

EMPRESA DE TURISMO DEPORTIVO Y RELIGIOSO
“CAPITAL TOUR´S S.A.S”
(PLAN DE NEGOCIOS)

LUIS ALBERTO DÍAZ MORA
CÓDIGO: 2052959
2012.2

TRABAJO DE GRADO

Mg. NORMA VELASQUEZ
DIRECTOR

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE CULTURA FÍSICA DEPORTE Y RECREACIÓN
UNIDAD DE PROYECCION SOCIAL- PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO
BOGOTÁ D.C. 2012

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá, Octubre de 2012

Tabla de contenido

	pág.
Resumen.....	6
Introducción.....	7
1.1 Fundamentación Humanista.....	8
1.2 Planteamiento del problema.....	9
1.3 Justificación.....	10
1.4 Objetivos.....	11
1.4.1 General.	
1.4.2 Específicos	
1.5 Marco referencial.	12

Capítulo 2: Mercadeo

2.1 Generalidades.....	16
2.1.1 Definición de la empresa	
2.1.2 Misión	
2.1.3 Visión	
2.1.4 Valores	
2.1.5 Políticas	
2.1.6 Logotipo y eslogan	
2.2 Producto.....	19
2.2.1 Descripción del producto	
2.3 Zona de influencia.....	22

2.4 Perfil del consumidor.....	22
2.5 Análisis del sector.....	24
2.5.1 Encuesta	
2.5.2 Tabulación	
2.5.3 Conclusión de la Encuesta	
2.6. Análisis del mercado.....	31
2.6.1 La competencia	
2.7 Valoración de la información.....	32
2.8 Diseño de estrategias comerciales.....	32

Capítulo 3: Fase Técnica

3.1 Ingeniería del proyecto.....	33
3.2 Localización.....	33
3.3Tamaño del proyecto.....	35
3.4 Flujo grama del proceso.....	35
3.5 Recursos técnicos.....	36
3.6 Personal requerido.....	40
3.7 Sistema de control de calidad sobre el producto.....	40

Capítulo 4: Fase Administrativa

4.1 Estructura organizacional.....	46
4.2 Objetivos de la empresa.....	46
4.3 Personal a contratar.....	49
4.4 Manual de funciones y descripción de los cargos.....	50
4.5 Procesos de ingresos y salida de personal.....	54
4.6 Tipos de contratación.....	58
4.7 Tipo de sociedad.....	59

Capítulo 5: Fase Financiera

5.1 Inversión.....	61
5.2 Proyección de ventas.....	65
5.3 Gastos administrativos.....	70
5.4 Costos operativos.....	72
5.5 Costos fijos.....	76
5.6 Pago financiaciones.....	78
5.7 Depreciaciones.....	79
5.8 Flujo de efectivo.....	82
5.9 Punto de equilibrio.....	91
5.10 Balance inicial.....	93
 Anexos.....	 96
 Referencias Bibliográficas.....	 99

LISTA DE GRÁFICOS

- Grafico 1. Logotipo de la empresa
- Grafico 2. Zona de influencia.
- Grafico 3. Gráficos de la encuesta
- Grafico 4. Macro localización
- Grafico 5. Micro localización
- Grafico 6. Flujograma del proceso
- Grafico 7. Organigrama de la empresa

LISTADO DE TABLAS

- Tabla 1. Tabulación de la encuesta.
- Tabla 2. Competencia.

Tabla 3. Recursos técnicos

Tabla 4. Manual de funciones y descripción de los cargos

RESUMEN

Por medio de este trabajo se quiere brindar y dar a conocer opciones que permitan a los usuarios de Capital Tour's S.A.S, tener un mejor aprovechamiento de su tiempo libre, teniendo como primera opción el turismo deportivo y religioso, enfocado a la prevención y promoción de enfermedades crónicas no transmisibles, dando a conocer hábitos saludables que permitan realizar un mejor aprovechamiento del tiempo libre, ya que es una realidad que el sedentarismo se ha convertido en un problema de dimensiones globales, que afecta actualmente a distintos tipos de poblaciones. Se realizará creando tures que permitan además de conocer los diferentes sitios turísticos del país, crear conciencia en la importancia que tiene la actividad física para combatir las enfermedades crónicas no transmisibles.

INTRODUCCION

Este proyecto está enfocado principalmente en dos aspectos muy importantes para el aprovechamiento del tiempo libre y el mejoramiento de la calidad de vida de los usuarios, por un lado estará la promoción y la prevención en torno a las enfermedades crónicas no transmisibles y por el otro la correcta utilización del tiempo libre con el objetivo de combatir el mal del siglo XXI el sedentarismo. Esto se desarrollará a través del turismo religioso y deportivo, porque dos ramas del turismo? Bien, se implementará de esa forma debido a que por medio de estas dos opciones se podrá ofrecer un servicio más amplio respecto a las poblaciones con que se va a trabajar, ya que como es sabido hay adultos mayores que no les conviene ni les interesa mucho el turismo deportivo, de igual manera hay otras poblaciones que no sienten el mismo interés por el turismo religioso.

Como es bien sabido en nuestro país tenemos gran cantidad de sitios turísticos con diferentes características que nos permite desarrollar entre otros las diferentes actividades tanto del turismo deportivo como el religioso, esto es una gran ventaja ya que hay varias opciones para ofrecerles a los clientes.

CAPITULO 1: GENERALIDADES

1.1 FUNDAMENTACION HUMANISTA

Uno de los ejes fundamentales de la Universidad Santo Tomás, es el humanismo que se entiende en ver al ser humano como actor principal de todo lo que suceda alrededor y de una manera en la cual sea beneficiado y enaltecido, proporcionándole un desarrollo integral, es por este motivo que el proyecto tiene como fundamento humanístico el brindar una mejor calidad de vida a través del turismo deportivo y religioso a las personas que decidan utilizar nuestros servicios, se verán beneficiados respecto a sus hábitos saludables y con el trato basado en el respeto mutuo y la dignidad como seres humanos. Este respeto y trato digno estará presente no solo en torno a los usuarios sino a toda aquella persona que esté involucrada de una u otra manera en el desarrollo de la empresa (Empleados, proveedores, etc.)

.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad los Colombianos y especialmente las personas que viven en las grandes capitales están expuestas a una gran cantidad de enfermedades que en cierta forma no son consientes de la gravedad que implica adquirir una de ellas, una de estas enfermedades es el sedentarismo el cual es la cuota inicial para adquirir otras enfermedades de mayor valía como la hipertensión y la diabetes entre otras, es necesario implementar planes o proyectos que permitan a las personas adquirir hábitos de vida saludable que implique una mayor actividad y movimiento, es por este motivo que Capital Tour's ofrece una forma novedosa y placentera para adquirir estos hábitos que ayudaran a combatir dichas enfermedades, será por medio del turismo deportivo y religioso, acompañado de planes, tips, consejos para prevenir enfermedades y promocionar la actividad física y los hábitos saludables.

El sedentarismo es un mal global que afecta a todos los países del mundo y cada vez está cogiendo más fuerza, debido en cierta forma a los avances tecnológicos que nos ahorran tiempo y esfuerzo para realizar las actividades que nos proporcionaban en cierta forma un gasto calórico mayor al basal.

Es indispensable que busquemos maneras y formas que nos permitan combatir el sedentarismo ya que es una arma muy poderosa que nos esta matando lentamente y una de las formas es a través del turismo encaminado a la prevención de estas enfermedades y a la promoción de hábitos de vida saludables.

La principal motivación para realizar el proyecto es la de contribuir por medio del turismo deportivo y religioso a crear conciencia en torno a la prevención y promoción de las enfermedades crónicas no transmisibles, ya que a través de los planes y servicios que se ofrecerán se podrá contribuir a una reducción en las tasas de sedentarismo en el país.

Por otro lado también es una motivación el poder contribuir a lo anteriormente mencionado de una forma agradable y placentera como lo representa viajar, el turismo es una herramienta ideal para este fin debido a que la gran mayoría de personas tienen un concepto agradable de viajar y conocer diferentes destinos turísticos del país, eso es un punto a favor para implementar lo que se quiere lograr con este proyecto.

1.3 JUSTIFICACION

Esta empresa de turismo deportivo y religioso se crea con el fin de ofrecer a los diferentes tipos de usuarios una mejor calidad de vida y una mejora en el aprovechamiento del tiempo libre, esta empresa se centra en la promoción y en la prevención de enfermedades crónicas no transmisibles, como la hipertensión el sedentarismo, la diabetes, entre otras, a través de los diferentes servicios que se brindarán a los usuarios.

Como es sabido actualmente las personas están expuestas con más frecuencia a no realizar ningún tipo de actividad que genere un gasto calórico mayor al de su frecuencia basal, esto implica que las personas empiecen a padecer de un mal silencioso pero que a largo plazo puede traer consecuencias significativas en el deterioro de la salud de las personas, esto es el sedentarismo, que en la última década ha crecido de una manera desbordante y que es el principio de otras enfermedades que inclusive puede llevar a la muerte a quienes la padecen.

Es por tal razón que la empresa Capital Tour's, viendo la necesidad y la oportunidad de contribuir a bajar las tasas de sedentarismo y de crear conciencia en torno a la prevención de enfermedades anteriormente mencionadas y de la misma manera en la promoción de hábitos saludables de vida que puedan disminuir dichas enfermedades, es que se crea esta empresa, además que es una propuesta innovadora que permitirá al usuario tener grandes beneficios no solo como actividades de esparcimiento y descanso sino como tips y formulas para llevar una vida activa que le permita estar saludable.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 objetivo general

Contribuir por medio del turismo deportivo y religioso a la prevención de enfermedades crónicas no transmisibles y a la promoción de hábitos de vida saludables

1.4.2 objetivos específicos

- Colaborar con un mejor aprovechamiento del tiempo libre de las diferentes poblaciones a trabajar
- Reducir la tasa de sedentarismo en las poblaciones más vulnerables, (adulto mayor, niños).
- Generar conciencia acerca de la importancia que tiene la realización de actividad física para mantener una vida saludable.

1.5 MARCO REFERENCIAL

El aprovechamiento del tiempo libre, es el uso constructivo que el ser humano hace de él, en beneficio de su enriquecimiento personal y del disfrute de la vida, en forma individual o colectiva. Tiene como funciones básicas el descanso, la diversión, el complemento de la formación, la socialización, la creatividad, el desarrollo personal, la liberación en el trabajo y la recuperación sicobiológica.(Artículo 5 ley 181 de 1995)¹

Una de las maneras preferidas por las personas en el momento de emplear su tiempo libre es por medio del turismo, debido a que este es un servicio que permite a los individuos además de conocer destinos turísticos y sitios de interés de diferentes partes del país o del mundo, también les proporciona un descanso físico y psicológico, que es realmente necesario para todo ser humano, este tipo de actividades proporciona otros beneficios como la interacción con diferentes personas, les brinda una nueva alternativa alejándolos por un tiempo de sus actividades cotidianas, invitándolos a vivir experiencias nuevas y placenteras, que se traduce en una mejor calidad de vida para ellos, como resultado de estas actividades, existirá un mejor aprovechamiento del tiempo libre y la recreación.

