

Cuenta con más de 5 años de actividad. Fue la primera en el municipio; los viajes que desarrolla son principalmente a San Andrés, también desarrolla viajes a lugares en sus ferias y una que otra pasadía al Parque del Café, Panaca y la hacienda del paraíso.

2.3.2.2 DL VIAJES Y TURISMO

Imagen 2. Logó DL VIAJES Y TURISMO



El mundo a tu alcance

Fuente: (*DL VIAJES Y TURISMO*, 2018, p. 1)

Cuenta con 3 años de actividad. Centra su funcionamiento en viajes a lugares donde se encuentre el mar; tanto al interior como el exterior del país, realiza pasadías cuando dichos sitios están de aniversario para que estos presenten ciertas promociones. O.T.B. Excursiones Fascinantes

Imagen 3. Logó O.T.B. Excursiones Fascinantes



Fuente: (O.T.B. Excursiones Fascinantes, 2020, p. 1)

Cuenta con más de 7 años de funcionamiento, pero más reciente en el municipio de Yumbo; sus viajes se centran en viajes al caribe, lugares en ferias y otras al exterior que disfruten del mar.

2.3.2.3 Yumbo turismo

Imagen 4. Logó Yumbo turismo



Fuente: (Yumbo turismo, 2021, p. 1)

Cuenta con más de 3 años de funcionamiento. Con viajes a nivel nacional tanto pasadías como largos; enfocándose en los destinos más populares y concurridos del territorio colombiano.

2.4 PLAN DE MERCADEO

Para el plan de mercado se investigan sitios que presten turismo en el municipio de Yumbo; destinos que cuenten con atractivos como clima expresiones culturales: arquitectura, historia, gastronomía, artesanías, mitos y leyendas; entre otras características que hagan atractivo el destino. Enfatizándose en sitios que las personas desconocen y que las demás agencias no han explotado aún.

Para este trabajo se van a presentar dos de estos; uno en Dapa y el otro en Mulaló ambos corregimientos del municipio de Yumbo.

2.4.1 Proveedores. Los proveedores seleccionados para la empresa viajes SARLE se dividen en; transporte, hospedaje, alimentación y actividades para estos servicios los proveedores nos pueden dar uno o varios de los servicios necesarios.

2.4.1.1 Transporte. El transporte se llevará acabo con la empresa Transportes Murillo Rengifo S.A.S. con la que se acordó que para la realización de un viaje se debía programar con mínimo 8 días de anticipación; dando un abono del 40% que equivale a 36.000 pesos, ya que el precio para cualquiera de los dos destinos que se van a realizar tiene un costo de 90.000 pesos y el faltante se entregaría el día de la salida.

La prestadora de servicio maneja varias líneas de transporte; para varias cantidades de pasajeros, pero; los acuerdos se llevaron a cabo con la de 40 pasajeros que es la necesidad de la empresa viajes SARLE.

Estos vehículos vienen con su respectivo aire acondicionado, wifi, baño, sillas reclinables, puerto para cargar celulares, entre otras comodidades para sus pasajeros.

2.4.1.2 Actividades en Mulaló. Para las actividades que se realizaran en Mulaló se necesitan varios proveedores; el Museo de Mulaló quien teniendo en cuenta la cantidad de personas redujo el valor de la entrada de 3000 a 2000 por persona sin importar el día, la alimentación; en el restaurante D´Pipe que está ubicado al frente del parque de Mulaló se llegó al acuerdo de la preparación 41 almuerzos (contando el guía) con carne típica de Mulaló que es la carne chivo la cual debe de confirmarse mínimo con dos días de anticipación para poder prepararla y adicional a eso si alguno de los pasajeros previamente informado de lo que sería el almuerzo se le dará a escoger de la carta sin alterar el valor pactado de 575.000 pesos; siempre y cuando sea informado el mismo día de la confirmación del viaje, el refrigerio que se cotizo con la panadería Ququi pan de Yumbo se fijaron 41 refrigerios de jugo hit en caja y pan hawaiano por 70.000 pesos; en con el balneario se llegó al acuerdo de que la entrada de las 40 personas seria de 340.000 que equivale al 85% de la entrada normal y el guía que los acompaña entra gratis y para el viaje turístico se va a realizar en el mismo balneario el costo de la comida, media hora de cabalga y hospedaje es de 3.250.000 pesos que equivale al 80% donde ya está contemplado el hospedaje del guía por 50.000 pesos, donde podrán descansar y disfrutar de todas las comodidades del balneario como la piscina, juegos de villar, cancha, juegos de tejo y juegos infantiles.

Para las actividades en Dapa solo se contrata un proveedor que es el Refugio Corazones Verdes el cual ofrece para las pasadías un valor de entrada del 55% del valor de la entrada habitual que seria 24.200 dando un total de 968.000 por las 40 personas; con la entrada gratis del guía. Dando por este valor una serie de actividades como lo son; bio -charla sobre la biodiversidad y la reserva natural, avistamiento de aves y caminata por el sendero ecológico del refugio, eco – yoga, aromaterapia, almuerzo entre otras actividades y para el viaje turístico brinda el hospedaje, alimentación, la montada acaballo y demás actividades del refugio por un valor de 100.000 pesos por persona y para el guía un valor de 55.000 pesos; sumando así 118.566 pesos.

2.4.1.3 Costos. Estos son los costos de tanto de los pasadías como de los viajes turísticos que se llevaran primeramente en el municipio de Yumbo para fomentar el sentido de pertenencia hacia él y seguidamente se buscaran sitios con igual importancia que todavía las personas no disfrutan por desconocimiento o por visitar los mismos lugres siempre.

Tabla 2. Viaje a Mulaló pasadía

VIAJE A MULALÓ PASADÍAS					
INSUMOS	CANT	MEDIDA	VALOR TOTAL	CANT X UNIDAD	VALOR
Entrada al museo	40	Unidades	80.000	1	2.000
Entrada al balneario el Llanito	40	Unidades	340.000	1	8.500
Bus ida y vuelta con seguro a los pasajeros	40	Unidades	90.000	1	2.250
Refrigerio	40	Unidades	70.000	1	1.750
Almuerzo típico	40	Unidades	575.000	1	14.375
COSTO UNITARIO					28.875
MDO					12.080
CIF					1.737
COSTO UNITARIO TOTAL					42.691

Fuente: Elaboración propia.

En esta tabla se encuentran los costos que tiene una pasadía a Mulalo teniendo en cuenta los valores ofrecidos a compras por mayor que dieron los proveedores; obteniendo un costo unitario de costo unitario de 28.875 pesos y un costo unitario total de 42.691 pesos; con el costo de mano de obra de producción y el costo indirecto de fabricación o gestión del servicio.

Tabla 3. Viaje a Mulaló viaje turístico

VIAJE A MULALÓ VIAJE TURÍSTICO					
INSUMOS	CANT	MEDIDA	VALOR TOTAL	CANT X UNIDAD	VALOR
Entrada al museo	40	Unidades	80.000	1	2.000
Entrada al balneario el Llanito (con hospedaje y alimentación)	40	Unidades	3.200.000	1	80.000
Bus ida y vuelta con seguro a los pasajeros	40	Unidades	90.000	1	2.250
Refrigerio	40	Unidades	70.000	2	3.500
Almuerzo típico	40	Unidades	575.000	1	14.375

VIAJE A MULALÓ VIAJE TURÍSTICO					
INSUMOS	CANT	MEDIDA	VALOR TOTAL	CANT X UNIDAD	VALOR
COSTO UNITARIO					102.125
MDO					12.080
CIF					1.737
COSTO UNITARIO TOTAL					115.941

Fuente: Elaboración propia.

En esta tabla se encuentran los costos que tiene un viaje turístico a Mulaló teniendo en cuenta los valores ofrecidos a compras por mayor que dieron los proveedores; obteniendo un costo unitario de costo unitario de 102.125 pesos y un costo unitario total de 115.941 pesos; con el costo de mano de obra de producción y el costo indirecto de fabricación o gestión del servicio.

Tabla 4. Viaje al refugio corazones verdes Dapa pasadía

VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA PASADÍAS					
INSUMOS	CANT	MEDIDA	VALOR TOTAL	CANT X UNIDAD	VALOR
Entrada	40	Unidades	968.000	1	24.200
Bus ida y vuelta con seguro a los pasajeros	40	Unidades	90.000	1	2.250
COSTO UNITARIO					26.450
MDO					12.080
CIF					1.737
COSTO UNITARIO TOTAL					40.266

Fuente: Elaboración propia.

En esta tabla se encuentran los costos que tiene una pasadía a Dapa teniendo en cuenta los valores ofrecidos a compras por mayor que dieron los proveedores; obteniendo un costo unitario de costo unitario de 26.450 pesos y un costo unitario total de 40.266 pesos; con el costo de mano de obra de producción y el costo indirecto de fabricación o gestión del servicio.

Tabla 5. Viaje al refugio corazones verdes Dapa viaje turístico

VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA VIAJE TURÍSTICO					
INSUMOS	CANT	MEDIDA	VALOR TOTAL	CANT X UNIDAD	VALOR
Entrada (con hospedaje y alimentación)	40	Unidades	4.000.000	1	100.000
Bus ida y vuelta con seguro a los pasajeros	40	Unidades	90.000	1	2.250
COSTO UNITARIO					102.250
MDO					12.080
CIF					1.737
COSTO UNITARIO TOTAL					116.066

Fuente: Elaboración propia.

En esta tabla se encuentran los costos que tiene un viaje turístico a Dapa teniendo en cuenta los valores ofrecidos a compras por mayor que dieron los proveedores; obteniendo un costo unitario de costo unitario de 102.250 pesos y un costo unitario total de 116.066 pesos; con el costo de mano de obra de producción y el costo indirecto de fabricación o gestión del servicio.

2.4.2 Estrategia de precios

Los precios de viajes SARLE se establecerán con los precios promedio del mercado, dado que en la actualidad las empresas de turismo en el municipio de Yumbo no se encuentran atendiendo los mismos sitios que la empresa pretende atender no se tiene con quien tomar este promedio; por tal razón se realiza un estudio de cuáles son los costos que se adquieren de manera particular para realizar las pasadías y viajes.

Tabla 6. Viaje a Mulaló pasadías como independiente

VIAJE A MULALÓ PASADÍAS		
INSUMOS	CANT X UNIDAD	VALOR
Entrada al museo	1	3.000
Entrada al balneario el Llanito	1	10.000
Bus ida y vuelta con seguro a los pasajeros	1	10.600
Refrigerio	1	3.500

VIAJE A MULALÓ PASADÍAS		
INSUMOS	CANT X UNIDAD	VALOR
Almuerzo	1	30.000
COSTO UNITARIO		57.100

Fuente: Elaboración propia.

Estos son los costos que tiene la pasadía a Mulaló sumando un valor de 57.100 pesos por persona.

Tabla 7. viaje a Mulaló viaje turístico como independiente

VIAJE A MULALÓ VIAJE TURÍSTICO		
INSUMOS	CANT X UNIDAD	VALOR
Entrada al museo	1	3.000
Entrada al balneario el Llanito (con hospedaje y alimentación)	1	100.000
Bus ida y vuelta con seguro a los pasajeros	1	10.600
Refrigerio	2	7.000
Almuerzo típico	1	30.000
COSTO UNITARIO		150.600

Fuente: Elaboración propia.

Estos son los costos que tiene el viaje turístico a Mulaló sumando un valor de 150.600 pesos por persona.

Tabla 8. Viaje al refugio corazones verdes Dapa pasadías como independiente

VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA PASADÍAS		
INSUMOS	CANT X UNIDAD	VALOR
Entrada	1	44.000
Bus ida y vuelta con seguro a los pasajeros	1	12.600
COSTO UNITARIO		56.600

Fuente: Elaboración propia.

Estos son los costos que tiene la pasadía en Dapa sumando un valor de 62.000 pesos por persona.

Tabla 9. Viaje al refugio corazones verdes Dapa viaje turístico como independiente

VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA VIAJE TURÍSTICO		
INSUMOS	CANT X UNIDAD	VALOR
Entrada (con hospedaje)	1	155.000
Bus ida y vuelta con seguro a los pasajeros	1	12.600
COSTO UNITARIO		167.600

Fuente: Elaboración propia.

Estos son los costos que tiene la pasadía en Dapa sumando un valor de 167.600 pesos por persona.

Teniendo en cuenta todos estos costos se determina el margen de diferencia con el valor de los costos de cada servicio y se estipula un precio; si en el municipio de Yumbo o sus alrededores existiera una agencia que tuviera estos destinos turísticos se encontraría la media para determinar el precio.

Tabla 10. Márgenes brutos con margen por costos individuales

MÁRGENES BRUTOS			
ÍTEM	COSTO SIN IVA	MARGEN	PRECIO DE VENTA SIN IVA
VIAJE A MULALÓ PASADÍAS	42.691	33,75%	57.100
VIAJE A MULALÓ VIAJE TURÍSTICO	115.941	29,89%	150.600
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA PASADÍAS	40.266	40,56%	56.600
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA VIAJE TURÍSTICO	116.066	44,40%	167.600

Fuente: Elaboración propia.

Si estos márgenes fueran con el promedio de otras agencias de viajes que prestaran sus servicios en estas partes la empresa los tomaría para establecer sus precios; pero dado que no, solo se tomara como referencia y se optará por un margen similar que le presente a la empresa utilidades y que se amolde a sus necesidades, tratando eso si de que sean similares.

Tabla 11. Márgenes brutos con margen seleccionado

MÁRGENES BRUTOS			
ÍTEM	COSTO SIN IVA	MARGEN	PRECIO DE VENTA SIN IVA
VIAJE A MULALÓ PASADÍAS	42.691	30,00%	55.499
VIAJE A MULALÓ VIAJE TURÍSTICO	115.941	30,00%	150.724
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA PASADÍAS	40.266	34,00%	53.957
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA VIAJE TURÍSTICO	116.066	34,00%	155.529

Fuente: Elaboración propia.

Estos márgenes en comparación con los anteriores son más bajos; esto con el fin de que las personas puedan ver que es más rentable y que al ser una agencia cuenta con mayor seguridad y confianza al contrario que fueran de manera independiente.

2.4.3 Recaudos. Las formas de recaudo que se estipulan con los clientes consisten en que separan el viaje con un 40% y en el transcurso de los meses siguiente lo va pagando; terminado que pagarlo con 20 días de anticipación al viaje y es este mismo tiempo que tiene para cambiar de fecha; si así lo requieren, de lo contrario se maneja la. Por otra parte, los pagos con los proveedores se realizan de contado.

Tabla 12. Recaudos y pagos

RECAUDOS	
CONTADO	40,00%
CRÉDITO	60,00%
PLAZO (MESES)	12

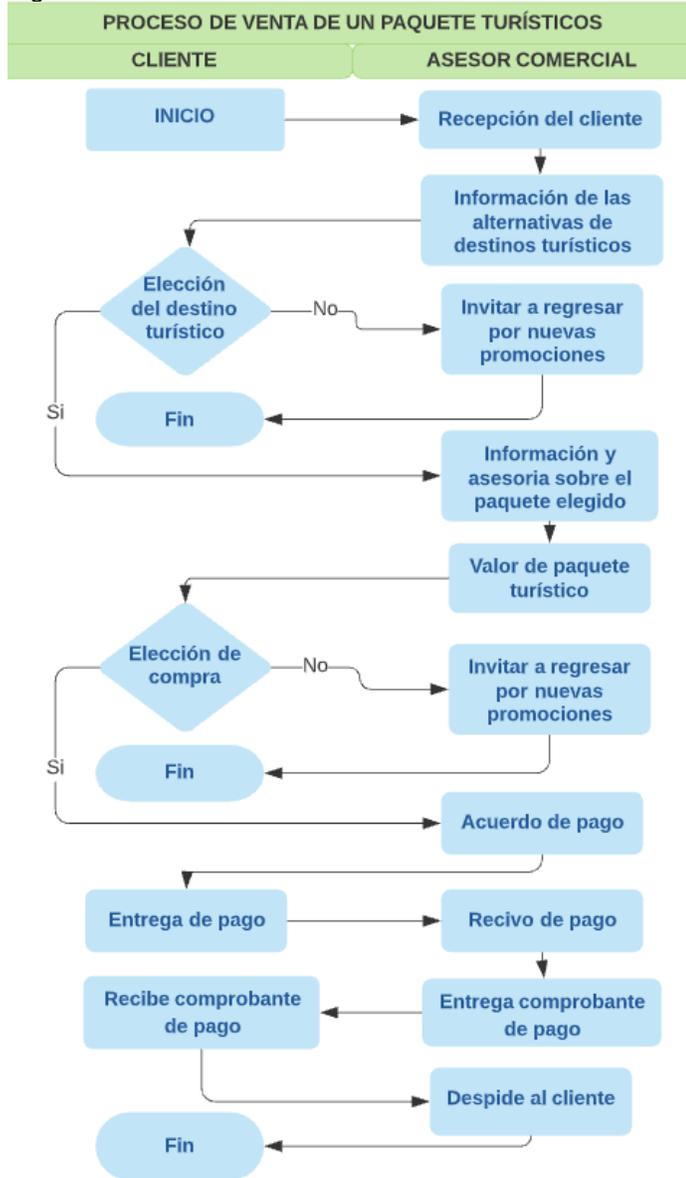
PAGOS	
CONTADO	100,00%
CRÉDITO	0,00%
PLAZO (DÍAS)	0

Fuente: Elaboración propia.

Pero en la parte contable se maneja que el recaudo es de contado el 100%; dado que los recaudos se obtienen antes del viaje completamente.

2.4.4 Estrategia de venta. Las estrategias de venta las llevan las asesoras comerciales de la empresa de viajes SARLE; quienes conocen todos los servicios y promociones de la empresa.

Figura 1. Proceso de venta del servicio



Fuente: Elaboración propia.

2.4.5 Estrategia promocional. Los elementos tenidos en cuenta para la estrategia promocional de la empresa viajes Sarle son:

- Publicidad
- Venta personal
- Promoción de ventas

- Volantes
- Pancartas

Tabla 13. Gastos por promoción

GASTOS VENTAS			
ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL AJUSTADO
Gastos de representación	1	550.000	568.700
Volantes	1	80.000	82.720
Pancartas	1	100.000	103.400
TOTAL, GASTOS VENTAS			754.820

Fuente: Elaboración propia.

Para promover las ventas y fidelizar los clientes, se brindan descuentos al completar la compra de 5 planes turísticos por el 5%, en su próximo destino turístico, por otro lado, se dará propaganda por medios impresos (volantes y pancartas) y por medios digitales (redes sociales y pagina web) todas estas con el logotipo de la empresa para que la identifiquen, para lo cual es necesario la creación de la página web y de más perfiles para dar a conocer los diferentes servicios ofertados y donde poder interactuar con los clientes para así saber sus opiniones, quejas y/o sugerencias.

2.4.6 Estrategia de distribución. Las estrategias de ventas de la empresa viajes SARLE consiste emplear a madres cabeza de familia con un nivel técnico que tenga conocimiento de su sector y comuna para que tengan esa facilidad de llegarle a sus vecinos y darles a conocer el portafolio de servicios de la empresa y todos los beneficios que ofrece; esto acompañado de un manejo de redes sociales lo cual en conjunto ayudara a posicionar el nombre de la empresa.

2.4.7 Políticas de servicios. Las políticas de servicio de viaje SARLE consisten en darle mayor importancia a los recursos naturales que tenemos cerca al municipio los cuales están enmarcados para generar conciencia ambiental y conciencia de la cultura e historia para generar sentido de pertenencia por el municipio y su territorio, dándole a los habitantes de él y los de sus alrededores la fortuna de conocerlo y disfrutarlo sanamente.

2.4.8 Tácticas de venta. Las tácticas de ventas que adoptará la empresa viajes SARLE son; entregara un cronograma de los paquete turístico que presta la empresa en todo el año para que así los turistas puedan conocerlo y acceder a los que desee realizar por 5 paquetes adquiridos el sexto tendrá un descuento del 5%, esto con el fin de incentivar a los clientes a adquirir más y así ellos tendrán varias actividades a realizar con la empresa las cuales pueden pagar todas de contado o abonar el 40 y llevar lo restante a crédito, facilitando así su pago total. También se va a manejar un descuento de diferido de un 3% para implementar la voz a voz.

3 ESTUDIO TÉCNICO

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

En esta parte se muestran los implementos y recursos que se deben tener en cuenta para la prestación del servicio que llevara a cabo la viajes SARLE, después de identificarlos se seleccionan los que presenten mejores resultados teniendo en cuenta su funcionamiento y rentabilidad que le representen a la empresa.

3.1.1 Servicio. Los servicios que presta Viajes SARLE son la facilidad de adquirir alojamientos, alimentación, traslados, guías, excursiones locales, y la facilidad de organizar los paquetes turísticos de la manera en que mejor se ajuste a las necesidades individuales, como también paquetes establecidos. Por otra parte, se pretende tener el cronograma de actividades que se desarrollaran en el transcurso del año para que las personas la puedan adquirir con mucho tiempo de anterioridad y así programar sus vacaciones o salidas; separando su cupo con un 40% e ir las pagando a su conveniencia.

La agencia de viajes SARLE realiza sus funciones reservando entradas en lugares turísticos y contratando el servicio de transporte y alimentación, dada que su principal función es brindar la posibilidad de adquirir en un solo sitio todos los beneficios. La logística para el viaje la lleva a cabo el grupo de trabajo administrativo (la administradora y el coordinador general) quienes se encargan de decidir los lugares, rutas y contenido de los paquetes, seguido de esto le informaran a la secretaria quien se encarga de realiza las reservaciones y contrataciones necesarias para que después las asesoras turistas puedan ofertar los servicios e incluso ella ; ya que en ocasiones dará a conocer el portafolio de servicios a las personas que visiten las oficinas y en otras ocasiones los dirige con los con las asesoras turistas.

La innovación que se está buscando en el servicio tradicional de viajes es; que todas las agencias locales en el municipio de Yumbo buscan dar recorridos o viajes fuera de su territorio y para la empresa viajes SARLE es fundamental el aprovechamiento de recursos internos del municipio para fomentar el turismo interno.

Por otra parte, se pretende que el talento humano dedicado a dar asesoría a los clientes sean madres amas de casa permitiéndoles que trabajen desde esta, las cuales deberán estar ubicadas estratégicamente en cada una de las comunas para tener una mejor cobertura del municipio y brindar un mayor alcance.

Para este proyecto se manejan dos líneas del servicio que son; pasadías y viajes turísticos; las cuales se van a trata en dos destinos del municipio de Yumbo las cuales son Dapa y Mulalo.

Cuadro 1. Ficha técnica de pasadías en Mulalo

FICHA TÉCNICA	
NOMBRE DEL SERVICIO:	Pasadía a Mulalo.
USUARIOS:	Para toda la familia.
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:	<p>Estos viajes cuentan con itinerario establecido, transporte de ida y vuelta, alimentación (desayuno, almuerzo típico y refrigerio), entradas (museo y balneario el llanito, guía, asistencia médica y servicio de GPS.</p> <p>Donde se disfrutará de la cultura e historia del lugar seguido de una tarde de sano esparcimiento en el balneario con piscina, billar y juegos infantiles.</p>
NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES:	<p>La necesidad está en que las personas están inmersas en sus actividades diarias y necesitan un escape, pero no cuentan con mucho tiempo y solo disponen del fin de semana o incluso solo del día domingo; para sus actividades de esparcimiento.</p>

FICHA TÉCNICA	
REQUISITOS TÉCNICOS:	Contratación y agendamiento previo a la actividad de alimentación, transporte y entradas. El guía turístico es quien brinda el acompañamiento en el recorrido teniendo todos los conocimientos de la ruta y sitios a visitar, prestando el servicio de la mejor manera.
PUNTOS DE CONTROL:	La oficina se encontrará en el centro de Yumbo.
VIGENCIA ESPERADA:	La venta de planes turístico se puede realizar hasta con un año de anterioridad respetando los acuerdos iniciales; esto con el fin de darle a las personas la facilidad de programar su actividad con tiempo y que pueda pagarla cómodamente, de no poder viajar en la fecha pactada tienen la opción de posponerla con 20 días de anticipación.
COSTOS:	Todos los precios de los planes están sujetos tanto al lugar, temporada, como a la cantidad de personas que viajen.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 2. Ficha técnica de pasadías en Dapa

FICHA TÉCNICA	
NOMBRE DEL SERVICIO:	Pasadía a Dapa.
USUARIOS:	Para toda la familia.
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:	Estos viajes cuentan con itinerario establecido, transporte de ida y vuelta, alimentación (desayuno, almuerzo y refrigerio), entrada al refugio corazones verdes, guía, asistencia médica y servicio de GPS. Donde se disfrutará del clima de caminatas ecológicas, avistamiento de aves y juegos tipo desafío para niños.
NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES:	La necesidad está en que las personas están inmersas en sus actividades diarias y necesitan un

FICHA TÉCNICA	
	escape, pero no cuentan con mucho tiempo y solo disponen del fin de semana o incluso solo del día domingo; para sus actividades de esparcimiento.
REQUISITOS TÉCNICOS:	Contratación y agendamiento previo a la actividad de alimentación, transporte y entradas. El guía turístico es quien brinda el acompañamiento en el recorrido teniendo todos los conocimientos de la ruta y sitios a visitar, prestando el servicio de la mejor manera.
PUNTOS DE CONTROL:	La oficina se encontrará en el centro de Yumbo.
VIGENCIA ESPERADA:	La venta de planes turístico se puede realizar hasta con un año de anterioridad respetando los acuerdos iniciales; esto con el fin de darle a las personas la facilidad de programar su actividad con tiempo y que pueda pagarla cómodamente, de no poder viajar en la fecha pactada tienen la opción de posponerla con 20 días de anticipación.
COSTOS:	Todos los precios de los planes están sujetos tanto al lugar, temporada, como a la cantidad de personas que viajen.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3. Ficha técnica de viajes turísticos a Mulalo

FICHA TÉCNICA	
NOMBRE DEL SERVICIO:	Viajes turísticos a Mulalo.
USUARIOS:	Para toda la familia.
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:	Estos viajes cuentan con itinerario establecido, transporte de ida y vuelta, alimentación (desayuno, almuerzo típico y refrigerio), entradas (museo y balneario el llanito), hospedaje, guía, y servicio de GPS. Donde se disfrutará de la cultura e historia del lugar seguido de una tarde de sano esparcimiento en el

FICHA TÉCNICA	
	<p>balneario con piscina, billar, juego de tejo, cabalgatas, juegos infantiles y un hospedaje en cabañas.</p>
NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES:	<p>La necesidad está en que las personas están inmersas en sus actividades diarias y necesitan un escape, pero no cuentan con mucho tiempo y en ocasiones solo disponen del fin de semana para sus actividades de esparcimiento.</p>
REQUISITOS TÉCNICOS:	<p>Contratación y agendamiento previo a la actividad de alimentación, transporte y entradas. El guía turístico es quien brinda el acompañamiento en el recorrido teniendo todos los conocimientos de la ruta y sitios a visitar, prestando el servicio de la mejor manera.</p>
PUNTOS DE CONTROL:	<p>La oficina se encontrará en el centro de Yumbo.</p>
VIGENCIA ESPERADA:	<p>La venta de planes turístico se puede realizar hasta con un año de anterioridad respetando los acuerdos iniciales; esto con el fin de darle a las personas la facilidad de programar su actividad con tiempo y que pueda pagarla cómodamente, de no poder viajar en la fecha pactada tienen la opción de posponerla con 20 días de anticipación.</p>
COSTOS:	<p>Todos los precios de los planes están sujetos tanto al lugar, temporada, como a la cantidad de personas que viajen.</p>

Fuente: Elaboración propia.

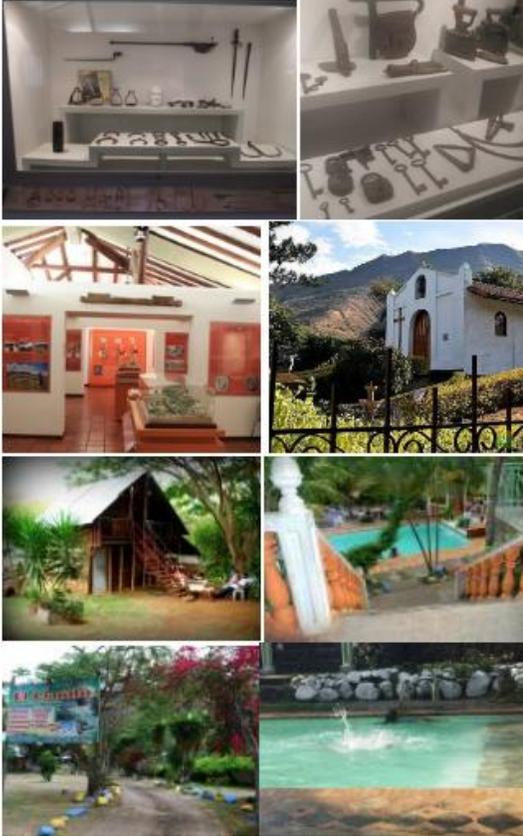
Cuadro 4. Viajes turísticos a Dapa

FICHA TÉCNICA	
NOMBRE DEL SERVICIO:	Viajes turísticos a Dapa.
USUARIOS:	Para toda la familia
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:	Estos viajes cuentan con itinerario establecido, transporte de ida y vuelta, alimentación (desayuno, almuerzo y refrigerio), entrada al refugio corazones verdes, hospedaje guía, asistencia médica y servicio de GPS. Donde se disfrutará del clima de caminatas ecológicas, avistamiento de aves, juegos tipo desafío para niños, cabalgata y hospedaje en cabañas o camping.
NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES:	La necesidad está en que las personas están inmersas en sus actividades diarias y necesitan un escape, pero no cuentan con mucho tiempo y en ocasiones solo disponen del fin de semana para sus actividades de esparcimiento.
REQUISITOS TÉCNICOS:	El guía turístico es quien brinda el acompañamiento en el recorrido teniendo todos los conocimientos de la ruta y sitios a visitar, prestando el servicio de la mejor manera.
PUNTOS DE CONTROL:	La oficina se encontrará en el centro de Yumbo.
VIGENCIA ESPERADA:	La venta de planes turístico se puede realizar hasta con un año de anterioridad respetando los acuerdos iniciales; esto con el fin de darle a las personas la facilidad de programar su actividad con tiempo y que pueda pagarla cómodamente, de no poder viajar en la fecha pactada tienen la opción de posponerla con 15 días de anticipación.
Costos	Todos los precios de los planes están sujetos tanto al lugar, temporada, como a la cantidad de personas que viajen.

Fuente: Elaboración propia.

En estas fichas técnicas se muestran cada uno de los servicios que se ofrecen en cada línea para los dos destinos Dapa y Mulalo en el municipio de Yumbo.

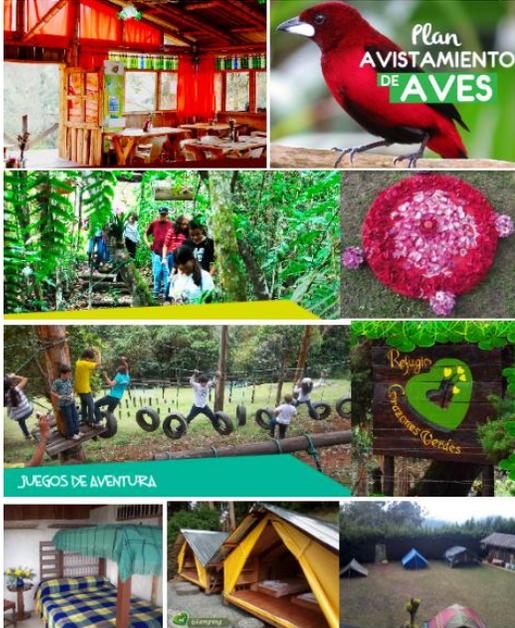
Imagen 5. Actividades a desarrollar en Mulaló



Fuente: Elaboración propia a partir de (Museo Mulaló, 2017), (Aiyellow, s. f., p. 1) y (El Llanito en Mulaló, 2016)

Estas son algunas imágenes de las actividades que se pueden llevar a cabo en la pasadía a Mulaló.

Imagen 6, Actividades a desarrollar en Dapa



Fuente: Elaboración propia a partir de (Refugio Corazones Verdes, 2021, p. 1)

Estas son algunas imágenes de las actividades que se pueden llevar a cabo en la pasadía a Dapa.

3.1.2 Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto. Para la metodología de estudio se requiere conocer en qué sector económico se encuentra, la maquinaria necesaria para poder llevar a cabo la prestación del servicio, y la segmentación de mercado donde se va a incorporar la agencia de viajes.

3.1.2.1 Sector Económico. La agencia de viajes se encuentra en el sector terciario ya que su actividad económica es de turismo y ocio.

3.1.2.2 Selección del equipo.

Para la elección de los implementos necesarios se observaron varias opciones teniendo en cuenta los requisitos técnicos y precio que mejor se adapten a las necesidades y recursos de la empresa, en anexos 7.1 están las diferentes cotizaciones entre las cuales se seleccionaron las más adecuadas.

Imagen 7. Equipos de cómputo y comunicaciones



Fuente: Elaboración propia a partir de (Almacén Éxito, 2021, p. 1)

Estos son los equipos que se emplearan en la empresa para facilitar la prestación del servicio; escogidos por sus características y precios que mejor se adaptaron a las necesidades de la empresa. Contando con 3 computadores que utilizaran la administradora, coordinador general y la secretaria, la impresora estará para la disposición de la secretaria, los celulares serán para utilización de la administradora, el coordinador de viajes, la secretaria y el guía turístico de planta, los teléfonos estarán uno en el escritorio de la secretaria y el otro en el de la administradora.

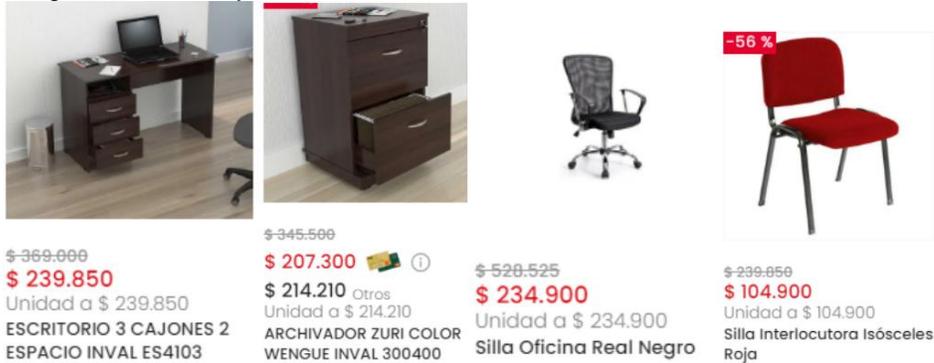
Tabla 14. Equipos de Cómputo y Comunicaciones

Equipo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador	3	\$ 1.655.000	\$ 4.965.000
Impresora	1	\$ 2.899.000	\$ 2.899.000
Celular	4	\$ 662.447	\$ 2.649.788
Tel. Fijo inalambrico	2	\$ 130.998	\$ 261.996
Total			\$ 10.775.784

Fuente: Elaboración propia.

Estos son los precios de los equipos de cómputo y comunicaciones que se seleccionaron dando un costo total de 10.775.784 pesos, escogidos por sus características y precios que mejor se adaptaron a las necesidades de la empresa.

Imagen 8. Muebles y enseres



Fuente: Elaboración propia a partir de (Almacén Éxito, 2021, p. 1)

Estos son los muebles y enseres que se emplearan en la empresa para la comodidad de los empleados que se encuentran en la oficina y visitantes de esta.

Tabla 15. Muebles y enseres

Muebles	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	3	\$ 239.850	\$ 719.550
Archivador	1	\$ 214.210	\$ 214.210
Sillas empleados	3	\$ 234.900	\$ 704.700
Sillas visitantes	4	\$ 104.900	\$ 419.600
Total			\$ 2.058.060

Fuente: Elaboración propia.

Estos son los precios de los muebles y enseres que se seleccionaron dando un costo total de 2.058.060 pesos, escogidos por sus características y precios que mejor se adaptaron a las necesidades de la empresa

Tabla 16. Activos no depreciables

Activos no depreciables	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Resmas de papel Caja por 10	1	\$ 86.440	\$ 86.440
Engrapadora	1	\$ 36.900	\$ 36.900
Perforadora	1	\$ 58.000	\$ 58.000
Total			\$ 181.340

Fuente: Elaboración propia.