La recreación es un proceso de acción participativa y dinámica, que facilita entender la vida como una vivencia de disfrute, creación y libertad, en el pleno desarrollo de las potencialidades del ser humano para su realización y mejoramiento de la calidad de vida individual y social, mediante la práctica de actividades físicas o intelectuales de esparcimiento (Artículo 5 ley 181 de 1995)²

¹Legislación deportiva ley 181 de 1995.

² Legislación deportiva ley 181 de 1995.

El turismo se ha convertido en una parte importante para todos los actores que de alguna u otra manera se hacen presentes en esta actividad, en los últimos años se ha incrementado esta práctica debido al interés de miles de personas por acoger este tipo de actividad, que como ya se ha mencionado anteriormente trae un enorme beneficio para muchos aspectos de la persona que lo practica, considerando entre los más significativos beneficios físicos y psicológicos, pero es de gran importancia tener un concepto claro y preciso de lo que significa el turismo.

La organización mundial de turismo da la siguiente definición, “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.”³

Para Arthur Bormann⁴, el turismo se define como el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo

1.5.1 ASPECTOS LEGALES DEL PROYECTO.

Se tendrá en cuenta la ley 1014, o ley del fomento a la cultura del emprendimiento, la cual decreta lo siguiente:

1.5.1.1 Artículo 1 Definiciones

1.5.1.2 Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización

³ Organización mundial de turismo

⁴ Fundamentos de la teoría general del turismo.

1.5.1.3Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva;

1.5.1.4Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada acabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad;

1.5.1.5Empresarialidad: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales;

1.5.1.6Formación para el emprendimiento: La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo;

1.5.1.7Planes de Negocios: Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo.

1.5.2 Constitución por Sociedad de Acciones Simplificadas

La ley 1258 de 2008 de Sociedades por Acciones Simplificadas SAS, introduce un tipo social híbrido, con autonomía, tipicidad definida y con una regulación vinculada al régimen general de las sociedades.

1.5.2.1 Disposiciones generales

1.5.2.1.1 Constitución.

La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

1.5.2.1.2 Personalidad jurídica

La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

1.5.2.1.3 Naturaleza

La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

1.5.2.1.4 Imposibilidad de negociar valores en el mercado público

Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el registro nacional de valores y emisores ni negociarse en bolsa.

1.5.2.1.5 Contenido del documento de constitución

La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el registro mercantil de

la cámara de comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal.

CAPÍTULO 2: MERCADEO

2.1 GENERALIDADES

2.1.1 Definición de la empresa

El fin de crear una empresa prestadora de servicios turísticos es el de proporcionar una mejora en el aprovechamiento del tiempo libre de diferentes poblaciones, por medio de uno de los placeres más significativos que hay como lo es el viajar, con un plus que todo esto ira encaminado en la prevención de enfermedades crónicas no transmisibles, y en la promoción de hábitos de vida saludable que le permitan a los usuarios disfrutar de un mejoramiento en su calidad de vida, es necesario que este plan de negocio este cien por ciento ligado con el profesional de Cultura Física Deporte y Recreación, ya que es una opción no solo de negocio y creación de empresa sino de compromiso y responsabilidad para con los problemas que se están presentando en la actualidad en torno a la salud de los seres humanos y debe ser uno de nuestros principales objetivos a combatir, con el fin de bajar las tasas de sedentarismo y otros males que nos afectan hoy en día.

Por otra parte hay un interés por desarrollar programas de calidad en un sector que se ha ido consolidando como uno de los de mayor demanda por los colombianos, como lo es el turismo, la demanda es amplia y es válido entrar a ofrecer servicios innovadores y lo más importante que produzcan un beneficio para la salud de nuestros usuarios, que es el principal servicio que ofrecerá CAPITAL TOUR´S S.A.S.

2.1.2 Misión

Somos una empresa comprometida en combatir las enfermedades crónicas no transmisibles, a través del turismo deportivo y religioso, implementando planes de prevención y promoción, brindando a los usuarios un mejor aprovechamiento de su tiempo libre y ofreciéndoles una mejor calidad de vida.

2.1.3 Visión

Para el año 2017 tener posicionada a Capital Tour's S.A.S como una de las principales empresas del turismo deportivo y religioso, con reconocimiento local y nacional.

2.1.4 Valores

2.1.4.1 Respeto

Para Capital Tour's S.A.S es de vital importancia que todas las personas que hagan parte de los diferentes procesos que se lleven a cabo, antes durante y después de la prestación de servicios, tengan un trato basado en el respeto, el cuál permita unas óptimas relaciones interpersonales.

2.1.4.2 Seguridad

Es un pilar fundamental para la empresa, ya que se está ofreciendo un servicio que va a ser adquirido por personas, las cuales necesitan un alto grado de confianza, garantizando su integridad física, emocional y espiritual.

2.1.4.3 Responsabilidad

Capital Tour's S.A.S está comprometido con brindar a los usuarios un servicio de óptima calidad, el cuál este diferenciado por un cumplimiento en su totalidad, de acuerdo con lo pactado al inicio de cada uno de los programas o paquetes adquiridos por los clientes.

2.1.4.4 Cumplimiento

Es uno de los valores que será característico de la empresa, ya que para la industria del turismo es de vital importancia que los servicios que se ofrezcan a los diferentes grupos poblacionales, tengan un sello de calidad, traducido en desarrollar todo lo que se le ha propuesto al usuario y además hacerlo justo a tiempo.

2.1.5 Políticas

2.1.5.1 Todas las actividades que se realicen dentro de la empresa, deberán estar sujetas a la ley que aplique en dichas acciones.

2.1.5.2 Todo proceso de contratación de servicios, ya sea con proveedores, clientes o cualquier otro tipo tendrá que quedar registrado por escrito.

2.1.5.3 Todas las personas que hagan parte de la empresa, serán tratadas con respeto y por ningún motivo se permitirá algún tipo de discriminación.

2.1.5.4 La toma de decisiones quedará sujeta al consejo directivo.

2.1.5.5 Capacitar a la planta fija de personal que hagan parte de la empresa en las diferentes áreas.

2.1.5.6 Mantener un sentido de pertenecía por la empresa, teniendo como principal protagonista el recurso humano, dándole la máxima importancia al fundamento humanístico.

2.1.5.7 El personal de la empresa deberá estar debidamente identificado, con el objetivo de brindar seguridad tanto para los usuarios como para las demás personas que hagan parte de Capital Tour's S.A.S

2.1.6 Logotipo y eslogan

Con este logo se hace referencia a la posibilidad de emplear de una manera placentera el tiempo libre, por medio del turismo.

Grafico 1.

Logotipo de la empresa



VIAJES, SALUD Y BIENESTAR

2.2 PRODUCTO

El servicio que ofrecerá Capital Tour's es de información, asesoría, gestión y comercialización de los diferentes destinos turísticos en el ámbito deportivo y religioso

2.2.1 Descripción del producto

2.2.1.2 Caminata y escalada

La caminata es un recorrido por los senderos ecológicos observando y disfrutando de la naturaleza en compañía de guías quienes lo harán entrar en contacto con la fauna y flora del lugar.

La escalada es una actividad que consiste en realizar ascensos sobre paredes de fuerte pendiente valiéndose de la fuerza física y mental propia. Se considera escalada todo ascenso que siendo fácil o difícil (según el estado físico de la persona) con las extremidades inferiores (pies y piernas; en algunos casos también se podía llegar a utilizar la rodilla, por si hubiera alguna pared al lado) y las extremidades superiores (brazos y manos). En la escalada hay alturas de peligro considerable y con el objetivo de tener seguridad se utiliza equipo de protección que consta principalmente de: Arnés, pies de gato, casco, cuerdas, cordinos, cintas, mosquetones, frenos, rapeladores o descensores y fijaciones.

Este tipo de actividad sirve para que la persona tenga una mayor confianza en sí mismo, también le ofrece un mayor dominio mental ante situaciones no convencionales, lo cual significa que no solo es beneficioso en el aspecto físico sino que ofrece un bien mental.

2.2.1.3 Canopi, rápel, torrentismo, canotaje

El canopi es un deporte extremo que consiste en el desplazamiento pendiendo de cables que están trazados en bosques entre las ramas de árboles, se realiza con el fin de tener una vista y una descarga de adrenalina significativas, los implementos necesarios para realizar este deporte son el casco, guantes, mosquetones, cuerdas, poleas, arneses.

El rápel es un sistema de descenso por cuerda utilizado en superficies verticales se utiliza en lugares donde el descenso de otra forma implica un esfuerzo físico, el equipamiento que se debe utilizar es muy similar al de la escalada, principalmente, casco, guantes, arneses, cuerdas.

El torrentismo es un descenso el cuál se practica por medio de la caída de torrentes de agua en cascadas de gran altura, es una actividad bastante extrema cargada de una gran dosis de adrenalina. Esta actividad también es llamada en algunos países como barranquismo, este descenso que se hace de la misma manera que en las rocas, se practica como actividades de rescate o

como deporte, es una actividad muy segura siempre y cuando se practique con las medidas de seguridad aprendidas o se esté supervisado por un escalador o instructor certificado.

El canotaje es la modalidad deportiva que consiste en dejarse llevar por la corriente de un río de aguas rápidas, en un bote dirigido por un guía que normalmente va en la parte trasera. Los demás participantes abordo de la embarcación se sitúan en los laterales desde los cuales ayudan al guía a dirigir la balsa. El resto del equipo es proporcionado por los usuarios con los cuales se hace la travesía.

El canotaje en Colombia es uno de los deportes de aventura más populares cuya práctica no exige gran preparación. Los botes tienen capacidad de entre 4 y 8 personas, el nivel de dificultad y riesgo depende de las características del río, por lo tanto, lo que más cuenta es conocer muy bien el sitio donde se va a desarrollar la actividad, es imprescindible el uso de casco y salvavidas.

2.2.1.4 Fútbol, Basketball, Volleyball

En lo referente a los deportes de conjunto que son los más reconocidos a nivel de las poblaciones, se organizarán match's deportivos, entre los usuarios, con el fin de atender a las necesidades y gustos de los clientes se ofrece tres de los deportes de conjunto más practicados por la gente en nuestro país.

2.2.1.5 Videos, charlas de nutrición, charlas sobre medio ambiente, tips y consejos de cómo realizar calentamientos y actividad física

Para Capital Tour's es de gran importancia y uno de sus objetivos principales el crear conciencia y conocimiento de la importancia que tiene la prevención de enfermedades como el sedentarismo y al mismo tiempo promover las diferentes y variadas herramientas que hay en la actualidad para tener una mejor calidad de vida por medio de hábitos de vida saludables.

Allí es donde se ofrecerán los videos informativos encaminados a mejorar los hábitos de vida, tips o consejos de cómo llevar una vida que le permita tener una mejor calidad de vida, temas como:

2.2.1.5.1 Como realizar un correcto calentamiento y todas sus implicaciones

2.2.1.5.2 Hábitos alimenticios saludables

2.2.1.5.3 La importancia de cuidar el medio ambiente

2.2.1.5.4 Servicio de peso y talla para poder calcular el IMC

2.2.1.6 Visita a monumentos de la fe católica

Dos de los sitios de turismo religioso más importantes en Colombia son el Santuario de las Lajas en Ipiales Nariño y la Basílica del Señor de los milagros en Buga.