Estos son los precios de los activos no depreciables que se seleccionaron dando un costo total de 181.340 pesos, escogidos por sus características y precios que mejor se adaptaron a las necesidades de la empresa.

Tabla 17. Activos intangibles

Activos intangibles	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Windows	1	\$ 969.999	\$ 969.999
Office	1	\$ 1.199.999	\$ 1.199.999
Antivirus	1	\$ 129.900	\$ 129.900
CG1	12	\$ 60.000	\$ 720.000
Total			\$ 3.019.898

Fuente: Elaboración propia.

Estos son los precios de los activos intangibles que se seleccionaron dando un costo total de 3.019.898 pesos, escogidos por sus características y precios que mejor se adaptaron a las necesidades de la empresa.

Tabla 18. Adecuaciones

Adecuaciones	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Pintura y otros	1	650.000	650.000
instalaciones y mejoras	1	450.000	450.000
instalación de aviso	1	280.000	280.000
Total			\$ 1.380.000

Fuente: Elaboración propia.

Estos son los precios de las adecuaciones que se seleccionaron dando un costo total de 1.380.000 pesos, escogidos por sus características y precios que mejor se adaptaron a las necesidades de la empresa.

3.1.2.3 Necesidades de personal.

Tabla 19. Personal fijo

Cargo	Cantidad	Salario	Salario Total
Administrador	1	\$ 1.502.860	\$ 1.597.965
Coordinador general	1	\$ 1.136.300	\$ 1.370.000
Secretaria	1	\$ 1.048.379	\$ 1.014.888
Asesor comercial	2	\$ 971.139	\$ 1.942.278
Guía turístico	2	\$ 992.598	\$ 1.985.196
Total			\$ 7.910.327

Fuente: Elaboración propia.

Estos son los cargos que estarán inicialmente en la nómina, la cual suma un valor de 7.910327 pesos; pero después que la empresa este mejor posicionada se contrataran más guías turísticos y asesores de ventas; para fortalecerla y así poder manejar más destinos turísticos.

Por otro lado, está el contador que se le pagaran los honorarios y trabajara para la empresa 3 días en el mes y el resto de parte contable lo llevara la secretaria.

3.1.3 Diagramas y planes de Desarrollo

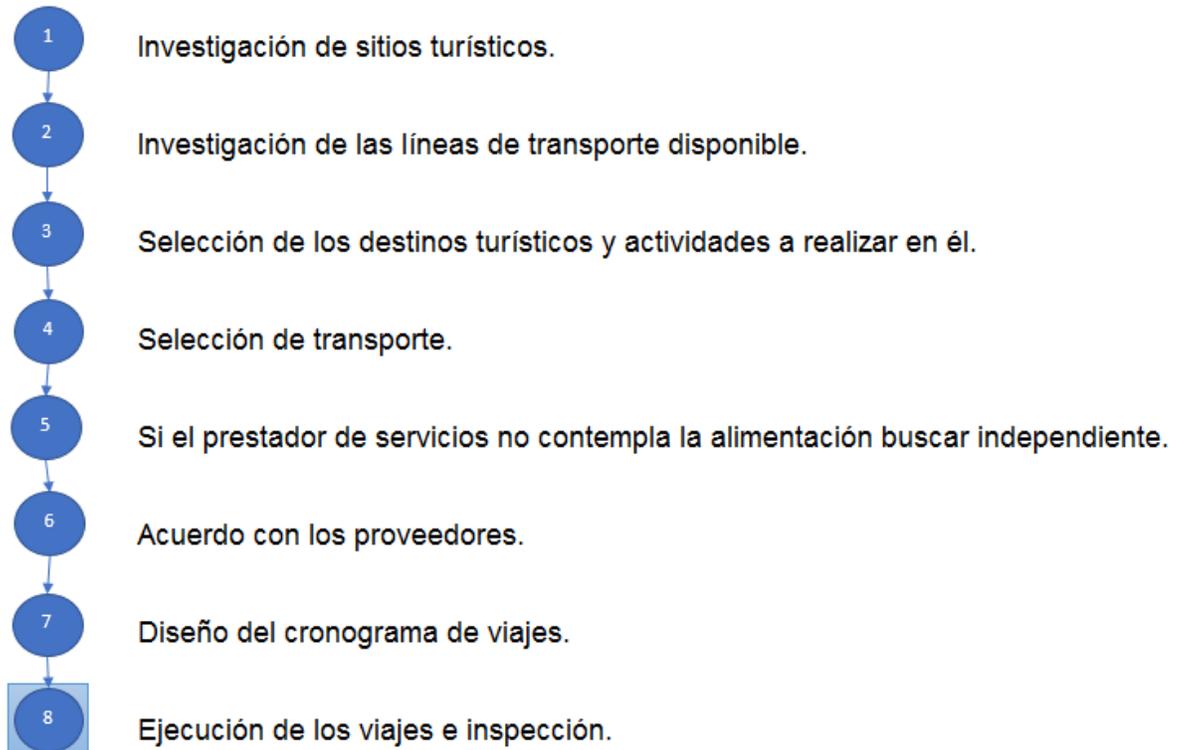
Cuadro 5. Proceso para la adquisición de los servicios que se van a prestar

Proceso para la adquisición de los servicios que se van a prestar	
#	Actividad a Realizar
1.	Investigación de sitios turísticos que cuente con los atractivos buscados por la empresa.
2.	Investigación de las líneas de transporte disponible.
3.	Selección de los destinos turísticos y actividades a realizar en él.
4.	Selección de transporte.
5.	Si el prestador de servicios no contempla la alimentación buscar independiente.
6.	Acuerdo con los proveedores.
7.	Diseño del cronograma de viajes.
8.	Ejecución de los viajes e inspección.

Fuente: Elaboración propia.

Estos son los procesos a realizar para la adquisición de servicios a ofertar por la empresa viajes SARLE para cualquier de sus líneas y destinos. Estas actividades las realiza la administradora en conjunto con el coordinador de viajes y la secretaria quienes son los que se encargan de la elección de los destinos turísticos y agendamiento para dárselos a conocer a las asesoras comerciales y así poder ofertar los servicios.

Figura 2. Diagrama de proceso para la adquisición de los servicios que se van a prestar



Fuente: Elaboración propia

Este es el diagrama de operaciones para la adquisición de los servicios de la empresa viajes SARLE.

Cuadro 6. Cuadro resumen

Cuadro resumen	
Figura	Descripción
	Operación
	Inspección
	Acción combinada

Fuente: Elaboración propia.

Este es el cuadro resumen para comprender el diagrama de operaciones para la adquisición de servicios de la empresa viajes SARLE.

Cuadro 7. Actividades de la pasadía a Mulaló

Proceso de la pasadía a Mulaló	
#	Actividad a Realizar
1.	Salida del parque Belalcázar.
2.	Traslado al sitio de destino.
3.	Llegada al museo
4.	Actividades del museo.
5.	Almuerzo típico.
6.	Alistamiento para ir al balneario.
7.	Inspección de que todos turistas estén completos.
8.	Traslado al balneario
9.	Tarde de esparcimiento y disfrute.
10.	Alistamiento de los turistas para regresar.
11.	Inspección de que todos turistas estén completos.
12.	Llegada al parque Belalcázar.

Fuente: Elaboración propia

Estas son las actividades a desarrollar en la pasadía a Mulalo.

Cuadro 8. Proceso de la pasadía en Dapa

Proceso de la pasadía en Dapa	
#	Actividad a Realizar
1.	Salida del parque Belalcázar.
2.	Traslado al sitio de destino.
3.	Llegada al refugio corazones verdes
4.	Bio -Charla sobre nuestra Biodiversidad y la Reserva Natural.
5.	Avistamiento de Aves y Caminata por el Sendero Ecológico del Refugio.
6.	Eco - Yoga (para conectarse con la Naturaleza) Duración: 1 hora y media.
7.	Almuerzo.
8.	Aula verde (reciclaje).
9.	Aromaterapia.
10.	Mándala floral.
11.	Juegos Temáticos sobre la Avifauna de la Reserva entre grupos familiares.
12.	Refrigerio.
13.	Juegos de Destreza Física.
14.	Alistamiento de los turistas para regresar.
15.	Inspección de que todos turistas estén completos.
16.	Llegada al parque Belalcázar.

Fuente: Elaboración propia

Estas son las actividades a desarrollar en la pasadía a Dapa.

Cuadro 9. Proceso de los viajes turísticos en Mulaló

Proceso de los viajes turísticos en Mulaló	
#	Actividad a Realizar
1.	Salida del parque Belalcázar.
2.	Traslado al sitio de destino.
3.	Llegada al museo
4.	Actividades del museo.
5.	Almuerzo típico.
6.	Alistamiento para ir al balneario.
7.	Inspección de que todos los turistas estén completos.
8.	Traslado al balneario
9.	Tarde de esparcimiento y disfrute.

Proceso de los viajes turísticos en Mulaló	
#	Actividad a Realizar
10.	Cena
11.	Descanso.
#	Segundo día
1.	Desayuno.
2.	Cabalgata.
3.	Tarde de esparcimiento y disfrute con almuerzo y refrigerio.
4.	Alistamiento de los turistas para regresar.
5.	Inspección de que todos turistas estén completos.
6.	Llegada al parque Belalcázar.

Fuente: Elaboración propia.

Estas son las actividades a desarrollar en el viaje turístico a Mulalo.

Cuadro 10. Proceso de los viajes turísticos en Dapa

Proceso de los viajes turísticos en Dapa	
#	Primer día
1.	Salida del parque Belalcázar.
2.	Traslado al sitio de destino.
3.	Llegada al refugio corazones verdes.
4.	Desayuno.
5.	Bio -Charla sobre nuestra Biodiversidad y la Reserva Natural.
6.	Avistamiento de Aves y Caminata por el Sendero Ecológico del Refugio.
7.	Eco - Yoga (para conectarse con la Naturaleza) Duración: 1 hora y media.
8.	Almuerzo.
9.	Aromaterapia.
10.	Juegos Temáticos sobre la Avifauna de la Reserva entre grupos familiares.
11.	Caminata por el Sendero Ecológico + Avistamiento de Aves (3er recorrido)
12.	Juegos de Destreza Física al estilo del programa de TV El Desafío (disponibles todo el tiempo)

Proceso de los viajes turísticos en Dapa	
#	Primer día
13.	Cena
14.	Caminata nocturna por el sendero dentro del bosque de la Reserva y Fogata de integración.
15.	Descanso.
#	Segundo día
1.	Desayuno.
2.	Tai-chi + Eco-Yoga para principiantes. Duración: 1 hora.
3.	Caminata hacia la Montaña – sector El Silencio, con Avistamiento de aves.
4.	Almuerzo.
5.	Cabalgata.
6.	Relax en la zona de hamacas o actividades libres.
8.	Alistamiento de los turistas para regresar.
10.	Inspección de que todos turistas estén completos.
11.	Llegada al parque Belalcázar.

Fuente: Elaboración propia.

Estas son las actividades a desarrollar en el viaje turístico a Dapa.

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.2.1 Macro localización / Valle del Cauca

La empresa se sitúa en el departamento del valle del cauca. El Valle de Cauca cuenta con muy diversos y valiosos atributos para convertirse en un maravilloso destino turístico: su gente alegre y espontánea, su clima que puede ser cálido o fresco dependiendo si se está en su capital, en las hermosas playas de Buenaventura o las templadas zonas cafeteras. Su música mágica del Pacífico, o la maravillosa salsa que ha sabido posicionarse internacionalmente (Unión Temporal Turismo Huitonava, 2012)

El departamento del Valle del Cauca al estar ubicado en un valle es un departamento muy rico a nivel de paisajes y lugares de esparcimiento como también cuenta con varias rutas de acceso con diferentes medios de transporte que se pueden utilizar para recorrerlo, o trasladarse como lo son los; aviones en el aeropuerto, los trenes, vanes, microbuses, buses, entre otros medios terrestres. Los cuales facilitaran la ubicación de la empresa en este departamento.

Imagen 9. Mapa del Valle del Cauca



Fuente: (Google Maps, 2021)

Este es el departamento del Valle del cauca donde se situará la empresa viajes SARLE.

3.2.2 Micro localización / Comuna 2 / Yumbo

Yumbo es uno de los 42 municipios del Valle del Cauca. Está situado al norte de la ciudad de Cali, capital del departamento y principal centro urbano del suroccidente colombiano. Ubicado a 10 minutos del Aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón y a 2 horas del Primer Puerto sobre el Pacífico. Se comunica por vía terrestre con el Puerto de Buenaventura, el más importante puerto de Colombia sobre el océano Pacífico.

Área: 227.89 km²

Población: 125.663 Habitantes (2018)

Alcalde: Jhon Jairo Santamaría Perdomo (2020-2023)

Imagen 10. Mapa del municipio de Yumbo



Fuente: (Google Maps, 2021)

Este es el mapa del municipio de Yumbo Valle donde se situará la empresa viajes SARLE.

3.2.2.1 Instalaciones. La oficina estará situada primeramente en el municipio de Yumbo Valle en el barrio Belalcázar que es el centro del municipio con mayor concurrencia tanto por los habitantes del municipio como los visitantes. El local es de 35m², con baño por un valor de \$600.000 adicional debe contar con los servicios básicos como agua y energía más la telefonía e internet que juntos suman alrededor de \$530.000 mensuales.

Imagen 11. Instalaciones



Fuente: Elaboración propia.

3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

Inicialmente la empresa viajes SARLE ofrecerá planes con máxima duración de dos días y preferiblemente los fines de semana; teniendo en cuenta que es una empresa nueva en el sector y aun no es conocida, posteriormente se añadirán a su portafolio de servicios viajes más largos y a sitios más lejanos.

Contando con un grupo de colaboradores que son un administrador, una secretaria, un coordinador general, dos asesoras comerciales y guía turístico. Teniendo en cuenta que la empresa solo realiza viajes los fines de semana al inicio de sus operaciones; prestaría el servicio de pasadía a 320 persona al mes o de viajes turísticos a 160 personas al mes, independiente del destino turístico.

Figura 3. Demanda con 1 guía turístico

	VIAJE A MULALÓ		VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA	
	Pasadía	Viaje turístico	Pasadía	Viaje turístico
MERCADO POTENCIAL (PERSONAS)	25.663	25.663	25.663	25.663
% INTERESADOS	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
MERCADO OBJETIVO	6.416	6.416	6.416	6.416
FRECUENCIA DE COMPRAS	1	1	1	1
POTENCIAL COMPRA	6.416	6.416	6.416	6.416
MERCADO A ATENDER X MES	160	80	160	80
MESES AÑO	12	12	12	12
MERCADO ATENDER X AÑO	1.920	960	1.920	960
PARTICIPACIÓN %	29,93%	14,96%	29,93%	14,96%

Fuente: Elaboración propia.

Esta tabla nos muestra las posibles ventas tanto mensual como anual en las pasadías y viajes turísticos, suponiendo que los turistas pretendan visitar estos destinos turísticos una vez al año, tendríamos entre un 14,96% y un 29,93% del mercado potencial; esto suponiendo que el mercado potencial solo fueran 25.663 personas, Pero esta cifra fue la que selecciono porque son los que lo podrían comprar, pero; ellos lo van a disfrutar en compañía de sus familias. También se debe tener en cuenta que a medida que el negocio crezca van a ser mas esta participación.

4 ORGANIZACIÓN Y LEGAL

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

La agencia de viajes SARLE es una empresa de servicios; la cual busca ayudar a las personas en la gestión y organización de sus viajes, tanto largos como los de un día, esto con el fin de hacerle la tarea más fácil a las personas para que se puedan recrear.

En la empresa se van a manejar dos tipos de innovación, en la parte de servicio aparte de manejar las líneas tradicionales prestadas por agencias de turismo; que siempre buscan los sitios tradicionales, en esta empresa se quiere enmarcar el turismo en el propio del municipio; generando sentido de pertenencia de los Yumbeños e incentivarlos a disfrutar de su territorio de sitios con gran riqueza gastronómica, cultural y de esparcimiento.

Por otro lado, en la parte de innovación organizacional se pretende que el talento humano dedicado a la venta de paquetes de turismo sea femenino en especial madres cabezas de hogar; permitiéndoles realizar la mayoría de tareas desde la comodidad de sus casas para poder pasar tiempo con sus familias.

Manteniendo constante capacitación del talento humano de la empresa para lograr prestar una atención personalizada a nuestros clientes, logrando aumentar de manera efectiva las ventas de cada uno de los servicios prestados por la empresa viajes SARLE.

4.1.1 Nombre. Viajes SARLE.

4.1.2 Slogan. Disfrutando lo nuestro.

4.1.3 Logo.

Imagen 12. Logo



Fuente: Elaboración propia.

4.1.4 Misión. Viajes SARLE es una empresa que brinda experiencias inolvidables, buscado un equilibrio entre el viaje esperado y un precio justo, superando así las expectativas de los clientes.

4.1.5 Visión. Ser una agencia de viajes reconocida a nivel regional, brindando seguridad y confianza a los clientes. Fomentando el crecimiento turístico en el municipio de Yumbo.