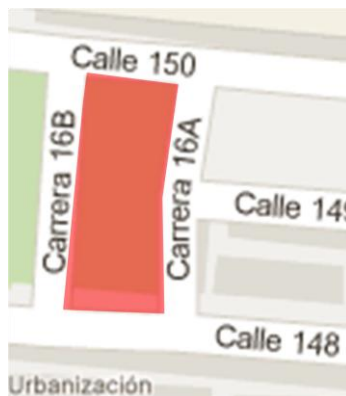
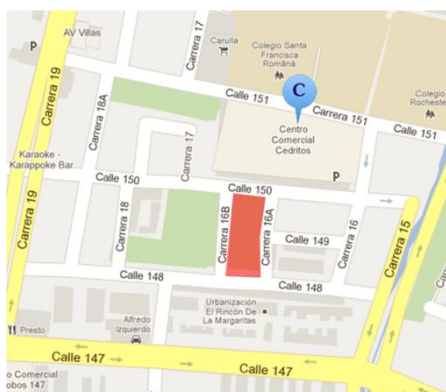
En Ipiales se encuentra ubicada una de las catedrales más emblemáticas de Colombia, Nuestra Señora de Las Lajas, que es visitada por miles de turistas nacionales y extranjeros. Las fiestas patronales se llevan a cabo entre el 1 y el 15 de septiembre, y preceden al 16, fecha en la cual se conmemora la aparición de la virgen.

Cada año Buga recibe cerca de 3 millones de turistas que visitan especialmente el Santuario del Señor de los Milagros. La fiesta principal del Señor de los Milagros tiene lugar todos los años el 14 de septiembre. A esta celebración asisten autoridades eclesiásticas de Colombia y otros países, así como múltiples grupos de oración.

2.3 ZONA DE INFLUENCIA

Grafico 2.

Zona de influencia.



2.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR

Nuestros servicios están direccionados principalmente a las personas que asisten a las iglesias católicas y quieren conocer más acerca de los diferentes destinos turísticos que les permitan tener un contacto mucho más cercano con su espiritualidad, esta será la población a la cual le ofreceremos el tipo de turismo religioso.

Por otro lado estará una población de jóvenes y adultos que quieran tener experiencias relacionadas con la aventura y la adrenalina, esta población es en la que nos enfocaremos para ofrecer los servicios de turismo deportivo, a este tipo de población generalmente les llama mucho la atención actividades que tengan un esfuerzo físico y que puedan tener una descarga de adrenalina.

Es una combinación entre los diferentes tipos de poblaciones que pueden acceder a nuestros servicios, tenemos una amplia variedad para los diferentes gustos de los usuarios, esto les permitirá a los clientes de nuestra empresa tener una experiencia única e inolvidable.

Para la definición de los clientes potenciales se tomará en cuenta los siguientes aspectos

2.4.1 Grupos: Se refiere a la población con la cual se va a trabajar prestándole el servicio, como se trata de turismo deportivo y religioso, se dividirán las poblaciones así:

2.4.1.1 Deportivo: Personas entre los 15 y los 55 años

2.4.1.2 Religioso: Personas entre los 12 y los 85 años

2.4.2 Estrato: Este servicio se ofrecerá principalmente a los estratos 3, 4, 5 y 6 ya que son personas o grupos poblacionales que tienen una solvencia económica para adquirir el servicio.

2.4.3 Género: Se prestará el servicio tanto a hombres como a mujeres

2.4.4 Condiciones Físicas: Es importante recalcar que este ítem varía dependiendo el objetivo del servicio, ya que para el turismo deportivo se ofrecerá a personas vitales, con una salud estable y con una condición física normal, mientras que para las personas de turismo religioso se podría ofrecer a personas de la tercera edad y a niños menores de 18 años

2.4.5 Personas Convencionales: Los servicios tanto para el turismo deportivo como religioso se ofrecerá para personas convencionales o en excepciones a personas que tengan alguna discapacidad leve que no tengan que depender de otras para poder realizar las actividades

2.4.6 Cultura: Para el turismo religioso es vital ofrecer los servicios a personas que tengan una relación arraigada con la religión, ya que esto nos va a permitir una mayor captación de clientes

2.5 ANALISIS DEL SECTOR

En la actualidad se ha evidenciado cambios significativos en los hábitos de las personas, viéndose afectada su calidad de vida que trae como consecuencia individuos con altos niveles de estrés, propensos a padecer enfermedades que aunque silenciosas no dejan de ser un problema muy serio para la salud de las diferentes poblaciones, ya que estas enfermedades no distinguen edad, genero entre otros aspectos o características de las personas.

La idea de contribuir con la reducción y la concientización que se debe tener para lograr una mejor calidad de vida, juega un papel fundamental en el diario

vivir ya que es necesario que cada vez más las personas estén comprometidas con un mejor aprovechamiento de su tiempo libre, una de las actividades más significativas y más utilizadas es la de viajar, el turismo es una excelente opción para aquellas personas que quieran tener un tiempo de descanso y placer para con ellos mismo y con sus familias.

El turismo realiza una labor gratificante en torno a las personas que deciden acogerlo y utilizarlo como una opción para emplear su tiempo libre, desarrollado de una manera responsable, segura y confiable, trae enormes beneficios en aspectos físicos, psicológicos, emocionales y espirituales, es por este motivo que en el país en los últimos años se viene presentando un incremento significativo respecto al uso de estas actividades turísticas, lo cual demuestra que es un medio completamente válido y satisfactorio para emplear a favor del tiempo libre. Por este motivo podemos encontrar diferentes empresas que ofrecen este tipo de servicios, pero que más adelante nombraremos más detalladamente.

2.5.1 Encuesta

Objetivo

Conocer el nivel de interés de 50 habitantes del barrio Polo, a la hora de realizar turismo deportivo y religioso



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE CULTURA FÍSICA, DEPORTE Y
RECREACIÓN

A continuación encontrara una serie de preguntas que nos permitirán identificar algunos aspectos necesarios para el desarrollo de nuestro trabajo de grado en Cultura Física, Deporte y Recreación, le agradecemos que nos colabore contestando de la manera más honesta. Gracias.

1. ¿Ha realizado turismo deportivo?

SI: _____

NO: _____

2. ¿Le interesaría realizar turismo en el que se desarrolle deportes de aventura?

SI: _____

NO: _____

3. ¿Qué zonas turísticas de Colombia le interesaría conocer?

- Santanderes
- Eje cafetero
- Llanos orientales
- Costa caribe

4. ¿De los siguientes deportes de aventura cuál le llama más la atención?

- Rapel
- Canotaje
- Torrentismo
- Canopi
- Escalada

5. ¿Ha realizado turismo religioso?

SI _____

NO _____.

6. ¿Le interesaría realizar visitas a los diferentes monumentos o catedrales católicas del país?

SI _____

NO _____

7. ¿A cuál de estos lugares le gustaría viajar, para conocer más acerca de la fe católica?

- Santuario de las Lajas (Nariño)
- Mompox (Bolívar)
- El Señor de los Milagros (Buga)

- Basílica de Nuestra Señora del Rosario (Chiquinquirá)
- Popayán

Gracias por la colaboración prestada.

2.5.2 Tabulación

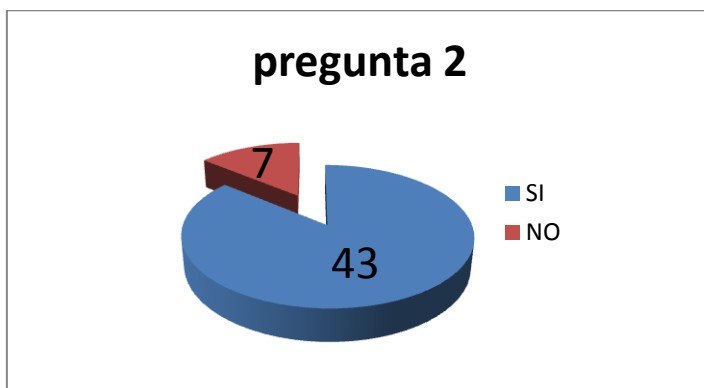
Tabla 1

Número de pregunta	SI	NO	A	B	C	D	E
1	20	30					
2	43	7					
3			11	14	3	22	
4			5	29	8	3	5
5	16	34					
6	45	5					
7			23	0	15	8	4

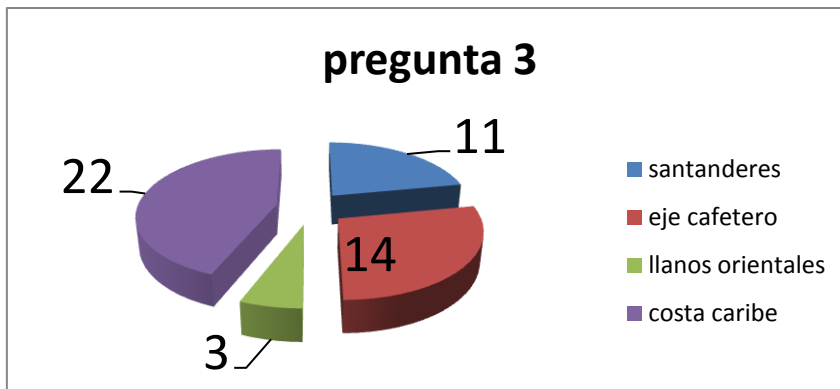
2.5.3 Conclusión de la encuesta



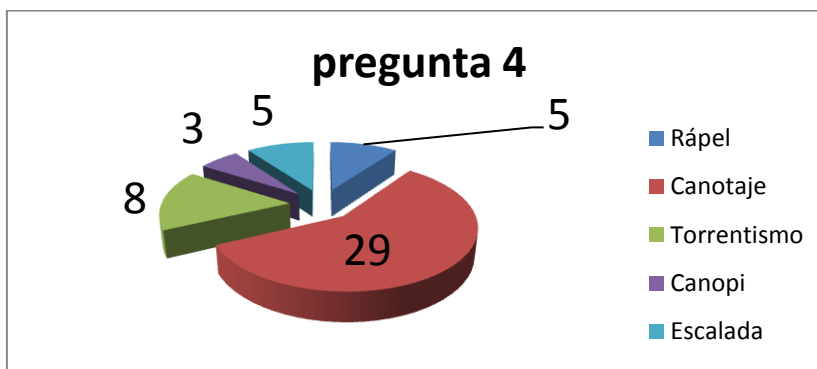
De las 50 personas encuestadas se puede evidenciar que un alto porcentaje no han realizado o practicado el turismo deportivo, lo cual es un indicador de unos posibles clientes potenciales, al realizar la encuesta la mayoría se notaron interesados en saber un poco más acerca de este tipo de turismo, ya que algunos de ellos les era familiar el termino pero no sabían exactamente en qué consistía o de que se trataba.