4.1.6 Valores corporativos.

Amabilidad

Confiabilidad

Puntualidad

Trabajo en equipo

Integridad

Respeto

Compromiso

Calidad

Honestidad

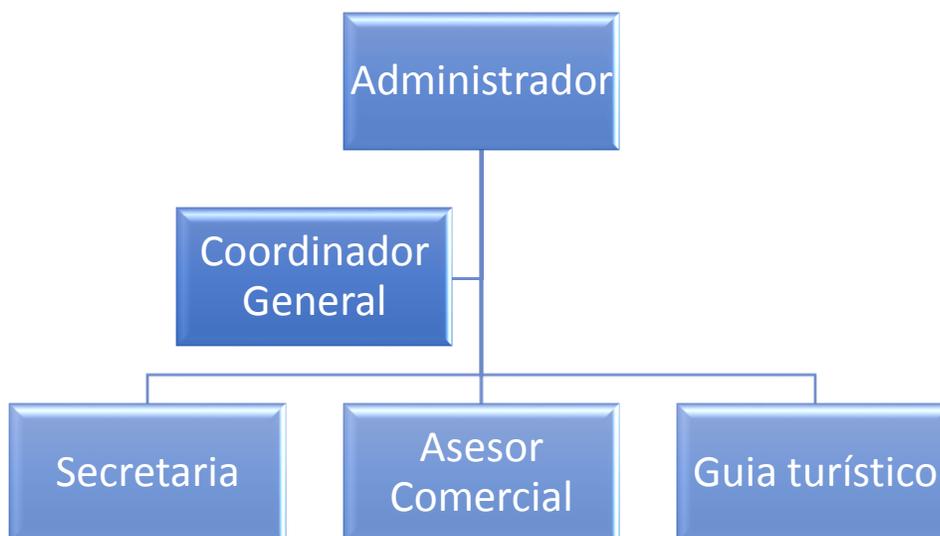
4.1.7 Filosofía de trabajo. Nuestra filosofía se basa en proporcionar viajes diseñados según los deseos y necesidades por un precio justo, para así contar con la satisfacción de nuestros clientes.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

4.2.1 Organigrama. A continuación, se presentará el organigrama, el cual está conformado por el administrador (1), secretaria (1), coordinador general (1), asesor comercial (2) y guía turístico (2).

Los cargos como el contador y los guías se contratan por prestación de servicios, ya que su participación en la empresa no es requerida el 100% del tiempo, pero aun así su participación es fundamental para la agencia de viajes.

Figura 4. Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

4.2.2 Descripción perfil o puesto de trabajo.

Cuadro 11. Descripción del puesto del administrador

DESCRIPCIÓN PERFIL O PUESTO DE TRABAJO	
NOMBRE DEL PUESTO DE TRABAJO:	Administrador
<p>PROPÓSITO DE PUESTO: Es la persona encargada de tener la visión en la empresa, aplicando y desarrollando todas sus habilidades; en la organización, dirección y control para así desarrollar eficientemente todas las funciones de la empresa. También está encargado de analizar nuevos proyectos y determinar la viabilidad de los mismos, definiendo los planes y estrategias que deberán implementarse para garantizar el continuo crecimiento de la empresa.</p>	
<p>PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO: Planificación: Formular objetivos y determinar medios para alcanzarlos. Organización: Diseñar el trabajo, asignar los recursos y coordinar las actividades. Dirección: Asignar al personal idóneo para las actividades. Control: Monitorear las actividades.</p>	
<p>RELACIÓN DEL PUESTO CON OTRAS ÁREAS: El administrador interactúa con todo el personal desde la contratación del personal.</p>	
<p>COMPETENCIAS Y HABILIDADES: Liderazgo, solución a problemas, toma de decisiones, autocontrol, dominio personal, responsabilidad, comunicación, creatividad.</p>	
<p>ÁREA DE CONOCIMIENTO CONOCIMIENTO GENERAL: Administración financiera, administración gerencial, conocimientos en contabilidad y estadística. CONOCIMIENTO ESPECÍFICO: Planificación y organización de los objetivos establecidos por la identidad, eso permitirá le administrador de empresas crear estrategias y políticas que permitirán las correctas tomas de decisiones. La planificación de presupuestos, gestionamiento de datos financieros, calcular las oportunidades y amenazas. NIVEL DE ESCOLARIDAD: Profesional en administrador de empresas.</p>	
<p>EXPERIENCIA LABORAL ÁREA: Administrativa. PUESTO NIVEL JERÁRQUICO: Estratégico. AÑOS DE EXPERIENCIA: 3 Años.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 12. Descripción del puesto coordinador general

<p>DESCRIPCIÓN PERFIL O PUESTO DE TRABAJO</p>	
<p>NOMBRE DEL PUESTO DE TRABAJO:</p>	<p>Coordinador general</p>
<p>PROPÓSITO DE PUESTO: Guiar, supervisar y controlar al proceso de comercialización estratégica de la organización, asegurándose que se cumplan a cabalidad las políticas comerciales y precios, a su vez que gestiona el itinerario previsto, realizar la reserva de transportes, alojamientos y lugares a visitar.</p>	
<p>PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO: Supervisar a los vendedores y guías; guiándolos y orientándolos para alcanzar las metas dispuestas por el grupo de trabajo. Generar metas estratégicas y en compañía del grupo de trabajo administrativo definir los lugares que se van a visitar, alimentación, transporte y alojamiento de ser necesario, entre otros.</p>	
<p>RELACIÓN DEL PUESTO CON OTRAS ÁREAS: Se relaciona con todos los cargos.</p>	
<p>COMPETENCIAS Y HABILIDADES: Solución a problemas, toma de decisiones, autocontrol, responsabilidad, comunicación, creatividad, adaptación al cambio, orientación de servicio, compromiso con el trabajo, dominio personal.</p>	
<p>ÁREA DE CONOCIMIENTO CONOCIMIENTO GENERAL: Ventas, comercial, manejo de personal y gestión de equipos. CONOCIMIENTO ESPECÍFICO: Conocimientos en investigación, análisis, conducta y las estrategias en tendencias del mercado, tendencias y avances de la industria. NIVEL DE ESCOLARIDAD: Técnico en gestión de ventas o marketing.</p>	
<p>EXPERIENCIA LABORAL ÁREA: Coordinador logístico, ventas y Marketing. PUESTO NIVEL JERÁRQUICO: Táctico. AÑOS DE EXPERIENCIA: 3 Años.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 13. Descripción del puesto del contador

DESCRIPCIÓN PERFIL O PUESTO DE TRABAJO	
NOMBRE DEL PUESTO DE TRABAJO:	Contador
<p>PROPÓSITO DE PUESTO: Es el encargado de clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de la empresa, Llevando los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios de conformidad con la normatividad vigente. Preparando y presentando informes sobre la situación financiera de la empresa, así como preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.</p>	
<p>PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO: Manejar la parte financiera de la empresa según la ley vigente.</p>	
<p>RELACIÓN DEL PUESTO CON OTRAS ÁREAS: Se relaciona con todas las áreas ya que maneja la nómina. Se relaciona con todos los cargos.</p>	
<p>COMPETENCIAS Y HABILIDADES: Orientación ética, responsabilidad, solución a problemas, compromiso con el trabajo, integridad.</p>	
<p>ÁREA DE CONOCIMIENTO CONOCIMIENTO GENERAL: Finanzas, leyes, contabilidad y auditoría. CONOCIMIENTO ESPECÍFICO: Conocimiento en el registro y síntesis de los efectos financieros de las operaciones que se llevan a cabo en la empresa, elabora estados financieros e informes para fines contables, fiscales, financieros y organizacionales. NIVEL DE ESCOLARIDAD: Contador.</p>	
<p>EXPERIENCIA LABORAL ÁREA: Financiera PUESTO NIVEL JERÁRQUICO: Táctico AÑOS DE EXPERIENCIA: 2 Años</p>	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 14. Descripción del puesto de la secretaria

DESCRIPCIÓN PERFIL O PUESTO DE TRABAJO	
NOMBRE DEL PUESTO DE TRABAJO:	Secretaria
<p>PROPÓSITO DE PUESTO: Es el encargado de prestar colaboración a todo el equipo de la agencia, estará encargada de la administración del archivo Deberá administrar el directorio de clientes, así como podrá colaborar con la atención inicial de los clientes vía telefónica y redirigir las llamadas con los asesores de ventas, por otra parte, realizará las labores de auxiliar contable.</p>	
<p>PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO: Llevar agenda de los ejecutivos y planificación de viajes garantizando que todo salga según lo previsto por el grupo de trabajo administrativo.</p>	
<p>RELACIÓN DEL PUESTO CON OTRAS ÁREAS: Este se relaciona con todos los cargos ya que presta apoyo a todo el grupo de trabajo.</p>	
<p>COMPETENCIAS Y HABILIDADES: Solución a problemas, toma de decisiones, autocontrol, responsabilidad, comunicación, creatividad, adaptación al cambio, orientación de servicio, compromiso con el trabajo.</p>	
<p>ÁREA DE CONOCIMIENTO CONOCIMIENTO GENERAL: Dominar herramientas informáticas, inglés y relaciones personales. CONOCIMIENTO ESPECÍFICO: Manejo de Excel, Word y PowerPoint, conocimientos básicos de contabilidad, capacidad de comunicación, así como alto sentido de pertenencia. Que le serán de utilidad para realizar sus actividades eficientemente. NIVEL DE ESCOLARIDAD: Técnicos en administración de empresas, secretariado ejecutivo o afines.</p>	
<p>EXPERIENCIA LABORAL ÁREA: Administrativa. PUESTO NIVEL JERÁRQUICO: Táctico. AÑOS DE EXPERIENCIA: 1 Año.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 15. Descripción del puesto del asesor comercial

<p>DESCRIPCIÓN PERFIL O PUESTO DE TRABAJO</p>	
<p>NOMBRE DEL PUESTO DE TRABAJO:</p>	<p>Asesor comercial</p>
<p>PROPÓSITO DE PUESTO: Ayudar a individuos, grupos o profesionales en la planificación y organización de su itinerario de viajes. Brindándoles los paquetes turísticos que ofrece la compañía y amoldándolos a sus necesidades</p>	
<p>PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO: Asesorar y vender los paquetes turísticos brindados por la agencia.</p>	
<p>RELACIÓN DEL PUESTO CON OTRAS ÁREAS: Directamente se relaciona con el coordinador general e indirectamente con los otros cargos.</p>	
<p>COMPETENCIAS Y HABILIDADES: Orientación ética, Adaptación al cambio, Responsabilidad, Compromiso con el trabajo, Orientación al cliente, Integridad, Comunicación.</p>	
<p>ÁREA DE CONOCIMIENTO CONOCIMIENTO GENERAL: Marketing. CONOCIMIENTO ESPECÍFICO: Conocer las tendencias tecnológicas que le permitan interactuar más fácil con los clientes obtenidos y los clientes potenciales. NIVEL DE ESCOLARIDAD: Técnico en mercadeo y ventas.</p>	
<p>EXPERIENCIA LABORAL ÁREA: Marketing. PUESTO NIVEL JERÁRQUICO: Técnico. AÑOS DE EXPERIENCIA: 1 Año.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 16. Descripción del puesto de guías turísticos

DESCRIPCIÓN PERFIL O PUESTO DE TRABAJO	
NOMBRE DEL PUESTO DE TRABAJO:	Guías turísticos
PROPÓSITO DE PUESTO: Brindar acompañamiento constante, estar preparados para cualquier tipo de pregunta que pueda surgir por parte de los turistas, aparte que deben estar pendientes tanto de la salud como la seguridad de todos.	
PRINCIPALES RESPONSABILIDADES DEL PUESTO: Recepción, coordinación, orientación, información, asistencia y animación constante	
RELACIÓN DEL PUESTO CON OTRAS ÁREAS: Directamente se relaciona con el coordinador general e indirectamente con los otros cargos.	
COMPETENCIAS Y HABILIDADES: Orientación ética, adaptación al cambio, responsabilidad, solución a problemas, compromiso con el trabajo, disponibilidad, comunicación, creatividad, orientación de servicio, autocontrol, flexibilidad.	
ÁREA DE CONOCIMIENTO CONOCIMIENTO GENERAL: Historia, geografía, inglés y pedagogía. CONOCIMIENTO ESPECÍFICO: Debe saber interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural, como también espacios naturales y bienes de ámbito de actuación turística. NIVEL DE ESCOLARIDAD: Tecnólogo como Guía de Turismo y estar carnetizado o autorizado como Guía de Turismo ante la Corporación Nacional de Turismo, con anterioridad a la vigencia de la Ley 300 de 1996.	
EXPERIENCIA LABORAL ÁREA: Turismo. PUESTO NIVEL JERÁRQUICO: Operativo. AÑOS DE EXPERIENCIA: 3 Años	

Fuente: Elaboración propia.

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

El reclutamiento se efectuará por medio de las plataformas tanto la de la empresa como las de uso masivo en internet; publicando primeramente la oferta y posteriormente filtrándolas para así escoger la mejor opción, También publicando la oferta de empleo en los centros de formación que brinden personal en el área administrativa y de turismo que cumplan con los parámetros deseados.

4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL

La selección del personal se efectuará de manera informal por la administradora y el coordinador; quienes examinarán las aptitudes y cualidades de los postulados, para que cumplan con todos los parámetros necesarios por la agencia de viajes SARLE S.A.S.

4.4.1 Solicitud de empleo. Las solicitudes de empleo se tomarán desde la plataforma oficial; donde se revisarán las vacantes y de no haber se guardarán para tenerlas en cuenta para posibles vacantes, si cumplieron los parámetros deseados.

4.4.2 Entrevista. Las entrevistas las llevara a cabo la administradora en conjunto con coordinador comercial y el coordinador de guías y proveedores.

4.4.3 Exámenes. Se emplearán tres tipos; los psicométricos con procedimientos estandarizados que permitan provocar ciertas reacciones en las personas que se pueden registrar, exámenes de conocimiento con el fin de conocer las capacidades intelectuales y conocimientos en el área a desarrollar y por último se llevara a cabo los exámenes médicos que se efectuaran después que allá sido elegido para corroborar que el aspirante cuente con la capacidad física para desempeñar el puesto que se le asigne.

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Después de la decisión final se procede a la contratación, en el proceso se disponen de todos los documentos necesarios para llevar a cabo el contrato, apegado a la ley; garantizando así los derechos y deberes tanto de la empresa como del nuevo integrante del grupo de trabajo.

El contrato debe contener la información del trabajador y la empresa, las funciones que debe realizar, el puesto que ocupara, el tipo de contrato, duración, salario y beneficios económicos a percibir.

Agregar a la persona a la base de datos de los empleados para revisar su situación en la seguridad social y otros aspectos legales, así como tenerlo en nómina para el pago.

Los tipos de contrato que se llevaran a cabo son a término indefinido para

4.5.1 Inducción del personal. La inducción para la secretaria, el contador, el coordinador comercial, el coordinador de guías y proveedores las llevara a cabo la administradora, las de los guías turísticos y vendedores las llevara a cabo tanto la administradora como el coordinador de cada área.

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL

4.6.1 Capacitación. La capacitación la realizara la administradora y el coordinador del área correspondiente según el caso.

4.6.2 Adiestramiento. El adiestramiento lo van a requerir los cargos de ventas para facilitarles la realización de sus funciones incluso desde casa y los guías quienes deberán realizar los viajes en compañía de un guía con más experiencia en las rutas por 5 veces consecutivas hasta conocer las rutas, lugares en su orden establecido para que puedan brindar un excelente acompañamiento, teniendo en cuenta los recorridos siempre se llevaran a cabo con mínimo dos grupos y que cada grupo llevara su propio guía.

4.7 FUNDAMENTACIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES ESTRATÉGICAS

El área administrativa está conformada por el administrador, la secretaria y el coordinador; quienes están encargados de la planificación, organización, buscando generar estrategias y políticas que permitan las correctas tomas de decisiones, también la planificación de presupuestos, gestionamiento de datos financieros, calcular las oportunidades y amenazas además de la contratación del personal.

El área operativa que serían los puestos de ventas y guías son los encargados de ofrecer los servicios y de las relaciones directas con los clientes a los cuales le deben transmitir los valores corporativos y filosofía de la compañía.

4.8 ASPECTOS LEGALES

Para la creación de una agencia de turismo en Colombia se deben tener en cuenta ciertos aspectos legales. En los cuales están: el nombre de la empresa, el tipo de sociedad, los requerimientos para la conformación, el tipo de actividad económica, la forma de registro para personas jurídicas, la documentación necesaria para el tipo de sociedad y las normas necesarias para llevar a cabo los servicios turísticos en nuestro país.

4.9 MODELO DE SOCIEDAD

La sociedad con la que va a trabajar la agencia de viajes es una S.A.S. (Sociedad por Acciones Simplificadas) ya que ofrece una mayor flexibilidad a la hora de formar empresa como; simplificar trámites, comenzar el proyecto con bajo presupuesto, no necesita un revisor fiscal y pueden ser personas naturales.

El capital social es por \$4'000.000 (cuatro millones de pesos), con un socio único la cual es Jessica Suárez Benavides que aportara su totalidad quien será la promotora del negocio y ejercerá además el cargo de administradora y se encargara de la contratación del personal necesario para dar inicio con el funcionamiento.

4.9.1 CREACIÓN DE LA EMPRESA. Para la constitución de la agencia de viajes SARLE S.A.S., se redactar el contrato o acto unilateral constitutivo de la SAS, seguido se van a autenticar la firma de la persona que suscribe el documento de constitución y por último se debe Inscribir el documento privado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Cali. Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio se diligencian los formularios del Registro único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.

4.9.2 ASPECTOS LABORALES. El tipo de contrato que se maneja en la agencia de viajes SARLE S.A.S. es indefinido ya que trae ciertos beneficios para la empresa como lo son; que el gobierno busca aumentar el número de este tipo de contrato y para lograrlo, ofrece bonificaciones en forma de descuentos en las cuotas de la Seguridad Social y otros cobros, mejora la productividad ya que los empleados se sienten más respaldados por la empresa, atrae a mayor personal calificado por la estabilidad que genera.

Y como se mencionó anteriormente para los cargos del contador y guías turísticos los contratos serán por prestación de servicios, teniendo en cuenta que en la medida de lo posible se tendrá en cuenta al mismo personal.

Tabla 20. Registro mercantil

REGISTRO MERCANTIL	
LIMITE INFERIOR	10.528.358
LIMITE SUPERIOR	12.283.084
PROMEDIO	11.405.721
% A APLICAR	1,31%
VALOR A PAGAR	149.150

Fuente: Elaboración propia.

El valor a pagar de registro mercantil para la cantidad de activos es de 149.150 pesos.

5 CAPITULO FINANCIERO

A continuación, se presenta el estudio financiero que indicara la viabilidad que tiene la creación de una agencia de viajes en el municipio de Yumbo Valle.

El objetivo de este capítulo es determinar el presupuesto necesario para llevar a cabo este proyecto teniendo en cuenta la cantidad de ingresos, como egresos que puede tener la empresa.

5.1 INVERSIÓN

A continuación, se presenta la tabla de inversión donde se detalla todo lo necesario para dar inicio con la empresa viajes SARLE. Teniendo en cuenta que para su creación se necesita un capital de 32.001.629 de pesos con un porcentaje de inversión del 25% a financiar.