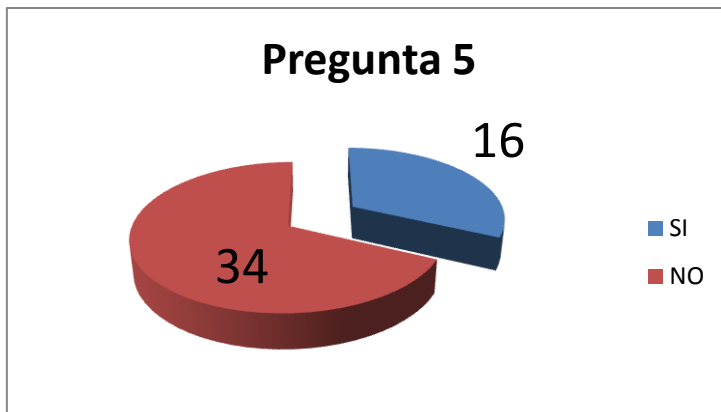
Esta respuesta demuestra que la gran mayoría de las personas encuestadas les parece atractivo e interesante realizar turismo deportivo, lo cual demuestra lo que actualmente se ha venido vendiendo y sabiendo a nivel nacional, que el turismo deportivo ha aumentado su demanda, lo cual es un muy buen indicador para la empresa Capital Tour's ya que es uno de los principales servicios a ofrecer para los clientes



En esta respuesta se puede evidenciar que para los encuestados destinos como los llanos orientales les resulta muy poco atractivo a la hora de decidirse por un destino, en un tercer lugar de preferencia esta los Santanderes que es un destino ideal para los deportes de extremos y de aventura, lo cual es pertinente para Capital Tour's, la costa caribe es el principal destino turístico que eligieron los encuestados, cabe mencionar que en la costa caribe también hay varias opciones para el turismo deportivo



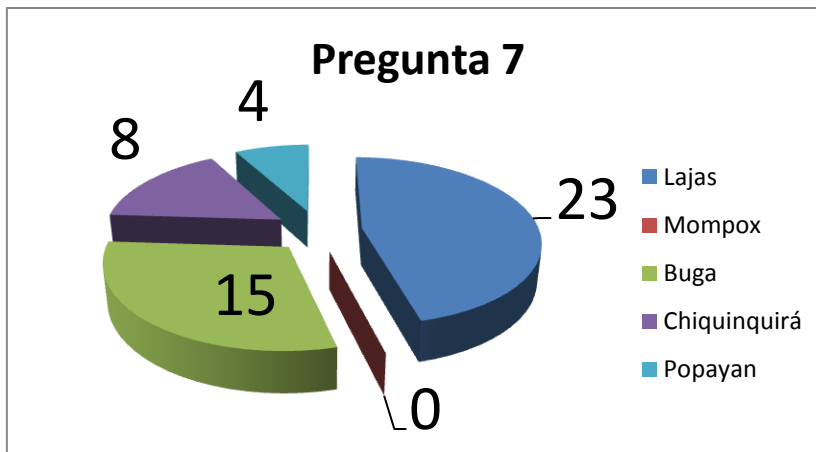
Para los encuestados el canotaje es el deporte de aventura que más les llama la atención con 29 personas contestando a su favor, en general a los 50 encuestados le llama la atención alguno de estos deportes lo cual es positivo teniendo en cuenta que esos 5 deportes allí mencionados serán ofrecidos por la empresa



En esta pregunta se abre una gran posibilidad para la empresa teniendo en cuenta que más de la mitad de los encuestados no han realizado en ningún momento turismo religioso y ese es uno de nuestros principales servicios a ofrecer para nuestros futuros clientes, por lo general las personas no tienen una idea clara de lo que se trata el turismo religioso, ahí hay una oportunidad para la captación masiva de clientes



La totalidad de las personas encuestadas son creyentes de la fe católica, lo cual se demuestra en estas respuestas ya que la gran mayoría les gustaría realizar viajes que les permitan conocer los diferentes monumentos, catedrales o basílicas que le permitan tener una mayor conexión y conocimiento acerca de sus creencias, por eso es tan importante ofrecer estos servicios de turismo religioso, teniendo en cuenta que un gran porcentaje de las personas tienen bastante interés por conocer estos lugares religiosos



Los lugares que tiene nuestro país respecto al turismo religioso son de una gran acogida por los feligreses, según las personas encuestadas casi la mitad de ellos tienen afinidad en conocer el Santuario de las Lajas que es uno de los principales sitios de representación de la fe católica en Colombia, en segundo lugar está el milagroso de Buga, después viene el Santuario de Chiquinquirá y en cuarto lugar la ciudad blanca del país, toda esta variedad de sitios turísticos permite que haya destinos en varios lugares del país para desarrollar el turismo religioso, a lo que nosotros como empresa prestadora de este tipo de servicios vemos un gran potencial para la captación de clientes.

2.6 ANALISIS DEL MERCADO

2.6.1 La competencia

En el estudio de mercado encontramos cinco principales competencias en la rama del turismo deportivo o de aventura y son las siguientes:

Tabla 2

Empresa	Descripción	Servicios que ofrece	Horarios	Valores de servicio	Ubicación
Agencia Parkway	Empresa con más de 15 años de experiencia en el turismo a nivel nacional	Servicios en torno al: ecoturismo, agroturismo, historia y cultura, deporte y	9: am a 8 pm	Compromiso, cumplimiento, responsabilidad	Av. Cra. 24 N° 42-10, Bogotá, C/marc a

		aventura, ciudades capitales, y sol y playa.			
• Adrenalina Eventos Recreación Ecoturismo Y Deportes Extremos	Agencia de viajes operadora	Servicios de: deportes extremos y de aventura principalmente	De 8 am a 7 pm	Excelente atención al cliente, cumplimiento y dedicación	Carrera 24 No 63d 70 Oficina 604
• Agencia De Viajes Y Turismo Sin Fronteras	Agencia de viajes operadora	Deportes extremos y de aventura	De 9 am a 7 pm	Compromiso , puntualidad y calidad de servicio	Avenida (Calle) 13 08-74 of 210
• Jafa Turismo Y Aventura	Agencia de viajes y operadora	Turismo de aventura, deportes extremos	De 9 am a 7 pm	Calidad, puntualidad, cumplimiento	Calle 22 F # 86 - 74 Interior – 103
• Aventureros	Agencia de viajes y operadora, con más de 15 años de experiencia	Turismo de aventura, deportes extremos	De 9 am a 6 pm	Seguridad, calidad y servicio	Cll 48 No,13-70

2.7 VALORACIÓN DE LA INFORMACIÓN

2.8 DISEÑO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES

2.8.1 Medios de comunicación masiva: Utilizaremos la herramienta de la tecnología haciendo una publicidad en la que podamos llegar a la mayor cantidad de personas posibles, teniendo como puntos clave los servicios que ofreceremos y la información básica de Capital Tour's S.A.S como la misión y la visión entre otras, esta información irá acompañada de imágenes que permitan al cliente tener una idea mucho más clara de lo que le estamos ofreciendo, por medio de estas herramientas tecnológicas podremos interactuar con los usuarios acerca de las diferentes inquietudes que puedan tener respecto al servicio, estos medios serán correo electrónico, facebook entre otros.

2.8.2 Portafolio de servicios: Se utilizará principalmente en los clientes potenciales los cuales nos ayuden a tener una mayor captación de clientes, será un portafolio donde se describa detalladamente cada uno de los servicios que ofrecemos, con el objetivo que los usuarios que lo lean y lo vean queden con el más mínimo porcentaje de duda acerca del servicio que van a adquirir.

Capítulo 3: Fase Técnica

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.2 LOCALIZACION

3.2.1 MACROLOCALIZACIÓN



Grafico 4

Nos remitimos a la ciudad de Bogotá, con los datos que maneja el DANE

Según los datos del censo nacional 2005 extrapolados a 2010, Bogotá posee una población de 7 363 782 habitantes. Tiene una longitud de 33 km de sur a norte, y 16 km de oriente a occidente.

La ciudad capital está situada en la Sabana de Bogotá, sobre el altiplano cundiboyacense, una llanura de altitud situada en promedio a 2630 msnm aunque las zonas montañosas del distrito alcanzan 3.250msnm, lo que hace de ella la metrópoli más alta del mundo, por causa de su gran altitud, Bogotá tiene un clima templado de altura; por su baja latitud presenta una escasa oscilación térmica a lo largo del año. Las temperaturas regularmente oscilan entre los 6 y 24 °C, con una media anual de 15 °C

3.2.2 MICROLOCALIZACION. DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA

Barrio Polo

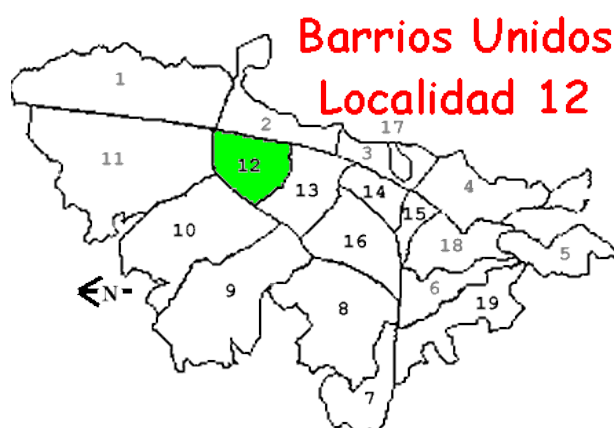


Grafico 5

La localidad número 12 Barrios Unidos, se encuentra en el centro-norte de la ciudad. Es una localidad completamente urbana y se caracteriza por ser un área de pequeña industria además de un importante centro de comercio y servicios, tiene una población de 254.162 habitantes aproximadamente

3.2.3 LOCALIZACIÓN ESPECÍFICA

Esta empresa está enmarcada en el concepto de pequeña empresa que prestará servicios de turismo deportivo y religioso, su localización estará ubicada en la ciudad de Bogotá y sus diferentes lugares donde se desarrollarán los servicios principalmente están en Ipiales, Buga, San Gil, Medellín, Eje Cafetero, entre otros.

CAPITAL TOUR´S S.A.S se encontrara ubicado en la Carrera 8 # 1 – 57, barrio Nariño Sur de la ciudad de Bogotá, con numero de celular 3123065410 como línea principal.

3.3 Tamaño del proyecto

Para la realización del proyecto se va a determinar un tiempo aproximado de 3 meses, con el fin de tener todos los documentos y las autorizaciones respectivas en regla, cámara de comercio, registro nacional de turismo, además de contar con los recursos económicos necesarios para poner en marcha el proyecto.