Tabla 21. Inversión inicial

INVERSIÓN EN PESOS			
ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	3	\$ 239.850	\$ 719.550
Archivador	1	\$ 214.210	\$ 214.210
Sillas empleadas	3	\$ 234.900	\$ 704.700
Sillas visitantes	4	\$ 104.900	\$ 419.600
TOTAL, MUEBLES Y ENSERES			2.058.060

INVERSIÓN EN PESOS			
ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Computador	3	\$ 1.655.000	\$ 4.965.000
Impresora	1	\$ 2.899.000	\$ 2.899.000
Celular	4	\$ 662.447	\$ 2.649.788
Tel. Fijo inalámbricos	2	\$ 130.998	\$ 261.996
TOTAL, EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			10.775.784
TOTAL, ACTIVOS FIJOS			12.833.844
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Registro mercantil Cámara y comercio	1	149.150	149.150
Uso de suelo	1	3.983	3.983
Higiene y Sanidad	1	39.258	39.258
TOTAL, GASTOS DE CONSTITUCIÓN			192.391
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Resmas de papel Caja por 10	1	86.440	86.440
Engrapadora	1	36.900	36.900
Perforadora	1	58.000	58.000
TOTAL, ACTIVOS NO DEPRECIABLES			181.340
ACTIVOS INTANGIBLES			
Windows	1	969.999	969.999
Office	1	1.199.999	1.199.999
Antivirus	1	129.900	129.900
CG1	12	60.000	720.000
TOTAL, ACTIVOS INTANGIBLES			3.019.898
ADECUACIONES			
Pintura y otros	1	650.000	650.000

INVERSIÓN EN PESOS			
ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
instalaciones y mejoras eléctricas	1	450.000	450.000
instalación de aviso	1	280.000	280.000
TOTAL, ADECUACIONES			1.380.000
SEGUROS			
Póliza todo riesgo	1	1.193.640	1.193.640
TOTAL, SEGURO			1.193.640
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS			5.967.269
CAPITAL DE TRABAJO			
Nomina	1	11.524.905	11.524.905
Gastos de administración	1	920.790	920.790
Gastos de ventas	1	754.820	754.820
Inventario	1	0	0
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO			13.200.515
TOTAL, INVERSIÓN			32.001.629
% Inversión a financiar			25%
INVERSIÓN A FINANCIAR			8.000.407
Meses a diferir			12
VALOR DIFERIDO MENSUAL			497.272

Fuente: Elaboración propia.

5.2 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

En esta tabla se muestra la depreciación de activos fijos a tres años.

Tabla 22. Depreciación

DEPRECIACIÓN EN PESOS					
ÍTEM	AÑOS	DEPRECIACIÓN MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
MUEBLES Y ENSERES	3	57.168	686.020	686.020	686.020
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3	299.327	3.591.928	3.591.928	3.591.928
TOTAL		356.496	4.277.948	4.277.948	4.277.948
MESES DE AÑO	12				

Fuente: Elaboración propia.

5.3 BALANCE GENERAL SIN FINANCIACIÓN

En la tabla siguiente se presenta el balance inicial sin tener que recurrir a una financiación; a través de una entidad bancaria.

Tabla 23. Balance inicial sin financiación

BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja Bancos	13.200.515
Cuentas por Cobrar o Deudores	0
Inventarios	0
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	13.200.515
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	

BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
MUEBLES Y ENSERES	2.058.060
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	10.775.784
(-) Depreciación Acumulada	0
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	12.833.844
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	5.967.269
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	5.967.269
TOTAL, ACTIVOS NO CORRIENTES	18.801.113
TOTAL, ACTIVOS	32.001.629
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas x pagar o Acreedores	0
Cesantías x pagar	0
intereses a los Cesantías x pagar	0
Impuesto de Renta por pagar	0
CREE x Pagar	0
IVA / INC x pagar	0
ICA x Pagar	0
TOTAL, PASIVOS CORRIENTES	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones financieras	0

BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
Leasing Financiero	0
TOTAL, PASIVOS NO CORRIENTES	0
TOTAL, PASIVOS	0
PATRIMONIO	
Capital Social	32.001.629
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada	0
TOTAL, PATRIMONIO	32.001.629
PASIVO + PATRIMONIO	32.001.629

Fuente: Elaboración propia.

5.4 BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN

En la tabla siguiente se presenta el balance inicial con financiación; a través de una entidad bancaria; por valor de 7.037.755 pesos.

Tabla 24. Balance inicial con financiación

BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja Bancos	13.200.515
Cuentas por Cobrar o Deudores	0
Inventarios	0
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	13.200.515
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	2.058.060
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	10.775.784
(-) Depreciación Acumulada	0
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	12.833.844
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	5.967.269
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	5.967.269
TOTAL, ACTIVOS NO CORRIENTES	18.801.113
TOTAL, ACTIVOS	32.001.629
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas x pagar o Acreedores	0
Cesantías x pagar	0
intereses a los Cesantías x pagar	0
Impuesto de Renta por pagar	0
CREE x Pagar	0

BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
IVA / INC x pagar	0
ICA x Pagar	0
TOTAL, PASIVOS CORRIENTES	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones financieras	8.000.407
leasing Financiero	0
TOTAL, PASIVOS NO CORRIENTES	8.000.407
TOTAL, PASIVOS	8.000.407
PATRIMONIO	
Capital Social	24.001.222
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada	0
TOTAL, PATRIMONIO	24.001.222
PASIVO + PATRIMONIO	32.001.629

Fuente: Elaboración propia.

5.5 AMORTIZACIÓN

Para la financiación de este proyecto se recurre a la empresa bancaria Banco AV Villas con un total de 60 cuotas.

Tabla 25. Amortización Datos

VALOR PRÉSTAMO	8.000.407
TEA (%)	21,25%
TASA NOMINAL MES (%)	19,42%
TASA MENSUAL (%)	1,62%
MESES DEL AÑO	12
NUMERO DE CUOTAS	60

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 26. Amortización

AMORTIZACIÓN EN PESOS				
NUMERO CUOTA	CUOTA	INTERÉS	AMORTI-ZACIÓN	SALDO
0				8.000.407
1	209.406	129.500	79.906	7.920.501
2	209.406	128.206	81.200	7.839.302
3	209.406	126.892	82.514	7.756.788
4	209.406	125.556	83.849	7.672.938
5	209.406	124.199	85.207	7.587.732
6	209.406	122.820	86.586	7.501.146
7	209.406	121.418	87.987	7.413.158
8	209.406	119.994	89.412	7.323.746
9	209.406	118.547	90.859	7.232.888
10	209.406	117.076	92.330	7.140.558
11	209.406	115.582	93.824	7.046.734

AMORTIZACIÓN EN PESOS

NUMERO CUOTA	CUOTA	INTERÉS	AMORTI-ZACIÓN	SALDO
12	209.406	114.063	95.343	6.951.391
13	209.406	112.520	96.886	6.854.505
14	209.406	110.951	98.454	6.756.050
15	209.406	109.358	100.048	6.656.002
16	209.406	107.738	101.667	6.554.335
17	209.406	106.093	103.313	6.451.022
18	209.406	104.420	104.985	6.346.036
19	209.406	102.721	106.685	6.239.351
20	209.406	100.994	108.412	6.130.940
21	209.406	99.239	110.166	6.020.773
22	209.406	97.456	111.950	5.908.824
23	209.406	95.644	113.762	5.795.062
24	209.406	93.803	115.603	5.679.459
25	209.406	91.931	117.474	5.561.984
26	209.406	90.030	119.376	5.442.608
27	209.406	88.098	121.308	5.321.300
28	209.406	86.134	123.272	5.198.028
29	209.406	84.139	125.267	5.072.761
30	209.406	82.111	127.295	4.945.466
31	209.406	80.050	129.355	4.816.111
32	209.406	77.957	131.449	4.684.662
33	209.406	75.829	133.577	4.551.085
34	209.406	73.667	135.739	4.415.346
35	209.406	71.470	137.936	4.277.409
36	209.406	69.237	140.169	4.137.241

AMORTIZACIÓN EN PESOS

NUMERO CUOTA	CUOTA	INTERÉS	AMORTI-ZACIÓN	SALDO
37	209.406	66.968	142.438	3.994.803
38	209.406	64.662	144.743	3.850.059
39	209.406	62.320	147.086	3.702.973
40	209.406	59.939	149.467	3.553.506
41	209.406	57.519	151.886	3.401.620
42	209.406	55.061	154.345	3.247.275
43	209.406	52.562	156.843	3.090.431
44	209.406	50.024	159.382	2.931.049
45	209.406	47.444	161.962	2.769.087
46	209.406	44.822	164.584	2.604.504
47	209.406	42.158	167.248	2.437.256
48	209.406	39.451	169.955	2.267.301
49	209.406	36.700	172.706	2.094.596
50	209.406	33.904	175.501	1.919.094
51	209.406	31.064	178.342	1.740.752
52	209.406	28.177	181.229	1.559.523
53	209.406	25.243	184.162	1.375.361
54	209.406	22.262	187.143	1.188.218
55	209.406	19.233	190.173	998.045
56	209.406	16.155	193.251	804.794
57	209.406	13.027	196.379	608.415
58	209.406	9.848	199.558	408.858
59	209.406	6.618	202.788	206.070
60	209.406	3.336	206.070	(0)
		4.563.939	8.000.407	

AMORTIZACIÓN EN PESOS						
	NUMERO CUOTA	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO	
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
INTERÉS	1.463.853	1.240.937	970.651	642.930	245.568	4.563.939
AMORTIZACIÓN	1.049.016	1.271.932	1.542.218	1.869.939	2.267.301	8.000.407
	2.512.869	2.512.869	2.512.869	2.512.869	2.512.869	

Fuente: Elaboración propia.

5.6 PARÁMETROS GENERALES

5.6.1 Parámetros económicos. Los parámetros generales se han visto afectados de una u otra medida por lo trascendido de la pandemia y el estado por buscar alternativas para mejorar la economía del país.

Principalmente dada la contingencia el IVA del 19% no se aplicará por el año 2021.

*Luego de la petición realizada por la asociación ANATO, el gobierno de Colombia anunció la **ampliación en la exclusión del IVA para paquetes turísticos hasta el 31 de diciembre de 2021**, informó la asociación en un comunicado (Anato, 2021).*

La TRM viene alto tras los últimos acontecimientos que ha traído la pandemia,

El impuesto del INC no aplica para el sector del turismo, por eso no es tenido en cuenta

La CREE; este impuesto fue abolido para el 2017.

Tabla 27. Parámetros económicos

PARÁMETROS ECONÓMICOS					
ÍTEM	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
IPC (%)	3,40%	4,10%	4,10%	4,10%	4,10%
TRM (%)	3.875,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00
VARIACIÓN TRM (%)	12,89%	(17,42%)	0,00%	0,00%	0,00%
INCREMENTO % EN PRECIOS	3,40%	4,10%	4,10%	4,10%	4,10%
INCREMENTO % EN COSTOS	3,40%	4,10%	4,10%	4,10%	4,10%
INCREMENTO % EN UNIDADES	3,80%	3,80%	3,80%	3,80%	3,80%
IMPUESTO DE RENTA (%)	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%
CREE (%)					
IVA (%)		19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
INC (%)					
ICA (TARIFA X MIL)	3,30%	3,30%	3,30%	3,30%	3,30%
RESERVA LEGAL (%)	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
TRM 2020 (%)	3.432,50				
DESCUENTOS (%)	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%

Fuente: Elaboración propia.

Estos son los parámetros de la empresa viajes SARLE S.A.S.

5.6.2 Parámetros laborales. Los parámetros laborales están compuestos por la siguiente información.

El salario legal vigente, el auxilio de transporte, cesantías, los intereses de cesantías, primas y demás derechos que tiene todos los empleados.

Tabla 28. Parámetros generales

PARÁMETROS LABORALES	
ÍTEM	
SMMLV (\$)	939.416
AUXILIO DE TRANSPORTE (\$)	106.454
CESANTÍAS (%)	8,33%
INTERÉS A LA CESANTÍAS (%)	1,00%
PRIMAS	8,33%
VACACIONES	4,17%
SALUD	0,00%
PENSIÓN (%)	12,00%
ARL (%)	0,52%
ARL PRODUCCIÓN (%)	1,04%
CAJA DE COMPENSACIÓN	4,00%
ICBF	0,00%
SENA	0,00%

Fuente: Elaboración propia.

5.6.3 Cargos y salarios. Aquí están todos los cargos y valores a pagar a cada empleado.

Tabla 29. Cargos y salarios

CARGOS Y SALARIOS	
ÍTEM	
ADMINISTRACIÓN	
ADMINISTRADOR	1.597.965
COORDINADOR GENERAL	1.370.000
SECRETARIA	1.014.888
PERSONAL CON AUXILIO	3
OPERATIVA	
GUÍA TURÍSTICO	992.598

GUÍA TURÍSTICO	992.598
ASESOR COMERCIAL	971.139
ASESOR COMERCIAL	971.139
PERSONAL CON AUXILIO	4

Fuente: Elaboración propia.

5.6.4 PIB A PRECIOS CONSTANTES

Aquí se presenta el PIB a precios constantes desde el 2005 hasta el 2020; donde se presenta aumentos a excepción del año 2020 que disminuyó en gran parte por la actual pandemia que se viene presentando.

Imagen 13. PIB a precios constantes

PIB A PRECIOS CONSTANTES DEL 2005 EN MMM\$																	
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL
PIB(MMM\$)	3.136	3.301	3.476	3.596	3.645	3.753	3.899	4.047	4.221	4.492	4.569	4.855	4.998	5.097	5.310	5.143	62.393
VARIACIÓN PIB (%)		5,25%	5,31%	3,46%	1,35%	2,98%	3,88%	3,80%	4,30%	6,42%	1,71%	6,27%	2,94%	1,97%	4,19%	(3,15%)	
PRODUCTO		173	184	125	49	112	151	154	182	288	78	305	147	101	223	(162)	2.109
PIB PROMEDIO (%)																	3,38%

Fuente: Elaboración propia.

5.7 GASTOS

A continuación, se presentan los gastos generales de la empresa viajes SARLE; teniendo en cuenta administrativos, de vetas y producción.

Tabla 30. Gastos

GASTOS EN PESOS

ADMÓN.	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	155.100	155.100	155.100	155.100	155.100	155.100	155.100	155.100	155.100	155.100	155.100	155.100	1.861.200	1.937.509	2.016.947	2.099.642	2.185.727
Servicios Públicos	31.020	31.020	31.020	31.020	31.020	31.020	31.020	31.020	31.020	31.020	31.020	31.020	372.240	387.502	403.389	419.928	437.145
Servicio de Telefonía e internet	24.532	24.532	24.532	24.532	24.532	24.532	24.532	24.532	24.532	24.532	24.532	24.532	294.380	306.449	319.014	332.093	345.709
Servicio Celular	67.210	67.210	67.210	67.210	67.210	67.210	67.210	67.210	67.210	67.210	67.210	67.210	806.520	839.587	874.010	909.845	947.148
Honorarios del contador x día	310.498	310.498	310.498	310.498	310.498	310.498	310.498	310.498	310.498	310.498	310.498	310.498	3.725.974	3.878.738	4.037.767	4.203.315	4.375.651
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA	75.647			75.647			75.647			75.647			302.590	314.996	327.911	341.355	355.351
ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA	256.784			256.784			256.784			256.784			1.027.134	1.069.247	1.113.086	1.158.722	1.206.230
TOTAL_GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	8.390.037	8.734.029	9.092.124	9.464.901	9.852.962
VENTAS																	
Gastos de representación	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	7.104.200	7.395.473	7.698.687	8.014.333
Volantes	82.720	82.720	82.720	82.720	82.720	82.720	82.720	82.720	82.720	82.720	82.720	82.720	992.640	1.033.338	1.075.705	1.119.809	1.165.721
Pancartas	103.400	103.400	103.400	103.400	103.400	103.400	103.400	103.400	103.400	103.400	103.400	103.400	1.240.800	1.291.673	1.344.631	1.399.761	1.457.151
TOTAL_GASTOS DE VENTAS	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	9.057.840	9.429.211	9.815.809	10.218.257	10.637.206
GASTOS DEPRECIACIÓN	249.534	249.534	249.534	249.534	249.534	249.534	249.534	249.534	249.534	249.534	249.534	249.534	2.994.411	2.994.411	2.994.411	0	0
GASTOS DIFERIDOS	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	5.967.269	6.211.927	6.466.616	6.731.748	7.007.749
GASTOS AL ESTADO DE RESULTADOS	2.422.417	2.089.986	2.089.986	2.422.417	2.089.986	2.089.986	2.422.417	2.089.986	2.089.986	2.422.417	2.089.986	2.089.986	26.409.558	27.369.579	28.368.961	26.414.906	27.497.917
GASTOS AL FLUJO DE CAJA	1.675.610	1.343.179	1.343.179	1.675.610	1.343.179	1.343.179	1.675.610	1.343.179	1.343.179	1.675.610	1.343.179	1.343.179	17.447.877	18.163.240	18.907.933	19.683.158	20.490.168

Fuente: Elaboración propia.

5.8 PROYECCIÓN NOMINA

A continuación, se mostrará la nómina administrativa y producción.