3.4 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

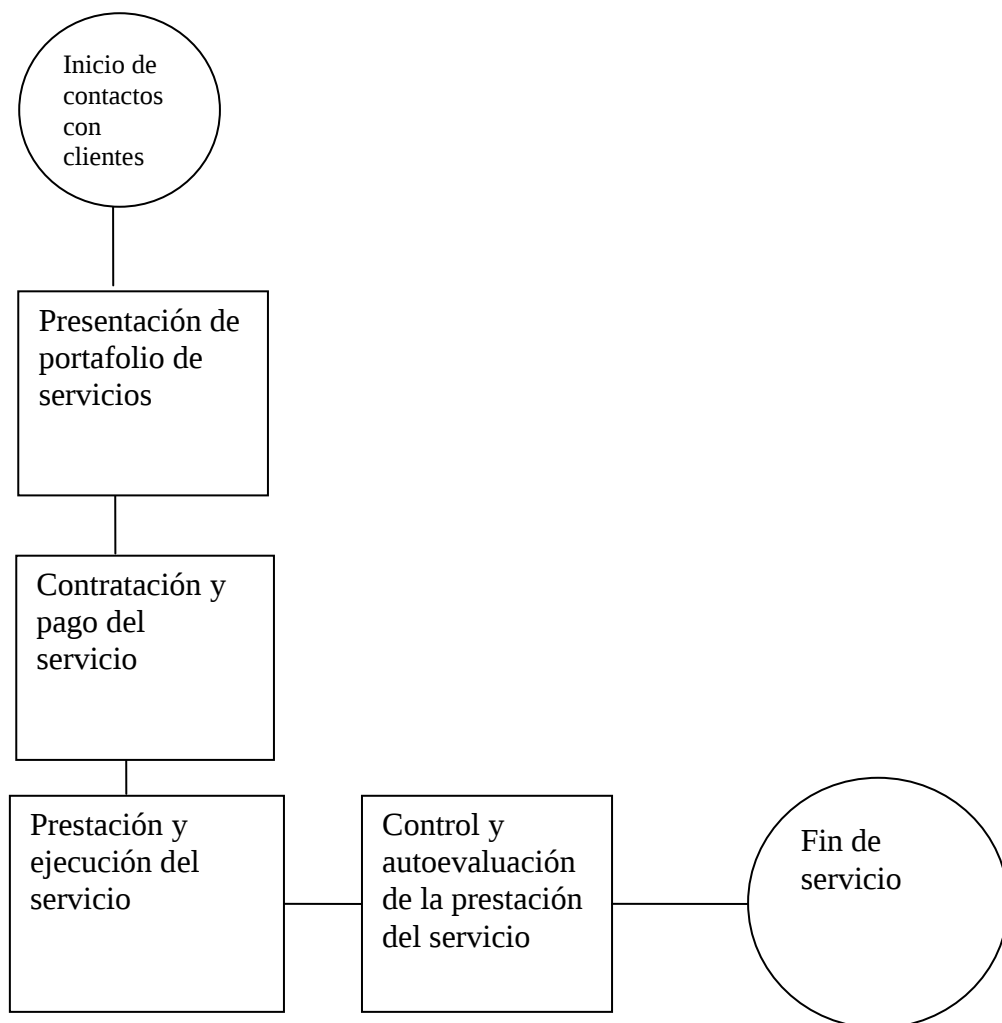


Grafico 6

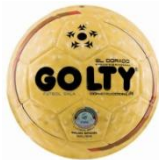
3.5 Recursos técnicos requeridos para cada fase y formas de adquisición

Tabla 3

Nombr e	Referencia	Valor unitario	Canti dad	Ficha técnica	Proveedor	Foto
Comp utador portátil HP	Pavilion dv5	\$1.155.000	1	Procesador AMD Turion™ X2 Dual Core 250 disco duro Enhanced IDE 5400	Centro Comercial de alta tecnología Cra 15 No 70-55 tel 7561186	

Bote Rafting	T- 04	\$ 5.500.000	4	RPM SATA DVD+RW con Ligthscribe Largo. 4mts Ancho: 2mts Peso Neto: 50 kg Diámetro tubo: 48 cms No de pontones: 3 Cámaras aire: 8 Válvulas: 8 Argollas: 10 No pasajeros máx: 8	Botes Colombia 318 876 30 78 Calle 7 No 10-27 San Gil	
Remos	RCAG026	83,898.00	16	LARGO 1550 MM	Botes Colombia 318 876 30 78 Calle 7 No 10-27 San Gil	
Cascos	4000-00702	85.000	16	Casco económico ajustable mediante una regleta interior. Talla única: 54 a 60 cm de perímetro	Botes Colombia 318 876 30 78 Calle 7 No 10-27 San Gil	

Chaleco	3003-01179	119.500	16	Chaleco con bolsillo de rejilla central y cinturón de ajuste con velcro perfecto para kayak de recreo e iniciación. Gomas laterales que ajustan el chaleco al cuerpo	Botes Colombia 318 876 30 78 Calle 7 No 10-27 San Gil	
Mosqueteros	2505-00686	\$ 25.200	10	Diseñado especialmente para la captura de palas con una gran abertura del gatillo. Fabricado en aluminio es ideal para cualquier actividad acuática. Tamaño 11 cm.	Botes Colombia 318 876 30 78 Calle 7 No 10-27 San Gil	
Poleas	1108-00708	\$ 36.600	10	Imprescindible en el equipamiento de aguas bravas. Permite desempotrar raftings encorbatados, montar polipastos,	Botes Colombia 318 876 30 78 Calle 7 No 10-27 San Gil	

Cuerda Estática	C-045	\$ 320.000	2	izar cargas. Cuerda estática de 11mm en Nylon por tramos de 50 mts	Botes Colombia 318 876 30 78 Calle 7 No 10-27 San Gil	
Cuerda Dinámica	C-115	\$ 450.000	2	Cuerda dinámica 9.8 mm X 50 Mts Rock Empire	Botes Colombia 318 876 30 78 Calle 7 No 10-27 San Gil	
Balón fútbol	No 4	\$65.000	2	Peso: 350 – 400 g, circunferencia: 63,5 – 66 cms,	Golty	
Balón de baloncesto		\$65.000	2	Peso: 260-280 gr. Circunferencia: 65-67 cm	Golty	

Balón de voley		\$84.810	2	Peso: 260-280 gr. Circunferencia: 65-67 cm	Golty	
Archivador		\$450.000	1	Cajonero de 2 ó 3 gavetas, elaborados en lámina cal. 22, con soporte para folder colgante, manija embutida, chapa de seguridad, acabado en pintura electrostática en polvo horneable.	Homecenter	

3.6 Personal requerido para cada fase del proceso de producción

3.6.1 Gerente general: encargado de las contrataciones y el buen funcionamiento de la empresa.

3.6.2 Gerente operativo: Es el encargado de supervisar y dirigir todas las salidas turísticas además de coordinar los lugares, materiales, transporte,

hospedajes y todo lo concerniente a lo que se refiere la operación como tal de los viajes.

3.6.3 Gerente de mercadeo: Su función es aumentar la captación de clientes a través de estrategias de mercado las cuales permitan tener un mayor número de posibles usuarios

3.6.4 Contador: Se encarga de la revisión de todos los movimientos contables así como la presentación a la gerencia de los estados financieros mensuales.

3.6.5 Secretaria: Desempeña un rol muy relevante en bienestar y colaboración de que el gerente desempeñe sus funciones de la manera más eficiente que garantice el desempeño esperado en pro del desarrollo, éxito de la empresa.

3.7 Sistema de control de calidad sobre el producto.

El control es concebido como una actividad no sólo a nivel directivo, sino de todos los niveles y miembros de la entidad, orientando a la organización hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos bajo mecanismos de medición cualitativos y cuantitativos. Todo esto lleva a pensar que el control es un mecanismo que permite corregir desviaciones a través de indicadores cualitativos y cuantitativos dentro de un contexto social amplio, a fin de lograr el cumplimiento de los objetivos claves para el éxito organizacional, es decir, el control se entiende no como un proceso netamente técnico de seguimiento, sino también como un proceso informal donde se evalúan factores culturales, organizativos, humanos y grupales.

3.7.1 Requisitos de un Buen Control

Corrección de fallas y errores: El control debe detectar e indicar errores de planeación, organización o dirección.

Previsión de fallas o errores futuros: el control, al detectar e indicar errores actuales, debe prevenir errores futuros, ya sean de planeación, organización o dirección.

3.7.2 Importancia del Control

Una de las razones más evidentes de la importancia del control es porque hasta el mejor de los planes se puede desviar. El control se emplea para:

3.7.2.1 Crear mejor calidad: Las fallas del proceso se detectan y el proceso se corrige para eliminar errores.

3.7.2.2 Enfrentar el cambio: Este forma parte ineludible del ambiente de cualquier organización. Los mercados cambian, la competencia en todo el mundo ofrece productos o servicios nuevos que captan la atención del público. Surgen materiales y tecnologías nuevas. Se aprueban o enmiendan reglamentos gubernamentales. La función del control sirve a los gerentes para responder a las amenazas o las oportunidades de todo ello, porque les ayuda a detectar los cambios que están afectando los productos y los servicios de sus organizaciones.

3.7.2.3 Facilitar la delegación y el trabajo en equipo: La tendencia contemporánea hacia la administración participativa también aumenta la necesidad de delegar autoridad y de fomentar que los empleados trabajen juntos en equipo. Esto no disminuye la responsabilidad última de la gerencia. Por el contrario, cambia la índole del proceso de control. Por tanto, el proceso de control permite que el gerente controle el avance de los empleados, sin entorpecer su creatividad o participación en el trabajo.

3.7.3 Áreas del Control

El control actúa en todas las áreas y en todos los niveles de la empresa. Prácticamente todas las actividades de una empresa están bajo alguna forma de control o monitoreo. Las principales áreas de control en la empresa son:

3.7.3.1 Áreas de producción: si la empresa es prestadora de servicios, el área de producción es aquella donde se prestan los servicios; los principales controles existentes en el área de producción son los siguientes:

3.7.3.2 Control de producción: El objetivo fundamental de este control es programar, coordinar e implantar todas las medidas tendientes a lograr un óptimo rendimiento en las unidades producidas, e indicar el modo, tiempo y lugar más idóneos para lograr las metas de producción, cumpliendo así con todas las necesidades del departamento de ventas.

3.7.3.3 Control de calidad: Corregir cualquier desvío de los estándares de calidad de los productos o servicios, en cada sección (control de rechazos, inspecciones, entre otros). Buzón de sugerencias y encuestas de satisfacción del servicio.

3.7.3.3 Área comercial: Es el área de la empresa que se encarga de vender o comercializar los productos o servicios producidos.

3.7.3.4 Control de ventas: Acompaña el volumen diario, semanal, mensual y anual de las ventas de la empresa por cliente, vendedor, región, producto o servicio, con el fin de señalar fallas o distorsiones en relación con las previsiones, pueden mencionarse como principales controles de ventas:

Por volumen total de las mismas ventas.

Por el precio de servicios vendidos.

Por clientes.

Por vendedores.

Por utilidades producidas.

3.7.3.5 Control de publicidad: Para acompañar los mecanismos de publicidad contratada por la empresa y verificar su resultado en las ventas.

3.7.3.6 Control de costos: Para verificar continuamente los costos de ventas, así como las comisiones de los vendedores, los costos de propaganda, entre otros.

3.7.3.7 Área financiera: Es el área de la empresa que se encarga de los recursos financieros, como el capital, la facturación, los pagos, el flujo de caja, entre otros.

3.7.3.8 Área de recursos humanos: Es el área que administra al personal, los principales controles que se aplican son los que siguen:

3.7.3.8.1 Controles de asistencia y retrasos: Es el control del reloj chequeador o del expediente que verifica los retrasos del personal, las faltas justificadas por motivos médicos, y las no justificadas. Tener en cuenta la evaluación de las tareas y los objetivos cumplidos.

3.7.3.8.2 Control de salarios: Verifica los salarios, sus reajustes o correcciones, despidos colectivos, entre otros.

3.7.4 Principios de Control

3.7.4.1 Equilibrio: A cada grupo de delegación conferido debe proporcionarle el grado de control correspondiente. De la misma manera la autoridad se delega y la responsabilidad se comparte, al delegar autoridad es necesario establecer los mecanismos suficientes para verificar que se están cumpliendo con la responsabilidad conferida, y que la autoridad delegada está siendo debidamente ejercida. Ningún control será válido si no se fundamenta en los objetivos, por tanto es imprescindible establecer medidas específicas de actuación, o estándares, que sirvan de patrón para la evaluación de lo establecido mismas que se determinan con base en los objetivos. Los estándares permiten la ejecución de los planes dentro de ciertos límites, evitando errores y, consecuentemente, pérdidas de tiempo y de dinero.

3.7.4.2 De la oportunidad: El control, necesita ser oportuno, es decir, debe aplicarse antes de que se efectúe el error, de tal manera que sea posible tomar medidas correctivas, con anticipación. *De los objetivos:* Se refiere a que el control existe en función de los objetivos, es decir, el control no es un fin, sino un medio para alcanzar los objetivos preestablecidos.

3.7.4.3 De las desviaciones: Todas las variaciones o desviaciones que se presenten en relación con los planes deben ser analizadas detalladamente, de manera que sea posible conocer las causas que lo originaron, a fin de tomar medidas necesarias para evitarlas en futuro. Es inútil detectar desviaciones si no se hace el análisis de las mismas y si no se establecen medidas preventivas y correctivas.

Se realizará una encuesta que dé cuenta del grado de satisfacción por parte de los usuarios, respecto a varios factores entre los que se encuentra el trato respetuoso y amable por parte del gerente, guías, conductores, personal de los hoteles, esto con el objetivo de identificar los posibles errores y cosas por mejorar, para que el cliente se lleve la mejor impresión de las personas que trabajan para Capital Tour's S.A.S

A continuación se presenta la encuesta que será diligenciada por los usuarios al final de los diferentes viajes.

CAPITAL TOUR'S S.A.S

A continuación encontrará una serie de preguntas que nos permitirán identificar el grado de satisfacción que tuvo durante su experiencia con nosotros, le agradecemos que nos colabore contestando de la manera más honesta. Gracias.

En las siguientes preguntas indique en una escala de 1 a 5 el grado de satisfacción que tuvo acerca de los servicios que se le ofrecieron, siendo 1 la escala de menor satisfacción y 5 la de mayor

1. Comodidad y confort del bus en que viajó

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

2. Trato personal por parte del conductor del bus

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

3. Trato personal por parte de los guías del bus

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

4. Trato personal por parte de los guías turísticos

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

5. Trato personal por parte de los trabajadores del hotel

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

6. Grado de satisfacción con las actividades realizadas

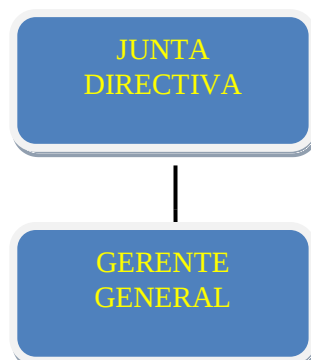
1____ 2____ 3____ 4____ 5____

7. Por último que sugerencias o comentarios tiene respecto al servicio que se le ofreció

Gracias por la colaboración prestada y recuerde que esto lo hacemos pensando en ustedes con el objetivo de prestar cada día un mejor servicio

Capitulo 4 Fase administrativa

4.1 Estructura organizacional



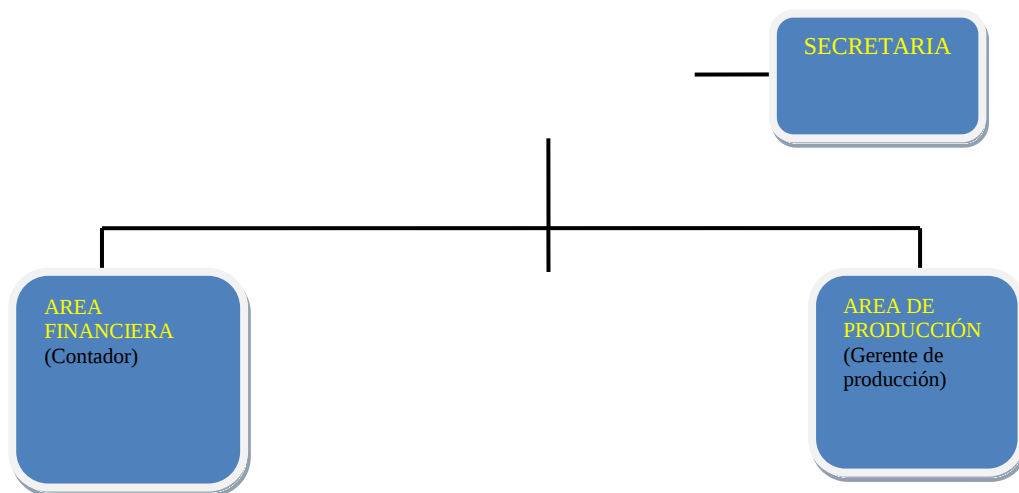


Grafico 7

4.2 Objetivos y actividades de las áreas de la empresa

4.2.1 Área financiera

Objetivo: Velar por la correcta utilización de los recursos económicos y financieros llevando un control de los ingresos y egresos de la empresa

Actividades:

4.2.1.1 Llevar el presupuesto de la empresa y llevar el control de las ventas y la nómina del personal.

4.2.1.2 Se debe declarar y cancelar periódicamente los impuestos según los resultados de los libros contables que la empresa lleva, tomando en cuenta la emisión de facturas, las proyecciones de ingresos por ventas y los costos asociados con el desarrollo del negocio.

4.2.1.3 Elaborar el flujo de caja realizado por medio de arqueo de caja a través de recibos donde se registra los ingresos y egresos de la empresa, este control se hará diariamente.

4.2.2. Área Administrativa

Objetivo: Velar por un óptimo funcionamiento de la empresa en aspectos relacionados con la contratación de personal, pago a proveedores, pago de salarios y los inventarios de producción.

Actividades:

4.2.2.1 Construir y reformar cuando sea necesario, la misión, visión, objetivos, políticas, metas, estrategias y alternativas de la empresa y el perfil de los profesionales que laboren en la empresa CAPITAL TOUR´S S.A.S.

4.2.2.2 Llevar un control de la empresa para verificar si los objetivos y estrategias elaboradas se cumplen, si los programas están bien desarrollados y si las actividades planeadas para que se cumplan los objetivos y las metas se están llevando a cabo.

4.2.2.3 Satisfacer las exigencias del cliente respecto al servicio, informar, reducir el riesgo, facilitar la acción de compra y el trato con el cliente.

4.2.2.4 Mantenimiento de los equipos y soporte logístico de la infraestructura de la empresa

4.2.2.5 Administrar el talento humano

4.2.2.6 Comprar y suministrar los recursos físicos de la empresa

4.2.3 Área de Producción.

Objetivo: Velar por la correcta producción de los servicios que se les brindan a las personas, los cuales son programas de turismo deportivo y religioso que ofrecerá CAPITAL TOUR´S S.A.S El plus es elaborar un producto de calidad oportunamente y a menor costo posible, con una inversión mínima de capital y con un máximo de satisfacción de sus empleados.

Actividades:

4.2.3.1 Se solicita y controla el material con el que se va a trabajar. Se determina la secuencia de los programas, el seguimiento de los objetivos y los métodos de cada programa.

4.2.3.2 Se lleva el control del trabajo y se logra la satisfacción del cliente, a través del análisis y control de los servicios que se prestan. – Medición del trabajo. – Métodos del trabajo, planeación y distribución de instalaciones. Administración de salarios.

4.2.3.3 Trabajar en forma periódica por la innovación de los servicios de la empresa para que correspondan a las necesidades del cliente.

4.2.3.4 Atención al cliente por medio de los servicios con calidad, servicio y satisfacción del cliente

4.2.4 Área de mercadeo

Objetivo: Detallar las funciones, capacidades y cualidades de quien será el responsable y el personal involucrado en la estrategia de mercadeo de la empresa, es decir, la publicidad, el diseño y logo de la empresa y la marca del servicio, la distribución del mismo y el punto de venta, la promoción y la labor de ventas.

Actividades:

4.2.4.1 Elaborar un plan de mercadeo, donde se estudien las fortalezas y debilidades de la competencia y de nuestra empresa, luego se establecen objetivos claros y medibles en el marco de las fortalezas y las debilidades teniendo en cuenta el análisis que antes se le hace a la competencia (análisis DOFA): Con el análisis DOFA se tendrá un análisis del mercado donde se describirá cual es la situación del mercado en el momento del estudio, teniendo

en cuenta incluir el tamaño del mercado, su actividad hacia el crecimiento, cambios previsibles, segmentación del mercado, competencia y grupo objetivo, así logrando enfocarnos en uno de los objetivos de satisfacer las necesidades de los consumidores.

4.2.4.2 Desarrollar estrategias y planes que permitan alcanzar los objetivos planteados

4.2.4.3 Ejecutar planes para que las actividades sucedan según lo programado.

4.2.4.4 Analizar los resultados y tomar las medidas correctivas necesarias

4.2.4.5 Animar y satisfacer los requerimientos del comprador con beneficio mutuo y en forma permanente.

4.3 PERSONAL A CONTRATAR

Para que el cumplimiento de los objetivos y excelente funcionamiento de la empresa CAPITAL TOUR´S S.A.S contamos con el siguiente personal:

Gerente General

Gerente Operativo

Gerente de Mercadeo

Contador

Secretaria

4.4 MANUAL DE FUNCIONES Y DESCRIPCION DE CARGOS

Tabla 4

NOMBRE DEL CARGO	GERENTE GENERAL
FUNCION PRINCIPAL: Diseñar y controlar las actividades de la empresa que son Inherentes a su cargo. Es el representante legal y tiene a su cargo la gestión de los negocios, coordina todos los recursos a través del proceso de planeación, Organización, dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos.	

FUNCIONES ESPECIFICAS:

- Representante legal.
- Contratar todas las posiciones gerenciales.
- Generar estrategias innovadoras que le permitan a la empresa ampliar su mercado.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Velar por la capacitación de todos los miembros de su organización, para brindar un mejor servicio
- Firmar el cierre de negocios con las diversas entidades.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y su análisis se están llevando correctamente.
- Realizar contacto con empresas interesadas en adquirir los diferentes productos y servicios de la empresa.
- Generar reuniones con su equipo de trabajo.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y Proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.

REQUISITOS GENERALES:

Estudios: Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación, Administrador de Empresas.

Perfil del cargo: profesional líder, dinámico, con excelentes relaciones interpersonales, asertivo en la toma de decisiones y buen manejo del personal.

Experiencia: 2 Años

NOMBRE DEL CARGO	GERENTE OPERATIVO
FUNCION PRINCIPAL: Es el encargado de supervisar y dirigir todas las salidas turísticas además de coordinar los lugares, materiales, transporte, hospedajes y todo lo concerniente a lo que se refiere la operación como tal de los viajes.	