Tabla 31. Nómina administrativa

NÓMINA ADMINISTRACIÓN EN PESOS																	
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADMINISTRADOR	1.597.965	1.597.965	1.597.965	1.597.965	1.597.965	1.597.965	1.597.965	1.597.965	1.597.965	1.597.965	1.597.965	1.597.965	19.175.580	19.961.779	20.780.212	21.632.200	22.519.121

NÓMINA ADMINISTRACIÓN EN PESOS																		
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
COORDINADOR GENERAL	1.370.000	1.370.000	1.370.000	1.370.000	1.370.000	1.370.000	1.370.000	1.370.000	1.370.000	1.370.000	1.370.000	1.370.000	16.440.000	17.114.040	17.815.716	18.546.160	19.306.553	
SECRETARIA	1.014.888	1.014.888	1.014.888	1.014.888	1.014.888	1.014.888	1.014.888	1.014.888	1.014.888	1.014.888	1.014.888	1.014.888	12.178.656	12.677.981	13.197.778	13.738.887	14.302.181	
TOTAL	3.982.853	47.794.236	49.753.800	51.793.705	53.917.247	56.127.855												
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS																		
Personas con auxilio	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3						
SALARIOS	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	47.794.236	49.753.800	51.793.705	53.917.247	56.127.855	
AUXILIO DE TRANSPORTE (\$)	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	3.832.344	3.989.470	4.153.038	4.323.313	4.500.569	
CESANTÍAS (%)	358.518	358.518	358.518	358.518	358.518	358.518	358.518	358.518	358.518	358.518	358.518	358.518	4.302.215	4.478.606	4.662.229	4.853.380	5.052.369	
INTERÉS A LA CESANTÍAS (%)	43.022	43.022	43.022	43.022	43.022	43.022	43.022	43.022	43.022	43.022	43.022	43.022	516.266	537.433	559.467	582.406	606.284	
PRIMAS	358.375	358.375	358.375	358.375	358.375	358.375	358.375	358.375	358.375	358.375	358.375	358.375	4.300.494	4.476.814	4.660.364	4.851.439	5.050.348	
VACACIONES	165.952	165.952	165.952	165.952	165.952	165.952	165.952	165.952	165.952	165.952	165.952	165.952	1.991.423	2.073.072	2.158.068	2.246.548	2.338.657	
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PENSIÓN (%)	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	5.735.308	5.970.456	6.215.245	6.470.070	6.735.343	
ARL (%)	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	248.530	258.720	269.327	280.370	291.865	
TOTAL	5.726.735	68.720.817	71.538.370	74.471.443	77.524.772	80.703.288												
DATOS AL FUJO DE CAJA																		
SALARIOS	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	3.982.853	47.794.236	49.753.800	51.793.705	53.917.247	56.127.855	
AUXILIO DE TRANSPORTE (\$)	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	319.362	3.832.344	3.989.470	4.153.038	4.323.313	4.500.569	
cesantias (%)													0	4.302.215	4.478.606	4.662.229	4.853.380	
INTERÉS A LAS cesantias (%)													0	516.266	537.433	559.467	582.406	
PRIMAS						2.150.247							2.150.247	4.300.494	4.476.814	4.660.364	4.851.439	5.050.348
VACACIONES													1.991.423	1.991.423	2.073.072	2.158.068	2.246.548	2.338.657
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PENSIÓN (%)	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	477.942	5.735.308	5.970.456	6.215.245	6.470.070	6.735.343	
ARL (%)	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	20.711	248.530	258.720	269.327	280.370	291.865	
TOTAL	4.800.868	4.800.868	4.800.868	4.800.868	4.800.868	6.951.115	4.800.868	4.800.868	4.800.868	4.800.868	4.800.868	4.800.868	8.942.539	63.902.336	71.340.812	74.265.786	77.310.683	80.480.421

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32. Nómina de producción

NÓMINA ADMINISTRACIÓN EN PESOS																		
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
GUÍA TURÍSTICO	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	11.911.176	12.399.534	12.907.915	13.437.140	13.988.062	
GUÍA TURÍSTICO	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	992.598	11.911.176	12.399.534	12.907.915	13.437.140	13.988.062	
ASESOR COMERCIAL	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	11.653.668	12.131.468	12.628.859	13.146.642	13.685.654	
ASESOR COMERCIAL	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	971.139	11.653.668	12.131.468	12.628.859	13.146.642	13.685.654	
TOTAL	3.927.474	47.129.688	49.062.005	51.073.547	53.167.563	55.347.433												
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS																		
Personas con auxilio	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
SALARIOS	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	47.129.688	49.062.005	51.073.547	53.167.563	55.347.433	
AUXILIO DE TRANSPORTE (\$)	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	5.109.792	5.319.293	5.537.385	5.764.417	6.000.758	
cesantías (%)	362.774	362.774	362.774	362.774	362.774	362.774	362.774	362.774	362.774	362.774	362.774	362.774	4.353.290	4.531.775	4.717.578	4.910.998	5.112.349	
INTERÉS A LA cesantía (%)	43.533	43.533	43.533	43.533	43.533	43.533	43.533	43.533	43.533	43.533	43.533	43.533	522.395	543.813	566.109	589.320	613.482	
PRIMAS	362.629	362.629	362.629	362.629	362.629	362.629	362.629	362.629	362.629	362.629	362.629	362.629	4.351.549	4.529.962	4.715.691	4.909.034	5.110.304	
VACACIONES	163.644	163.644	163.644	163.644	163.644	163.644	163.644	163.644	163.644	163.644	163.644	163.644	1.963.734	2.044.247	2.128.061	2.215.312	2.306.139	
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
pensión (%)	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	5.655.563	5.887.441	6.128.826	6.380.108	6.641.692	
ARL (%)	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	492.034	512.207	533.208	555.069	577.827	
TOTAL	5.798.170	69.578.044	72.430.744	75.400.404	78.491.821	81.709.985												
DATOS AL FUJO DE CAJA																		
SALARIOS	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	3.927.474	47.129.688	49.062.005	51.073.547	53.167.563	55.347.433	
AUXILIO DE TRANSPORTE (\$)	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	425.816	5.109.792	5.319.293	5.537.385	5.764.417	6.000.758	
cesantías (%)													0	4.353.290	4.531.775	4.717.578	4.910.998	
INTERÉS A LA cesantía (%)													0	522.395	543.813	566.109	589.320	
PRIMAS						2.175.774							2.175.774	4.351.549	4.529.962	4.715.691	4.909.034	
VACACIONES													1.963.734	1.963.734	2.044.247	2.128.061	2.215.312	
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
pensión (%)	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	471.297	5.655.563	5.887.441	6.128.826	6.380.108	6.641.692	
ARL (%)	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	41.003	492.034	512.207	533.208	555.069	577.827	
TOTAL	4.865.590	4.865.590	4.865.590	4.865.590	4.865.590	7.041.364	4.865.590	4.865.590	4.865.590	4.865.590	4.865.590	4.865.590	9.005.098	64.702.359	72.230.841	75.192.305	78.275.190	81.484.472

Fuente: Elaboración propia.

5.9 PROYECCIÓN COSTOS, PRECIOS Y VENTAS UNITARIAS; COSTOS TOTALES DEL PRODUCTO

A continuación, se proyectarán los costos, precios y ventas unitarias.

5.9.1 Proyección de ventas. En la siguiente tabla se muestran las unidades de los viajes que llevaran a cabo por la empresa; para cada uno de sus tipos de servicios.

Tabla 33. Proyección de ventas

UNIDADES																			
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		
VIAJE A MULALÓ PASADÍAS	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	1.920	1.993	2.069	2.147	2.229		
VIAJE A MULALÓ VIAJE TURÍSTICO	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960	996	1.034	1.074	1.114		
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA PASADÍAS	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	160	1.920	1.993	2.069	2.147	2.229		
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA VIAJE TURÍSTICO	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960	996	1.034	1.074	1.114		
TOTAL	480	5.760	5.979	6.206	6.442	6.687													

Fuente: Elaboración propia.

5.9.2 Precio de venta. En esta tabla se muestra el precio de venta de los servicios prestado por viajes SARLE.

Tabla 34. Precio de venta

PRECIO DE VENTA																			
UNIDADES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		
VIAJE A MULALÓ PASADÍAS	55.499	55.499	55.499	55.499	55.499	55.499	55.499	55.499	55.499	55.499	55.499	55.499	55.499	57.774	60.143	62.609	65.175		
VIAJE A MULALÓ VIAJE TURÍSTICO	150.724	150.724	150.724	150.724	150.724	150.724	150.724	150.724	150.724	150.724	150.724	150.724	150.724	156.903	163.336	170.033	177.004		
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA PASADÍAS	53.957	53.957	53.957	53.957	53.957	53.957	53.957	53.957	53.957	53.957	53.957	53.957	53.957	56.169	58.472	60.869	63.365		
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA VIAJE TURÍSTICO	155.529	155.529	155.529	155.529	155.529	155.529	155.529	155.529	155.529	155.529	155.529	155.529	155.529	161.905	168.543	175.454	182.647		
TOTAL	415.707	432.751	450.494	468.964	488.192														

Fuente: Elaboración propia.

5.9.3 Costo unitario. Es esta tabla se encuentran los costos unitarios de los servicios que presta viajes SARLE.

Tabla 35. Costo unitario

COSTO UNITARIO																			
UNIDADES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		
VIAJE A MULALÓ PASADÍAS	42.691	42.691	42.691	42.691	42.691	42.691	42.691	42.691	42.691	42.691	42.691	42.691	42.691	44.441	46.264	48.160	50.135		
VIAJE A MULALÓ VIAJE TURÍSTICO	115.941	115.941	115.941	115.941	115.941	115.941	115.941	115.941	115.941	115.941	115.941	115.941	115.941	120.695	125.643	130.795	136.157		
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA PASADÍAS	40.266	40.266	40.266	40.266	40.266	40.266	40.266	40.266	40.266	40.266	40.266	40.266	40.266	41.917	43.636	45.425	47.287		
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA VIAJE TURÍSTICO	116.066	116.066	116.066	116.066	116.066	116.066	116.066	116.066	116.066	116.066	116.066	116.066	116.066	120.825	125.779	130.936	136.304		
TOTAL	314.965	327.878	341.321	355.315	369.883														

Fuente: Elaboración propia.

5.9.4 Ventas totales. En esta tabla se presentan las ventas totales para servicio que presta viajes SARLE.

Tabla 36. Ventas totales

VENTAS TOTALES																			
UNIDADES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		
VIAJE A MULALÓ PASADÍAS	8.879.761	8.879.761	8.879.761	8.879.761	8.879.761	8.879.761	8.879.761	8.879.761	8.879.761	8.879.761	8.879.761	8.879.761	106.557.127	115.141.156	124.416.698	134.439.458	145.269.632		
VIAJE A MULALÓ VIAJE TURÍSTICO	12.057.880	12.057.880	12.057.880	12.057.880	12.057.880	12.057.880	12.057.880	12.057.880	12.057.880	12.057.880	12.057.880	12.057.880	144.694.564	156.350.868	168.946.182	182.556.148	197.262.506		
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA PASADÍAS	8.633.064	8.633.064	8.633.064	8.633.064	8.633.064	8.633.064	8.633.064	8.633.064	8.633.064	8.633.064	8.633.064	8.633.064	103.596.768	111.942.317	120.960.166	130.704.475	141.233.766		
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA VIAJE TURÍSTICO	12.442.292	12.442.292	12.442.292	12.442.292	12.442.292	12.442.292	12.442.292	12.442.292	12.442.292	12.442.292	12.442.292	12.442.292	149.307.504	161.335.418	174.332.277	188.376.136	203.551.341		
TOTAL	42.012.997	504.155.963	544.769.760	588.655.322	636.076.217	687.317.245													

Fuente: Elaboración propia.

5.9.5 Costos totales. En esta tabla se presentan todos los costos totales para cada servicio que presta viajes SARLE.

Tabla 37. Costos totales

COSTOS TOTALES																			
UNIDADES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		
VIAJE A MULALÓ PASADÍAS	6.830.585	6.830.585	6.830.585	6.830.585	6.830.585	6.830.585	6.830.585	6.830.585	6.830.585	6.830.585	6.830.585	6.830.585	81.967.021	88.570.120	95.705.152	103.414.968	111.745.871		
VIAJE A MULALÓ VIAJE TURÍSTICO	9.275.293	9.275.293	9.275.293	9.275.293	9.275.293	9.275.293	9.275.293	9.275.293	9.275.293	9.275.293	9.275.293	9.275.293	111.303.511	120.269.899	129.958.601	140.427.806	151.740.389		
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA PASADÍAS	6.442.585	6.442.585	6.442.585	6.442.585	6.442.585	6.442.585	6.442.585	6.442.585	6.442.585	6.442.585	6.442.585	6.442.585	77.311.021	83.539.042	90.268.780	97.540.653	105.398.333		
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA VIAJE TURÍSTICO	9.285.293	9.285.293	9.285.293	9.285.293	9.285.293	9.285.293	9.285.293	9.285.293	9.285.293	9.285.293	9.285.293	9.285.293	111.423.511	120.399.566	130.098.714	140.579.206	151.903.986		
TOTAL	31.833.755	382.005.063	412.778.627	446.031.246	481.962.633	520.788.579													

Fuente: Elaboración propia.

5.9.6 Costo unitario sin mano de obra y sin costos indirectos de fabricación. En esta tabla se presenta el costo unitario sin mano de obra y si el costo indirecto de fabricación.

Tabla 38. Costo unitario sin mano de obra y sin costos indirectos de fabricación

UNIDADES	COSTO UNITARIO SIN MDO 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
VIAJE A MULALÓ VIAJE TURÍSTICO	102.125	102.125	102.125	102.125	102.125	102.125	102.125	102.125	102.125	102.125	102.125	102.125	102.125	106.312	110.671	115.208	119.932
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA PASADÍAS	26.450	26.450	26.450	26.450	26.450	26.450	26.450	26.450	26.450	26.450	26.450	26.450	26.450	27.534	28.663	29.839	31.062
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA VIAJE TURÍSTICO	102.250	102.250	102.250	102.250	102.250	102.250	102.250	102.250	102.250	102.250	102.250	102.250	102.250	106.442	110.806	115.349	120.079
TOTAL	230.825	230.825	230.825	230.825	230.825	230.825	230.825	230.825	230.825	230.825	230.825	230.825	230.825	240.289	250.141	260.396	271.073

Fuente: Elaboración propia.

5.9.7 Costos totales sin mano de obra y sin costos indirectos de fabricación. En esta tabla se presentan todos los costos totales sin mano de obra y con costos indirectos de fabricación.

Tabla 39. Costos totales sin mano de obra y sin costos indirectos de fabricación

UNIDADES	COSTOS TOTALES SIN MDO 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
VIAJE A MULALÓ VIAJE TURÍSTICO	8.170.000	8.170.000	8.170.000	8.170.000	8.170.000	8.170.000	8.170.000	8.170.000	8.170.000	8.170.000	8.170.000	8.170.000	98.040.000	105.937.906	114.472.052	123.693.692	133.658.208
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA PASADÍAS	4.232.000	4.232.000	4.232.000	4.232.000	4.232.000	4.232.000	4.232.000	4.232.000	4.232.000	4.232.000	4.232.000	4.232.000	50.784.000	54.875.057	59.295.682	64.072.424	69.233.970
VIAJE AL REFUGIO CORAZONES VERDES DAPA VIAJE TURÍSTICO	8.180.000	8.180.000	8.180.000	8.180.000	8.180.000	8.180.000	8.180.000	8.180.000	8.180.000	8.180.000	8.180.000	8.180.000	98.160.000	106.067.573	114.612.165	123.845.092	133.821.805
TOTAL	20.582.000	20.582.000	20.582.000	20.582.000	20.582.000	20.582.000	20.582.000	20.582.000	20.582.000	20.582.000	20.582.000	20.582.000	246.984.000	266.880.537	288.379.899	311.611.207	336.713.983

Fuente: Elaboración propia.

5.9.8 Iva en pesos. En esta tabla se presenta el IVA en pesos desde el año 2; dado que el primer año no se toma hasta el 31 de diciembre del 2021.

Tabla 40. Iva en pesos

	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	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	103.871.883	111.554.386	120.630.675	127.530.345
IVA PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50.886.422	54.873.835	59.329.448	62.234.097
IVA CAUSADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	52.985.461	56.680.551	61.301.227	65.296.248
IVA AL FLUJO DE CAJA					0				0				0	35.323.641	37.767.034	40.867.485	43.530.832
IVA AÑO SIGUIENTE													0	0	17.661.820	18.893.517	20.433.742
IVA TOTAL FLUJO DE CAJ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35.323.641	55.448.854	59.761.002	63.964.574
MESES AÑO																	
IVA PAGADO X AÑO MESES																	
IVA X PAGAR X AÑO MESES																	

Fuente: Elaboración propia.

5.10 PROYECCIÓN ESTADOS FINANCIEROS Y FLUJO DE CAJA

A continuación, se presenta el estado de resultados y flujo de caja juntos con y sin financiación.

5.10.1 Estado de resultado sin financiación en pesos. Este es el estado de resultado sin financiación en pesos de la empresa viajes SARLE.

Tabla 41. Estado de resultado sin financiación en pesos

ESTADO DE RESULTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Ventas	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	504.155.963	546.694.123	587.128.346	634.898.290	671.212.340
Descuentos	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	5.041.560	5.466.941	5.871.283	6.348.983	6.712.123
Devoluciones																	
VENTAS NETAS	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	499.114.404	541.227.182	581.257.063	628.549.307	664.500.216
CMV	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	382.005.063	414.236.740	444.873.294	481.069.119	508.586.722
UTILIDAD BRUTA	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	117.109.341	126.990.441	136.383.769	147.480.188	155.913.494
EGRESOS																	
Nomina	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	68.720.817	71.538.370	74.471.443	77.524.772	80.703.288
Gastos de Administración	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	8.390.037	8.734.029	9.092.124	9.464.901	9.852.962
Gastos de Ventas	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	9.057.840	9.429.211	9.815.809	10.218.257	10.637.206
Gastos Depreciación	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	4.277.948	4.277.948	4.277.948	0	0
Gatos Diferidos	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	5.967.269	6.211.927	6.466.616	6.731.748	7.007.749
ICA	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	16.470.775	17.860.497	19.181.483	20.742.127	21.928.507
TOTAL EGRESOS	9.628.678	9.296.247	9.296.247	9.628.678	9.296.247	9.296.247	9.628.678	9.296.247	9.296.247	9.628.678	9.296.247	9.296.247	112.884.686	118.051.983	123.305.424	124.681.805	130.129.712
UTILIDAD OPERACIONAL	130.434	462.865	462.865	130.434	462.865	462.865	130.434	462.865	462.865	130.434	462.865	462.865	4.224.654	8.938.459	13.078.345	22.798.383	25.783.782
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos Financieros Préstamo													0				
Gastos Financieros Leasing													0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	130.434	462.865	462.865	130.434	462.865	462.865	130.434	462.865	462.865	130.434	462.865	462.865	4.224.654	8.938.459	13.078.345	22.798.383	25.783.782
IMPUESTO DE RENTA	43.043	152.745	152.745	43.043	152.745	152.745	43.043	152.745	152.745	43.043	152.745	152.745	1.394.136	2.949.691	4.315.854	7.523.466	8.508.648
CRÉE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTOS	87.391	310.119	310.119	87.391	310.119	310.119	87.391	310.119	310.119	87.391	310.119	310.119	2.830.518	5.988.767	8.762.491	15.274.917	17.275.134
RESERVA LEGAL	8.739	31.012	31.012	8.739	31.012	31.012	8.739	31.012	31.012	8.739	31.012	31.012	283.052	598.877	876.249	1.527.492	1.727.513

UTILIDAD DEL EJERCICIO	78.652	279.108	279.108	78.652	279.108	279.108	78.652	279.108	279.108	78.652	279.108	279.108	2.547.466	5.389.891	7.886.242	13.747.425	15.547.620
ACTIVIDAD ACUMULADA													2.547.466	7.937.357	15.823.599	29.571.024	45.118.644
RESERVA LEGAL ACUMULADA													283.052	881.929	1.758.178	3.285.669	5.013.183

Fuente: Elaboración propia.