FUNCIONES ESPECIFICAS:

- Coordinar con los proveedores todo lo referente a la parte operacional de los viajes
- Encargarse de que todo el equipo del cual depende las salidas estén consientes de su responsabilidad para con los usuarios.
- Supervisar durante todo el viaje que las actividades se estén realizando acorde con lo establecido por las directivas de la empresa.
- Controlará toda la parte operativa de la empresa.
- Estará en continuo contacto con los guías que vayan encargados de los buses y de las actividades a realizar..

REQUISITOS GENERALES:

Estudios: Derecho. **Título otorgado:** Administrador de empresas

Perfil profesional: Profesional con gran Capacidad resolver conflictos, habilidad de oratoria, conocimiento.

Experiencia: 2 Años

NOMBRE DEL CARGO	ASESOR CONTABLE
-------------------------	------------------------

FUNCION PRINCIPAL: Se encarga de la revisión de todos los movimientos contables así como la presentación a la gerencia de los estados financieros mensuales.

FUNCIONES ESPECIFICAS:

- Manejo del aspecto contable
- Manejo del presupuesto. Compras, ventas, inversiones
- Análisis administrativo
- Control de libros contables y responsable de los dineros de la empresa
- Brindar asesoramiento administrativo y contable a la organización con el fin de
- garantizar la eficiencia de las operaciones de la empresa, como también llevar
- la información de tipo contable de la misma.

REQUISITOS GENERALES:

Estudios: Contaduría **Título otorgado:** Contador Público

Perfil profesional: Profesional con grandes cualidades ética profesional, Respeto, innovador en modelos empresariales, compromiso, responsabilidad, interés en el área de trabajo.

Experiencia: 3 Años

NOMBRE DEL CARGO	GERENTE DE MERCADEO
-------------------------	---------------------

FUNCION PRINCIPAL: Aumentar la captación de clientes a través de estrategias de mercado las cuales permitan tener un mayor número de posibles usuarios

FUNCIONES ESPECIFICAS:

- Dar a conocer el portafolio de servicio a los diferentes clientes potenciales e Incentivarlos a adquirir más productos.
- Proponer nuevas formas de distribución de la información.
- Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los productos y/o servicios que comercializa.
- Asesorar a los clientes en la utilización apropiada cada servicio.
- Retroalimentar a la empresa informando todo lo que sucede en el mercado, inquietudes de los clientes, quejas, reclamos, agradecimientos, sugerencias, y otros de relevancia.

REQUISITOS GENERALES:

Estudios: Profesional en cultura física, deporte y recreación

Perfil profesional: Profesional comprometido con su labor, con gran entusiasmo, paciencia, dinamismo, responsabilidad, honradez, creatividad, buena memoria, poseer empatía.

Experiencia: 3 Años

NOMBRE DEL CARGO	SECRETARIA
-------------------------	------------

FUNCION PRINCIPAL: Desempeña un rol muy relevante en bienestar y colaboración de que el gerente desempeñe sus funciones de la manera más eficiente que garantice el desempeño esperado en pro del desarrollo, éxito de la

empresa.

FUNCIONES ESPECIFICAS:

- Atender y orientar al publico que solicite los servicios de una manera cortes y amable para que la información sea más fluida y clara.
- Llevar acta de todas las reuniones organizadas por la empresa.
- Notificar a los gerentes de las reuniones programadas.
- Responsable de recepcionar, registrar y distribuir la correspondencia de gerencia.
- Atención a las entrevistas personales.
- Recepción de mensajes telefónicos o vía email.
- Cumplir y hacer cumplir las políticas, normas y procedimientos de la empresa.

REQUISITOS GENERALES:

Estudios: Secretariado Ejecutivo.

Perfil profesional: Gran capacidad para el manejo de sistemas, proactiva, tolerante, responsable, respetuosa.

Experiencia: 3 Años

4.5 Procesos de ingresos y salida de personal

4.5.1 Requerimientos para la selección del talento humano

Una vez determinado los cargos y funciones, se procederá a dar las pautas para la selección del talento humano, esto se haría con ayuda de la Dirección Administrativa y el Departamento Jurídico, para que todos los requerimientos sean legales.

PROCESO

Convocatoria de candidatos
Recopilación y recepción de hojas de vida
Evaluación de las hojas de vida
Evaluación de candidatos
Realización de la entrevista personal
Evaluación de resultados
Decisión de incorporación

El proceso de selección de personal consiste en un sistema selectivo cuya finalidad esencial es la búsqueda y obtención de los individuos más adecuados para el cargo y puesto de trabajo establecido en la entidad, mediante la observación de perfiles y la aplicación de pruebas, a través de los cuales se logre apreciar las características del individuo en lo relacionado con su personalidad, inteligencia, conocimientos, experiencia, actitudes y aptitudes. Este sistema tiene la siguiente secuencia

4.5.1 Convocatoria de candidatos a través de las fuentes apropiadas.

Entre las fuentes para la convocatoria se tendrán en cuenta las siguientes: Referencias de profesionales o entidades relacionadas; folletos o avisos en la misma empresa; referencias de entidades de educación superior del área de la salud; solicitudes de cargos en clasificados de periódicos generales y de revistas de salud; agencias de empleo; empleados y profesionales de la entidad

4.5.1.1 Recopilación y recepción y de Hojas de Vida

Comprende el aporte, recepción y estudio preliminar de las hojas de vida de los candidatos con la información que se ha solicitado por parte de la entidad. Las hojas de vida de los candidatos y de los profesionales y personal administrativo contratado, deben contener los siguientes documentos:

4.5.1.2 Formato de Hoja de Vida con la información de identificación personal

Formación académica profesional y especializada, otros estudios realizados relacionados con la profesión, experiencia laboral específica, referencias y logros laborales o académicos.

4.5.1.3 Fotocopia de diplomas de los títulos profesionales obtenidos en entidades educativas

4.5.1.4 Fotocopia de cédula de ciudadanía o extranjería.

4.5.1.5 Fotocopia de Certificados

4.5.1.6 Evaluación de las Hojas de Vida.

Revisión y análisis de las hojas de vida presentadas, comprobación de referencias, verificación del título de grado de especialista, profesional, técnico, tecnólogo y los certificados de aptitud ocupacional de auxiliar previo a la vinculación

4.5.1.7 Evaluación de candidatos.

Preparación de la entrevista con base en los requerimientos del cargo. Para dicha preparación se tendrán en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos a explorar en los candidatos:

4.5.1.8 Formación académica del candidato tanto de cultura general como relacionada con su futuro puesto de trabajo.

4.5.1.9 Experiencia previa en puestos similares al que opta el candidato.

4.5.1.10 Interés o motivación del candidato por el puesto que va a ocupar.

4.5.1.11 Personalidad del candidato, especialmente valorado para candidatos a puestos de responsabilidad en la empresa.

4.5.1.12 Afinidad con los valores de la empresas y los que esta representa.

4.5.1.13 Capacidad de adaptación al nuevo puesto de trabajo y a trabajar en grupo.

4.5.1.14 Disponibilidad del candidato para trabajar en diversos horarios, realizar horas extras.

4.5.1.15 Realización de la entrevista personal

Corresponde a la interacción de la dirección o del personal designado por ella con el candidato a contratación con el fin de revisar los hallazgos relacionados con su proceso de selección, evaluar los aspectos de comunicación, empatía, interrelaciones y actitudes del candidato, sus expectativas en relación con la organización y su ajuste con los objetivos y metas como parte de la definición de contratación

4.5.1.16 Evaluación de resultados

Se refiere esta etapa a la valoración integral que realiza la dirección de los aspectos presentadas y evaluados del candidato, para realizar una selección y definición de incorporación

4.5.1.17 Decisión de incorporación del trabajador.

La dirección toma la decisión de incorporar o no al candidato y se lo comunica personalmente o por escrito

4.5.2. PERFIL DEL EMPLEADO

Para escoger el personal que integrará la empresa CAPITAL TOUR´S S.A.S, se ha definido un cierto modelo que cumpla con las expectativas de la organización, debido a que el recurso humano es el motor fundamental de todo negocio; por tal razón a continuación se enumerará las características que

moldearán el perfil deseado de los trabajadores que conformarán la nueva empresa en la ciudad de Bogotá, entre ellos:

Educación Académica

Formación Moral

Habilidad para desempeñar el cargo

Experiencia: demuestren en el desempeño de su trabajo los siguientes principios éticos y humanistas

Confianza

Integridad

Confidencialidad

Discreción

Profesionalismo

Las anteriores características, conforman el perfil deseado para el personal que ingrese a la organización, las cuales se basarán en la Política de Calidad; política que se verá reflejada en los resultados de cada área o departamento.

Si se retoma la Política de Calidad, se enfocará el primer objetivo deseado, el cual es brindar un “Servicio de Calidad”, y esto sólo se haría con ayuda del talento humano; cuando se habla de contar con un personal altamente calificado, se hace referencia nuevamente al talento humano; por esta simple razón se puede deducir que todos los procesos de la organización no se llevarían a cabo sin la ayuda del personal que la integra.

4.6 TIPOS DE CONTRATACIÓN

4.6.1 CONTRATO A TÉRMINO FIJO

El contrato de trabajo a término fijo debe constar siempre por escrito y su duración no puede ser superior a tres años, pero es renovable indefinidamente. Si antes de la fecha del vencimiento del término estipulado, ninguna de las partes avisare por escrito a la otra su determinación de no prorrogar el contrato,

con una antelación no inferior a treinta (30) días, éste se entenderá renovado por un período igual al inicialmente pactado, y así sucesivamente.

No obstante, si el término fijo es inferior a un (1) año, únicamente podrá prorrogarse sucesivamente el contrato hasta por tres (3) períodos iguales o inferiores, al cabo de los cuales el término de renovación no podrá ser inferior a un (1) año, y así sucesivamente.

En los contratos a término fijo inferior a un año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones y prima de servicios en proporción al tiempo laborado cualquiera que éste sea.

4.6.2 CONTRATO A TÉRMINO INDEFINIDO

El contrato de trabajo no estipulado a término fijo, o cuya duración no esté determinada por la de la obra, o la naturaleza de la labor contratada, o no se refiera a un trabajo ocasional o transitorio, será contrato a término indefinido.

El contrato a término indefinido tendrá vigencia mientras subsistan las causas que le dieron origen, y la materia del trabajo. Con todo, el trabajador podrá darlo por terminado mediante aviso escrito con antelación no inferior a treinta (30) días, para que el patrono lo reemplace.

4.7 Tipo de sociedad

4.7.1 Sociedad por acciones simplificadas

Para formalizar una sociedad por acciones simplificadas se tendrá en cuenta los siguientes requisitos exigidos por la ley 1258 de 2008

4.7.1.1 Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).

4.7.1.2 Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.