5.10.2 Estado de resultado con financiación en pesos. Este es el estado de resultado con financiación de la empresa viajes SARLE.

Tabla 42. Estado de resultado con financiación

ESTADO DE RESULTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	504.155.963	546.694.123	587.128.346	634.898.290	671.212.340
Descuentos	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	5.041.560	5.466.941	5.871.283	6.348.983	6.712.123
Devoluciones																	664.500.216
VENTAS NETAS	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	41.592.867	499.114.404	541.227.182	581.257.063	628.549.307	671.212.340
CMV	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	382.005.063	414.236.740	444.873.294	481.069.119	508.586.722
UTILIDAD BRUTA	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	9.759.112	117.109.341	126.990.441	136.383.769	147.480.188	155.913.494
EGRESOS																	80.703.288
Nomina	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	5.726.735	68.720.817	71.538.370	74.471.443	77.524.772	8.852.962
Gastos de Administración	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	8.390.037	8.734.029	9.092.124	9.464.901	10.637.206
Gastos de Ventas	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	9.057.840	9.429.211	9.815.809	10.218.257	0
Gastos Depreciación	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	356.496	4.277.948	4.277.948	4.277.948	0	7.007.749
Gatos Diferidos	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	497.272	5.967.269	6.211.927	6.466.616	6.731.748	21.928.507
ICA	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	1.372.565	16.470.775	17.860.497	19.181.483	20.742.127	130.129.712
TOTAL EGRESOS	9.628.678	9.296.247	9.296.247	9.628.678	9.296.247	9.296.247	9.628.678	9.296.247	9.296.247	9.628.678	9.296.247	9.296.247	112.884.686	118.051.983	123.305.424	124.681.805	25.763.782
UTILIDAD OPERACIONAL	130.434	462.865	462.865	130.434	462.865	462.865	130.434	462.865	462.865	130.434	462.865	462.865	4.224.654	8.938.459	13.078.345	22.798.383	245.568
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	245.568
Gastos Financieros Préstamo	129.500	128.206	126.892	125.556	124.199	122.820	121.418	119.994	118.547	117.076	115.582	114.063	1.463.853	1.240.937	970.651	642.930	
Gastos Financieros Leasing													0				245.568
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	129.500	128.206	126.892	125.556	124.199	122.820	121.418	119.994	118.547	117.076	115.582	114.063	1.463.853	1.240.937	970.651	642.930	245.568
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	934	334.659	335.973	4.878	338.666	340.045	9.016	342.871	344.318	13.358	347.283	348.802	2.760.801	7.697.522	12.107.694	22.155.453	25.538.214
IMPUESTO DE RENTA	308	110.437	110.871	1.610	111.760	112.215	2.975	113.147	113.625	4.408	114.803	115.105	911.064	2.540.182	3.995.539	7.311.299	8.427.611
CREE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTOS	626	224.221	225.102	3.268	226.906	227.830	6.040	229.723	230.693	8.950	232.680	233.697	1.849.737	5.157.340	8.112.155	14.844.154	17.110.603
RESERVA LEGAL	63	22.422	22.510	327	22.691	22.783	604	22.972	23.069	895	23.268	23.370	184.974	515.734	811.215	1.484.415	1.711.060
UTILIDAD DEL EJERCICIO	563	201.799	202.592	2.941	204.215	205.047	5.436	206.751	207.624	8.055	209.412	210.328	1.664.763	4.641.606	7.300.939	13.359.738	15.399.543

ESTADO DE RESULTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVIDAD ACUMULADA													1.664.763	6.306.369	13.607.308	26.967.046	42.366.589
RESERVA LEGAL ACUMULADA													184.974	700.708	1.511.923	2.996.338	4.707.399

Fuente: Elaboración propia.

Los estados financieros muestran los ingresos netos que ha generado la empresa; con todos sus gastos operacionales y financieros que permiten obtener las utilidades de la empresa.

Con este dato se puede observar en el análisis del estado de resultados sin financiación que se encuentra en la tabla 41; que la empresa viajes SARLE tiene unos ingresos de 504.155.963 pesos para su primer año y se ve que sigue en aumento cada año y una utilidad de 2.547.466 en el primer año y a medida de los años va aumentando considerablemente; demostrando que es un negocio efectivo a largo plazo, ya que no disminuye y para el año cinco da una utilidad de 15.547.620.

Para el estado de resultados con financiación se puede apreciar que, aunque el año uno tiene una utilidad mayor en el estado de resultados sin financiación; la diferencia no está muy lejos y es una buena opción si no se tienen todos los recursos para iniciar con el proyecto.

5.10.3 Flujo de caja sin financiación en pesos. Este es el Flujo de caja sin financiación en pesos de la empresa viajes SARLE.

Tabla 43. Flujo de caja sin financiación en pesos

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Recaudos	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	504.155.963	546.694.123	587.128.346	634.898.290	671.212.340
IVA COBRADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	103.871.883	111.554.386	120.630.675	127.530.345
TOTAL INGRESOS	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	504.155.963	650.566.006	698.682.732	755.528.965	798.742.684

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EGRESOS																	
Nomina	4.800.868	4.800.868	4.800.868	4.800.868	4.800.868	6.951.115	4.800.868	4.800.868	4.800.868	4.800.868	4.800.868	8.942.539	63.902.336	71.340.812	74.265.786	77.310.683	80.480.421
Gastos de Administración	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	8.390.037	8.734.029	9.092.124	9.464.901	9.852.962
Gastos de Venta	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	9.057.840	9.429.211	9.815.909	10.218.257	10.637.206
IVA PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50.886.422	54.873.835	59.329.448	62.234.097
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35.323.641	55.448.854	59.761.002	63.964.574
Seguros													0	6.211.927	6.466.616	6.731.748	7.007.749
Impuesto de Renta													0	1.394.136	2.949.691	4.315.854	7.523.466
CREE													0	0	0	0	0
ICA													0	16.470.775	17.860.497	19.181.483	20.742.127
Pagos	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	382.005.063	414.236.740	444.873.294	481.069.119	508.586.722
Descuentos	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	5.041.560	5.466.941	5.871.283	6.348.983	6.712.123
TOTAL EGRESOS	38.730.364	38.397.933	38.397.933	38.730.364	38.397.933	40.548.180	38.730.364	38.397.933	38.397.933	38.730.364	38.397.933	42.539.603	468.396.836	619.494.636	681.517.790	733.731.477	777.741.448
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	3.282.633	3.615.064	3.615.064	3.282.633	3.615.064	1.464.817	3.282.633	3.615.064	3.615.064	3.282.633	3.615.064	(526.606)	35.759.128	31.071.370	17.164.942	21.797.488	21.001.236
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos Financieros Préstamo													0				
Amortización Préstamo													0				
Gastos Financieros 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	3.282.633	3.615.064	3.615.064	3.282.633	3.615.064	1.464.817	3.282.633	3.615.064	3.615.064	3.282.633	3.615.064	(526.606)	35.759.128	31.071.370	17.164.942	21.797.488	21.001.236
Saldo Inicial de Caja	13.200.515	16.483.149	20.098.213	23.713.277	26.995.910	30.610.974	32.075.791	35.358.424	38.973.488	42.588.552	45.871.185	49.486.249	13.200.515	48.959.643	80.031.013	97.195.956	118.993.444
SALDO FINAL DE CAJA	16.483.149	20.098.213	23.713.277	26.995.910	30.610.974	32.075.791	35.358.424	38.973.488	42.588.552	45.871.185	49.486.249	48.959.643	48.959.643	80.031.013	97.195.956	118.993.444	139.994.680

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(32.001.629)	35.759.128	31.071.370	17.164.942	21.797.488	21.001.236

DTF (%)	4,53%
SPREAD (%)	28,00%
CDO (%)	33,80%
VPN (\$)	30.946.212
TIR (%)	91,59%
B/C(VECES)	1,97

Fuente: Elaboración propia.

5.10.4 Flujo de caja con financiación en pesos. Este es el flujo de caja con financiación en pesos de la empresa viajes SARLE.

Tabla 44. Flujo de caja con financiación en pesos

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN EN PESOS																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Recaudos	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	504.155.963	546.694.123	587.128.346	634.898.290	671.212.340
IVA COBRADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	103.871.883	111.554.386	120.630.675	127.530.345
TOTAL INGRESOS	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	42.012.997	504.155.963	650.566.006	698.682.732	755.528.965	798.742.684
EGRESOS																	
Nomina	4.800.868	4.800.868	4.800.868	4.800.868	4.800.868	6.951.115	4.800.868	4.800.868	4.800.868	4.800.868	4.800.868	8.942.539	63.902.336	71.340.812	74.265.786	77.310.683	80.480.421
Gastos de Administración	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	920.790	588.359	588.359	8.390.037	8.734.029	9.092.124	9.464.901	9.852.962
Gastos de Venta	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	754.820	9.057.840	9.429.211	9.815.809	10.218.257	10.637.206
IVA PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50.886.422	54.873.835	59.329.448	62.234.097
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35.323.641	55.448.854	59.761.002	63.964.574
Seguros													0	6.211.927	6.466.616	6.731.748	7.007.749
Impuesto de Renta													0	911.064	2.540.182	3.995.539	7.311.299
CREE													0	0	0	0	0
ICA													0	16.470.775	17.860.497	19.181.483	20.742.127
Pagos	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	31.833.755	382.005.063	414.236.740	444.873.294	481.069.119	508.586.722
Descuentos	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	420.130	5.041.560	5.466.941	5.871.283	6.348.983	6.712.123
TOTAL EGRESOS	38.730.364	38.397.933	38.397.933	38.730.364	38.397.933	40.548.180	38.730.364	38.397.933	38.397.933	38.730.364	38.397.933	42.539.603	468.396.836	619.011.564	681.108.281	733.411.162	777.529.281
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	3.282.633	3.615.064	3.615.064	3.282.633	3.615.064	1.464.817	3.282.633	3.615.064	3.615.064	3.282.633	3.615.064	(526.606)	35.759.128	31.554.442	17.574.451	22.117.803	21.213.403
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos Financieros Préstamo	129.500	128.206	126.892	125.556	124.199	122.820	121.418	119.994	118.547	117.076	115.582	114.063	1.463.853	1.240.937	970.651	642.930	245.568
Amortización Préstamo	79.906	81.200	82.514	83.849	85.207	86.586	87.987	89.412	90.859	92.330	93.824	95.343	1.049.016	1.271.932	1.542.218	1.869.939	2.267.301
Gastos Financieros Leasing													0				
Amortización Leasing													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	209.406	209.406	209.406	209.406	209.406	209.406	209.406	209.406	209.406	209.406	209.406	209.406	2.512.869	2.512.869	2.512.869	2.512.869	2.512.869
FLUJO DE CAJA NETO	3.073.227	3.405.658	3.405.658	3.073.227	3.405.658	1.255.411	3.073.227	3.405.658	3.405.658	3.073.227	3.405.658	(736.012)	33.246.258	29.041.573	15.061.582	19.604.934	18.700.534
Saldo Inicial de Caja	13.200.515	16.273.743	19.679.401	23.085.059	26.158.287	29.563.945	30.819.356	33.892.584	37.298.242	40.703.900	43.777.128	47.182.786	13.200.515	46.446.774	75.488.346	90.549.929	110.154.862
SALDO FINAL DE CAJA	16.273.743	19.679.401	23.085.059	26.158.287	29.563.945	30.819.356	33.892.584	37.298.242	40.703.900	43.777.128	47.182.786	46.446.774	46.446.774	75.488.346	90.549.929	110.154.862	128.855.396

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(24.001.222)	33.246.258	29.041.573	15.061.582	19.604.934	18.700.534

DTF (%)	1,73%
SPREAD (%)	28%
CDO (%)	30,21%
VPN (\$)	37.294.655
TIR (%)	118,36%
B/C(V/ECE\$)	2,55

Fuente: Elaboración propia.

BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS

	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	10.775.784	10.775.784	10.775.784	10.775.784	10.775.784	10.775.784
(-) Depreciación Acumulada	0	4.277.948	8.555.896	12.833.844	12.833.844	12.833.844
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	12.833.844	8.555.896	4.277.948	0	0	0
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	5.967.269	0	0	0	0	0
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	5.967.269	0	0	0	0	0
TOTAL, ACTIVOS NO CORRIENTES	18.801.113	8.555.896	4.277.948	0	0	0
TOTAL, ACTIVOS	32.001.629	57.515.539	84.308.961	97.195.956	118.993.444	139.994.680
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas x pagar o Acreedores	0	0	0	0	0	0
Cesantías x pagar	0	4.302.215	4.478.606	4.662.229	4.853.380	5.052.369
intereses a los Cesantías x pagar	0	516.266	537.433	559.467	582.406	606.284
Impuesto de Renta por pagar	0	1.394.136	2.949.691	4.315.854	7.523.466	8.508.648
CREE x Pagar	0	0	0	0	0	0
IVA / INC x pagar	0	0	17.661.820	18.893.517	20.433.742	21.765.416
ICA x Pagar	0	16.470.775	17.860.497	19.181.483	20.742.127	21.928.507
TOTAL, PASIVOS CORRIENTES	0	22.683.392	43.488.047	47.612.550	54.135.122	57.861.224
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras	0					
Leasing Financiero	0					
TOTAL, PASIVOS NO CORRIENTES	0	0	0	0	0	0
TOTAL, PASIVOS	0	22.683.392	43.488.047	47.612.550	54.135.122	57.861.224
PATRIMONIO						

BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS						
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital Social	32.001.629	32.001.629	32.001.629	32.001.629	32.001.629	32.001.629
Utilidad Acumulada	0	2.547.466	7.937.357	15.823.599	29.571.024	45.118.644
Reserva Legal Acumulada	0	283.052	881.929	1.758.178	3.285.669	5.013.183
TOTAL, PATRIMONIO	32.001.629	34.832.147	40.820.914	49.583.405	64.858.322	82.133.456
PASIVO + PATRIMONIO	32.001.629	57.515.539	84.308.961	97.195.956	118.993.444	139.994.680

0	0	0	0	0	0
---	---	---	---	---	---

Fuente: Elaboración propia.

5.12 BALANCE GENERAL CON FINANCIACIÓN

En este balance general se puede observar la situación financiera de la empresa a 5 años con financiamiento.

Tabla 46. Balance general con financiación

BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS						
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja Bancos	13.200.515	46.446.774	75.488.346	90.549.929	110.154.862	128.855.396
Cuentas por Cobrar o Deudores	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0

BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS

	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	13.200.515	46.446.774	75.488.346	90.549.929	110.154.862	128.855.396
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	2.058.060	2.058.060	2.058.060	2.058.060	2.058.060	2.058.060
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	10.775.784	10.775.784	10.775.784	10.775.784	10.775.784	10.775.784
(-) Depreciación Acumulada	0	4.277.948	8.555.896	12.833.844	12.833.844	12.833.844
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	12.833.844	8.555.896	4.277.948	0	0	0
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	5.967.269	0	0	0	0	0
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	5.967.269	0	0	0	0	0
TOTAL, ACTIVOS NO CORRIENTES	18.801.113	8.555.896	4.277.948	0	0	0
TOTAL, ACTIVOS	32.001.629	55.002.670	79.766.294	90.549.929	110.154.862	128.855.396
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas x pagar o Acreedores	0	0	0	0	0	0
Cesantías x pagar	0	4.302.215	4.478.606	4.662.229	4.853.380	5.052.369
intereses a los Cesantías x pagar	0	516.266	537.433	559.467	582.406	606.284
Impuesto de Renta por pagar	0	911.064	2.540.182	3.995.539	7.311.299	8.427.611
CREE x Pagar	0	0	0	0	0	0
IVA / INC x pagar	0	0	17.661.820	18.893.517	20.433.742	21.765.416
ICA x Pagar	0	16.470.775	17.860.497	19.181.483	20.742.127	21.928.507
TOTAL, PASIVOS CORRIENTES	0	22.200.321	43.078.538	47.292.235	53.922.955	57.780.186
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras	8.000.407	6.951.391	5.679.459	4.137.241	2.267.301	0
Leasing Financiero						
TOTAL, PASIVOS NO CORRIENTES	8.000.407	6.951.391	5.679.459	4.137.241	2.267.301	0
TOTAL, PASIVOS	8.000.407	29.151.711	48.757.997	51.429.476	56.190.256	57.780.186
PATRIMONIO						

BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS						
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital Social	24.001.222	24.001.222	24.001.222	24.001.222	24.001.222	24.001.222
Utilidad Acumulada	0	1.664.763	6.306.369	13.607.308	26.967.046	42.366.589
Reserva Legal Acumulada	0	184.974	700.708	1.511.923	2.996.338	4.707.399
TOTAL, PATRIMONIO	24.001.222	25.850.958	31.008.298	39.120.453	53.964.606	71.075.209
PASIVO + PATRIMONIO	32.001.629	55.002.670	79.766.294	90.549.929	110.154.862	128.855.396
	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

En estos balances se puede observar como la caja de bancos va creciendo de manera significativa iniciando con 13.200.515 pesos en el año inicial y terminado en el año cinco con 128.855.396 pesos; donde mayor aumento se dio para el año uno en gran parte por no tener que pagar el IVA, pero aun así se mantuvo aumentando.

5.13 RAZONES FINANCIERAS

A continuación, se presentan los estados financieros.

5.13.1 Razones financieras para estados financieros sin financiación. A continuación, se presenta la tabla de razones financieras para estados financieros sin financiación de la empresa viajes SARLE.

Tabla 47. Razones financieras para estados financieros sin financiación

RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO	26.276.251	36.542.966	49.583.405	64.858.322	82.133.456
RAZÓN CORRIENTE	2,16	1,84	2,04	2,20	2,42
PRUEBA ACIDA	2,16	1,84	2,04	2,20	2,42
DÍAS DE CARTERA	0,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ROTACIÓN DE CARTERA	0,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ENDEUDAMIENTO	39,44%	51,58%	48,99%	45,49%	41,33%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	4,92%	7,10%	9,02%	12,84%	12,34%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	8,13%	14,67%	17,67%	23,55%	21,03%
MARGEN BRUTO	23,46%	23,46%	23,46%	23,46%	23,46%
MARGEN OPERACIONAL	0,85%	1,65%	2,25%	3,63%	3,88%
MARGEN NETO	0,57%	1,11%	1,51%	2,43%	2,60%
DÍAS DEL AÑO	365				

Fuente: Elaboración propia.

5.13.2 Razones financieras para estados financieros con financiación. A continuación, se presenta la tabla de razones financieras para estados financieros sin financiación de la empresa viajes SARLE.

Tabla 48. Razones financieras para estados financieros con financiación

RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO	24.246.453	32.409.808	43.257.693	56.231.908	71.075.209
RAZÓN CORRIENTE	2,09	1,75	1,91	2,04	2,23
PRUEBA ACIDA	2,09	1,75	1,91	2,04	2,23
DÍAS DE CARTERA	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROTACIÓN DE CARTERA	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ENDEUDAMIENTO	53,00%	61,13%	56,80%	51,01%	44,84%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	3,36%	6,47%	8,96%	13,48%	13,28%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	7,16%	16,63%	20,74%	27,51%	24,07%
MARGEN BRUTO	23,46%	23,46%	23,46%	23,46%	23,46%
MARGEN OPERACIONAL	0,85%	1,65%	2,25%	3,63%	3,88%
MARGEN NETO	0,37%	0,95%	1,40%	2,36%	2,57%
DÍAS DEL AÑO	365				

Fuente: Elaboración propia.

Estas razones financieras nos enseñan que la empresa cuenta con liquidez ya que el capital de trabajo es positivo y lo que es el flujo de cartera y rotación de cartera no las afecta dado que cuenta con el efectivo antes de la realización del viaje lo que quiere decir que no se debe endeudar para los pagos con los proveedores. Y el retorno de la inversión es de 2,16 baja un poco y vuelve y aumenta esto en la parte sin financiación y con financiación tiene un comportamiento parecido, pero inicia en 9,09.

5.14 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 49. Punto de equilibrio

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
ER SIN FINANCIACIÓN	44	55	55	44	55	55	44	55	55	44	55	55	617	746	845	916	980
ER CON FINANCIACIÓN	40	51	51	40	51	51	41	51	51	41	51	51	570	709	817	898	973

Fuente: Elaboración propia.

Estas son las unidades mínimas que se deben vender de los servicios por mes y por año; teniendo en cuenta que por lo menos en el año de enero que especifica que el mínimo es 44 se deben vender es 80 dado que se cuenta que el viaje se realiza con 40 pasajeros que es la cantidad que viajan por bus.

5.15 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

A continuación, se presenta el porcentaje en el que, al disminuir el margen de utilidad en cada uno de los servicios que presta viajes SARLE se presentan alteraciones negativas tanto en el valor presente neto, en la tasa interna de retorno y en la relación beneficio costo. Para el caso de esta empresa esto ocurre cuando se disminuye del 3,80% sin financiación y del 4,10% con financiación de la producción del servicio.

Tabla 50. Análisis de sensibilidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD					
DISMINUCIÓN MARGEN BRUTOS		3,80%	DISMINUCIÓN MARGEN BRUTOS		4,10%
FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN			FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN		
	VALORES ORIGINALES	VALORES MODIFICADOS		VALORES ORIGINALES	VALORES MODIFICADOS
VPN	30.946.212	(85.748)	VPN	37.294.655	(61.813)
TIR	91,59%	33,61%	TIR	118,36%	30,02%
B/C	1,97	1,00	B/C	2,55	1,00

Fuente: Elaboración propia.

6 CONCLUSIONES

Una vez completado el estudio de mercado se pudieron observar cuáles son los clientes potenciales, identificar el tamaño del mercado y detectar que en la actualidad en el municipio de Yumbo no existe una empresa de turismo dedicada a exaltar los atributos con los que cuenta el municipio de Yumbo, el departamento del Valle y Colombia; si no que buscan los destinos turísticos comunes con los que cuentan la mayoría; lo cual no las hacen distintas las unas de las otras. También se detectaron las diversas cualidades con las que cuenta el municipio y diferentes factores que hacen que el turismo sea algo necesario para cualquier individuo y que el estado y municipio están en la lucha de que el turismo se posicione mejor en el mercado.

En el análisis técnico se establecieron los requisitos para poder llevar a cabo este proyecto dentro de los cuales está la ubicación la cantidad de equipos de cómputo, muebles y enseres y de más recursos que son necesarios.

También se realizó el estudio organizacional y legal para saber qué tipo de empresa va hacer; que en este caso es una S.A.S ya que presenta ventajas para la empresa y su fundador.

Mediante el estudio financiero se detectó que para llevar a cabo el funcionamiento de la empresa se necesita una inversión de se necesita una inversión de 32.001.629 pesos con un capital de trabajo de 13.200.515 pesos, lo que permitirá generar una utilidad de 2.547.466 para el primer año aumentada cada año hasta llegar al quinto año una utilidad acumulada de 45.118.644 lo que es muy rentable esto para la parte sin financiación y con financiación la se tiene una inversión de 24.001.222 pesos con un capital de trabajo de 13.200.515 pesos, lo que permitirá generar una utilidad de 1.664.763 pesos para el primer año aumentada cada año hasta llegar al quinto año una utilidad acumulada de 42.366.589 pesos lo que también es muy rentable teniendo en cuenta los costos de financiamiento.

Finalmente, al desarrollar la evaluación financiera se pudo concluir que la empresa Viajes SARLE es económicamente viable dado que se da un nivel de rentabilidad del 91,59% y un VPM de 30.946.212 pesos, pero es sensible a la disminución del margen de utilidad en un 3,80% sin financiamiento y con financiamiento este margen es de 4,10% lo que nos indica que este margen se debe mantener o aumentar conforme el tiempo.

7 RECOMENDACIONES

Para ampliar la cobertura de clientes es oportuno generar estrategias de mercadeo útiles; para esto una buena alternativa es entrar al medio estudiantil brindando portafolios que inciten a conocer y disfrutar de la cultura propia y valorar los espacios naturales e históricos por medio de la recreación y disfrute.

Por otro lado, buscar estrategias que permitan aumentar el margen de utilidad o disminuir los costos de los servicios.

Identificar más sitios que proporcionen atractivos culturales y naturales para el esparcimiento, recreación y cultura para los habitantes del municipio de Yumbo y sus alrededores, para después expandirse a otros municipios y ciudades identificando siempre estos lugares que no se han explotado de manera masiva y darles el reconocimiento; buscando siempre incentivar tanto a los turistas como a los nativos a apropiarse y disfrutar de todos estos sitios con tantas riquezas gastronómica y culturales actas para el esparcimiento recreación y cultura.

Aparte de esto mantener una constante evaluación de desempeño tanto de la empresa y su servicio como de todos sus colaboradores buscado siempre la forma de mejorar e innovación constante para así ganar un buen posicionamiento en el mercado y fidelizar sus clientes.

También se puede analizar la idea de generar viajes para excursionistas en moto brindándoles rutas especiales y acompañamiento constante por un guía conocedor de las mejores rutas y lugares; para implementar próximamente.

8 BIBLIOGRAFÍA

Aiyellow. (s. f.). *Finca Vacacional "EL LLANITO"*. Recuperado 31 de mayo de 2021, de <https://www.aiyellow.com/fincaellanito/>

Alcaldía de Yumbo. (2018). *Alcaldía de Yumbo*.
<http://www.yumbo.gov.co/Paginas/default.aspx>

Alcívar Vera, I. I., & Bravo Acosta, O. M. (2017). Turismo sostenible: Una alternativa de desarrollo comunitario desde un componente cultural. *Espiraes Revista Multidisciplinaria de investigación*, 1(9), Article 9.
<https://doi.org/10.31876/re.v1i9.114>

Almacén Éxito. (2021). *Almacén Éxito*.
https://www.exito.com/search?_query=archivador

ANATO, (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo. (2020). // *Encuesta Tendencias de Viajes Covid-19 en Colombia*. 31.

Asamblea Nacional Constituyente. (1991, julio 4). *Constitución Colombia*.
<https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-52>

Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO). (2021, marzo 25). *2021, el año de la recuperación del turismo*.
<https://anato.org/noticias/2021-el-ano-de-la-recuperacion-del-turismo/>

Baida, A. (2011, septiembre 13). *Cómo romper con la rutina diaria*. Coach de la profesional. <https://coachdelaprofesional.com/como-acabar-con-la-rutina-diaria/>

Bernal., C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera E.d.). Person.

Coll Morales, F. (2020, marzo 1). *Historia del turismo*. Economipedia. <https://economipedia.com/historia/historia-del-turismo.html>

DANE, D. A. N. de E. (2019). *Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT)* (p. 24). https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/encuesta_gastos_turismo_Int_EGIT/bol_EGIT_I_2019.pdf

DANE, D. A. N. de E. (2020). *LA INFORMACIÓN DEL DANE EN LA TOMA DE DECISIONES DE LOS MUNICIPIOS DEL PAÍS* (p. 67). <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-desarrollo-territorial/100320-Info-Alcaldias-Candelaria-Yumbo-Jamund%C3%AD-Palmira.pdf>

Díaz Granados, S. (2012, septiembre 27). *Turismo en Colombia ha tenido grandes avances*. <https://www.elpais.com.co/economia/turismo-en-colombia-ha-tenido-grandes-avances-sergio-diaz-granados.html>

DL VIAJES Y TURISMO. (2018, enero 30). *DL VIAJES Y TURISMO*.

<https://www.facebook.com/1843421342366136/photos/a.1843421402366130/1843431122365158/>

El Llanito en Mulaló. (2016). *El Llanito en Mulaló*.

<https://www.facebook.com/pages/El%20Llanito%20en%20%20Mulalo/236752346471416/photos/>

El Ministerio de Comercio. (2021, febrero 17). *Herramientas de Mincomercio para fortalecer el turismo sostenible en Colombia*. MINCIT.

<https://www.mincit.gov.co/Prensa/Noticias/Turismo/Herramientas-para-fortalecer-el-turismo-sostenible>

Google Maps. (2021). *Google Maps*. Google Maps.

<https://www.google.com/maps/place/Yumbo,+Valle+del+Cauca/@3.5453363,-76.5300461,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e30aa49a2424267:0xefb31cae81bea000!8m2!3d3.545337!4d-76.495026>

Gutiérrez Núñez, A. (2021, abril 23). *Los destinos con naturaleza y libres de covid son ahora el nuevo lujo para el turismo*. Diario La República.

<https://www.larepublica.co/ocio/los-destinos-con-naturaleza-y-libres-de-covid-son-el-nuevo-lujo-en-el-turismo-3157884>

Hernández, A. K. (2011). *Métodos de investigación*. COLEGIO DE BACHILLERES DEL ESTADO DE SONORA.

IVT Viajes y Turismo. (2020, diciembre 9).

<https://www.facebook.com/ivtviajesyturismo/photos/a.431997493498017/3843250165706049/>

La Organización Mundial del Turismo (OMT). (2008). *Glosario de términos de turismo | OMT*. La Organización Mundial del Turismo.

<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Lacouture, M. C. (2016, marzo 31). *Buenas noticias de Pascua para el turismo*.

Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/opinion/maria-claudia-lacouture/turismo-tercera-industria-atrae-divisas-despues-petroleo-carbon-493297>

Martinez, H. (2016, noviembre 1). *Estudio de Mercado y Análisis de la Demanda*.

Consultoría Estratégica Directiva,S.C.

<http://cedconsultoria.net/2016/11/01/estudio-mercado-y-analisis-demanda/>

Mendez Alvarez, C. E. (2015). *METODOLOGÍA. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales* (4A. Edición).

Mendoza, J. M., & Lengerke, O. (2018, julio 27). *Posibilidades competitivas para la industria del turismo en Colombia: Un estudio exploratorio*. scielo.

https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2018000200114

Minambiente. (2019, mayo 21). *Colombia, el segundo país más biodiverso del mundo, celebra el Día Mundial de la Biodiversidad*. Minambiente.

<https://www.minambiente.gov.co/index.php/noticias-minambiente/4317-colombia-el-segundo-pais-mas-biodiverso-del-mundo-celebra-el-dia-mundial-de-la-biodiversidad>

Museo Mulaló. (2017, abril 25). *Museo Mulaló*.

https://www.facebook.com/search/photos/?q=museo%20mulalo&sde=Abrbu2upy656JfsWa6WJjpyQ-i5B7LK4ER3pkYTkhsfNPtA4L4w1_0_SXswoXx2IPDOTPm-pF94E73ytaoUKG3HnubFF_dM6LwTmyYxPdUHahNMx3LsL7j_mGXbRVUFjbWk

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2020, abril 20). *Noticias de Turismo de la ONU - Edición especial del coronavirus | OMT*. <https://www.unwto.org/un-tourism-news-coronavirus-special-edition>

O.T.B. Excursiones Fascinantes. (2020, abril 23). *O.T.B. Excursiones Fascinantes*.

<https://www.facebook.com/OTBAgenciadeViajes/photos/a.917449351635830/3465236673523739/>

Pacheco Cuevas, L. (2020, julio 26). *COMO LIDIAR CON LA INCERTIDUMBRE CAUSADA POR EL COVID-19*.

<https://cenitpsicologos.com/category/afrentamiento-al-covid/>

- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2009). *Definición de ocio*. Definición.de.
<https://definicion.de/ocio/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2008). *Concepto de recreación*. Definición.de.
<https://definicion.de/recreacion/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2009). *Definición de ecoturismo*. Definición.de.
<https://definicion.de/ecoturismo/>
- Quintero Rivera, J. (2020). Producto interno bruto de Colombia y alternativas económicas frente al COVID-19. *SUMMA. Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, 2, 35-42. <https://doi.org/10.47666/summa.2.esp.04>
- Raffino, M. E. (2020, mayo 26). *Turismo: Concepto, tipos y características*. concepto.de. <https://concepto.de/turismo/>
- Refugio Corazones Verdes. (2021). *Refugio Corazones Verdes – Reserva Natural en Dapa – Valle del Cauca*. <https://refugiocorazonesverdes.com/>
- Rodríguez Ramírez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 26, 94-119.
- Rodríguez Suárez, J., & Agulló Tomás, E. (2002). Psicología social y ocio: Una articulación necesaria. *Psicothema*, Vol. 14, 10.
- Santoro, F. (2019, enero 31). *La hora del turismo para Colombia*. Diario La República. <https://www.larepublica.co/analisis/flavia-santoro-2807402/la-hora-del-turismo-para-colombia-2822338>

Sistema de información turística Valle del Cauca. (2020). *Oferta Turística*. SITUR

Valle del Cauca. <http://siturvalle.com/estadisticas/oferta-turistica>

Ucha, F. (2010, septiembre). *Definición de Agencia de viajes*. Definición ABC.

<https://www.definicionabc.com/economia/agencia-de-viajes.php>

Unión Temporal Turismo Huitonava. (2012, julio). *Plan de desarrollo turístico de Valle del Cauca*.

<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=031759f6-37bb-4742-827e-a55a04271c44>

Varela, R. (2008). *INNOVACIÓN EMPRESARIAL. Arte y ciencia en la creación de empresas* (3A. Edición). Pearson Educación de Colombia.

Yumbo turismo. (2021, abril 18). *Yumbo turismo*.

<https://www.facebook.com/240781592721132/photos/a.240787116053913/2232023316930273/>

9 ANEXOS

9.1 ENCUESTA REALIZADA A HABITANTES DEL MUNICIPIO DE YUMBO

Imagen 14. Encuesta

Buen día mi nombre es Jessica Suárez estudiante de la UNICATÓLICA Yumbo y me encuentro realizando esta encuesta que tiene por objetivo reunir información sobre gustos y preferencia al realizar viajes de turismo en habitantes del municipio de Yumbo.

1. ¿Edad?

16 y 30 46 y 60
31 y 45 Más de 60

2. Al realizar un viaje, ¿A quien se dirige para la planeación?

Personal Agencia de viajes

3. ¿Qué tipo de turismo te gusta realizar?

Ecológico Deportivo y extremo
Religioso Tradicional

4. ¿Con que frecuencia realiza viajes de

1 vez al año 3 vez al año
2 vez al año Más de 3 veces al año

5. Para comprar paquetes de turismo te gustan fijos o flexibles (que lo puedas acomodar a tus necesidades y presupuesto).

Fijos Flexible

6. ¿Cuál es tu grupo de viaje habitual?

Amigos Pareja
Familiares Solo

7. ¿Qué clase de hospedaje elije en sus vacaciones?

Hotel Camping
Finca

8. ¿Al momento de vacacionar lo haces en tu municipio de residencia?

Si No

9. Si la respuesta anterior fue no, ¿por qué no lo haces?

Desconocimiento de lugares Crees conocerlos todos
No te gustan las alternativas

10. ¿Qué factor influye más a la hora de contratar una agencia

Precio Experiencia anterior
Calidad en el servicio Destino/Actividades

11. En un viaje de turismo ¿cuál de estas actividades harías?

Caminatas ecológicas	<input type="checkbox"/>
Recorridos culturales por sitios históricos	<input type="checkbox"/>
Gastronomía típica	<input type="checkbox"/>
Avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>
Acampar	<input type="checkbox"/>
Parapente	<input type="checkbox"/>
Cabalgatas	<input type="checkbox"/>

MUCHAS GRACIAS.

Fuente: Elaboración propia.