4.7.1.3 El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

4.7.1.4 El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

4.7.1.5 Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

4.7.1.6 El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

4.7.1.7 La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

Capítulo 5: Fase Financiera

5.1 INVERSIÓN

PLAN DE INVERSIÓN: CAPITAL TOUR´S S.A.S				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR.UNIT.	VALOR TOTAL ITEM	TOTAL
				\$ -
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR. UNIT.	VALOR TOTAL ITEM	TOTAL
EQUIPO DE OFICINA				\$ 5.700.000,00
Computador	1	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00	
Impresora	1	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	
Pagina web	1	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	
Telefono celular	2	\$ 300.000,00	\$ 600.000,00	
Fax	1	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	
Video beam	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	
Software	1	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00	
			\$ -	
			\$ -	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR. UNIT.	VALOR TOTAL ITEM	TOTAL
MUEBLES Y ENSERES				\$ 450.000,00

Archivador	1	\$ 450.000,00	\$ 450.000,00	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR. UNIT.	VALOR TOTAL ITEM	TOTAL
PAPELERIA				\$ 1.385.000,00
Portafolio de servicios	2	\$ 400.000,00	\$ 800.000,00	
Tarjetas	1000	\$ 120,00	\$ 120.000,00	
Afiches	5	\$ 85.000,00	\$ 425.000,00	
Facturero	1	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	
			\$ -	
			\$ -	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR. UNIT.	VALOR TOTAL ITEM	TOTAL
DOTACIÓN				\$ 280.000,00
Equipo de trabajo	7	\$ 40.000,00	\$ 280.000,00	
			\$ -	
			\$ -	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR. UNIT.	VALOR TOTAL ITEM	TOTAL
				\$ -
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	

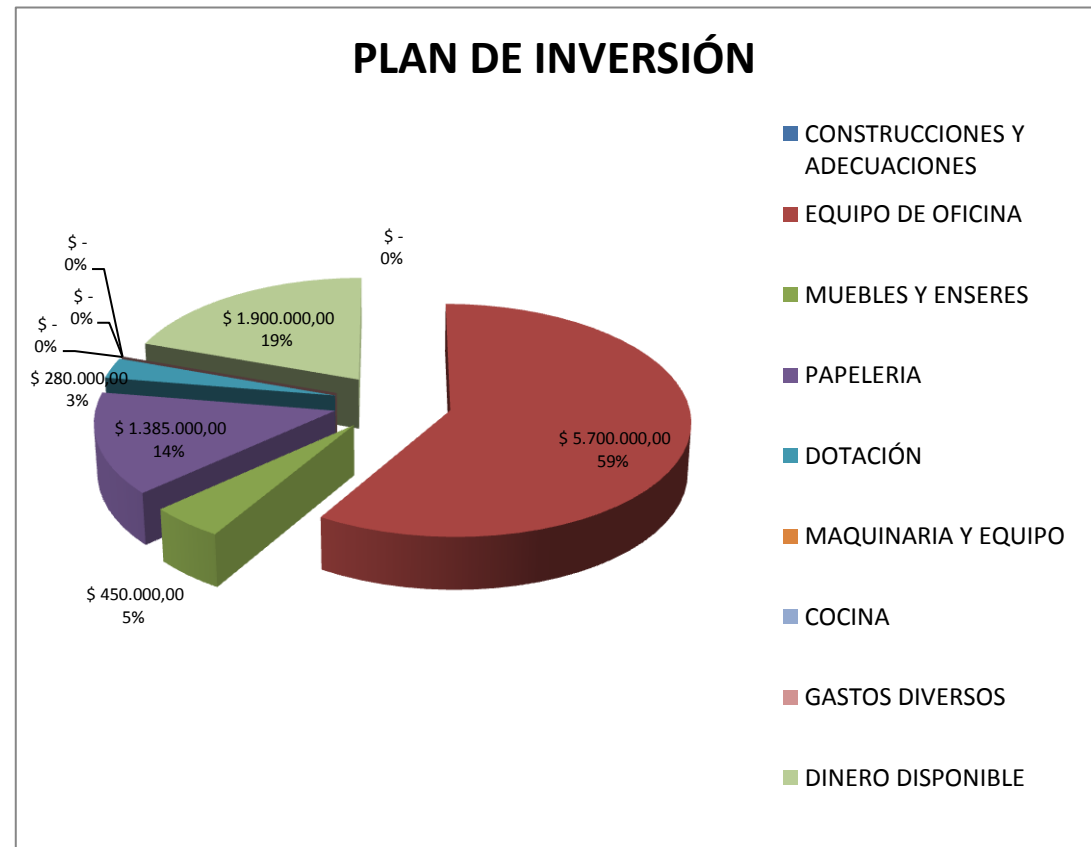
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR. UNIT.	VALOR TOTAL ITEM	TOTAL
				\$ -
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR. UNIT.	VALOR TOTAL ITEM	TOTAL
				\$ -
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR. UNIT.	VALOR TOTAL ITEM	TOTAL
DINERO DISPONIBLE				\$ 1.900.000,00
Efectivo			\$ 1.900.000,00	

TOTAL PLAN DE INVERSION				\$ 9.715.000,00
-------------------------	--	--	--	-----------------

RECURSOS PROPIOS \$ 1.800.000,00

RECURSOS A FINANCIAR \$ 7.915.000,00

PLAN DE INVERSIÓN.	
DESCRIPCIÓN	PLAN DE INVERSIÓN
CONSTRUCCIONES Y ADECUACIONES	\$ -
EQUIPO DE OFICINA	\$ 5.700.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 450.000,00
PAPELERIA	\$ 1.385.000,00
DOTACIÓN	\$ 280.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ -
COCINA	\$ -
GASTOS DIVERSOS	\$ -
DINERO DISPONIBLE	\$ 1.900.000,00
TOTAL INVERSIÓN	\$ 9.715.000,00



5.2 PROYECCIÓN DE VENTAS

PROYECCION DE INGRESOS: CAPITAL TOUR´S S.A.S

SAN GIL

AÑOS	PROYECCION VENTAS MENSUALES	VALOR UNIDAD	INGRESO MENSUAL POR EVENTO	INGRESO TOTAL ANUAL
1	1	\$13.396.500,0	\$13.396.500,0	\$160.758.000,0
2	1	\$13.959.153,0	\$14.657.110,7	\$175.885.327,8
3	1	\$14.408.637,7	\$15.885.523,1	\$190.626.277,1
4	1	\$14.967.692,9	\$17.326.975,5	\$207.923.705,5
5	1	\$15.536.465,2	\$18.884.670,6	\$226.616.046,6

LAJAS

AÑOS	PROYECCION VENTAS MENSUALES	VALOR UNIDAD	INGRESO MENSUAL POR EVENTO	INGRESO TOTAL ANUAL
1	1	\$ 29.764.800,0	\$29.764.800,0	\$357.177.600,0
2	1	\$ 31.014.921,6	\$32.565.667,7	\$390.788.012,2
3	1	\$ 32.013.602,1	\$35.294.996,3	\$423.539.955,5
4	1	\$ 33.255.729,8	\$38.497.664,3	\$461.971.971,0
5	1	\$ 34.519.447,6	\$41.958.604,3	\$503.503.251,2

EJE CAFETERO

AÑOS	PROYECCION VENTAS MENSUALES	VALOR UNIDAD	INGRESO MENSUAL POR EVENTO	INGRESO TOTAL ANUAL
------	-----------------------------------	--------------	----------------------------------	------------------------

1	1	\$23.341.500,0	\$23.341.500,0	\$280.098.000,0
2	1	\$24.321.843,0	\$25.537.935,2	\$306.455.221,8
3	1	\$25.105.006,3	\$27.678.269,5	\$332.139.233,9
4	1	\$26.079.080,6	\$30.189.795,7	\$362.277.548,0
5	1	\$27.070.085,7	\$32.903.858,3	\$394.846.299,6

COSTA

AÑOS	PROYECCION VENTAS MENSUALES	VALOR UNIDAD	INGRESO MENSUAL POR EVENTO	INGRESO TOTAL ANUAL
1	1	\$30.537.000,0	\$30.537.000,0	\$366.444.000,0
2	1	\$31.819.554,0	\$33.410.531,7	\$400.926.380,4
3	1	\$32.844.143,6	\$36.210.668,4	\$434.528.020,3
4	1	\$34.118.496,4	\$39.496.424,4	\$473.957.092,9
5	1	\$35.414.999,3	\$43.047.153,0	\$516.565.835,6

MEDELLIN

AÑOS	PROYECCION VENTAS MENSUALES	VALOR UNIDAD	INGRESO MENSUAL POR EVENTO	INGRESO TOTAL ANUAL
1	1	\$20.358.000,0	\$20.358.000,0	\$244.296.000,0
2	1	\$21.213.036,0	\$22.273.687,8	\$267.284.253,6

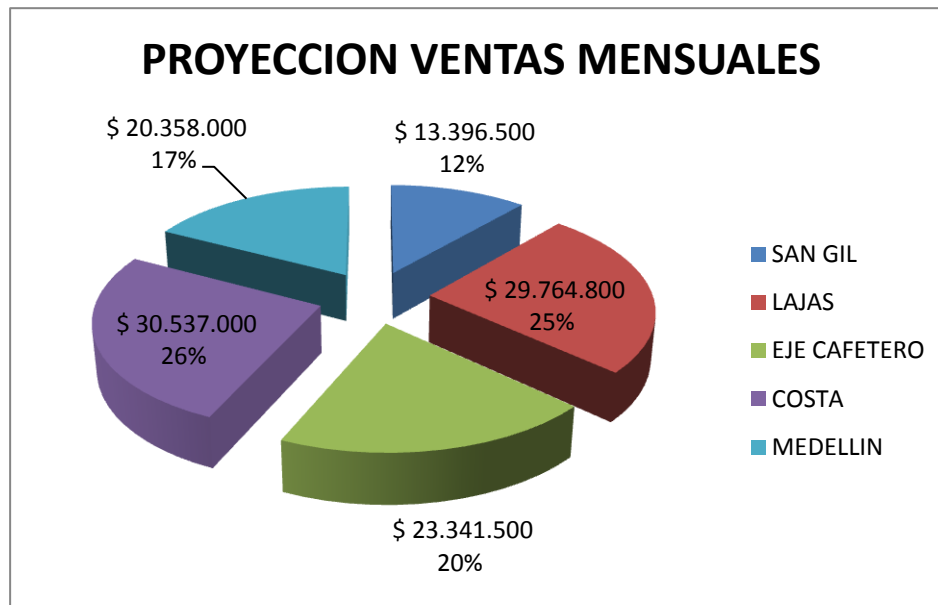
3	1	\$21.896.095,8	\$24.140.445,6	\$289.685.346,9
4	1	\$22.745.664,3	\$26.330.949,6	\$315.971.395,3
5	1	\$23.609.999,5	\$28.698.102,0	\$344.377.223,7

PROYECCION DE INGRESOS MENSUALES AÑO 2013

MES	CONCEPTO	INGRESOS
1	MENSUALIDAD	\$117.397.800,00
2	MENSUALIDAD	\$117.397.800,00
3	MENSUALIDAD	\$117.397.800,00
4	MENSUALIDAD	\$117.397.800,00
5	MENSUALIDAD	\$117.397.800,00
6	MENSUALIDAD	\$117.397.800,00
7	MENSUALIDAD	\$117.397.800,00
8	MENSUALIDAD	\$117.397.800,00
9	MENSUALIDAD	\$117.397.800,00
10	MENSUALIDAD	\$117.397.800,00
11	MENSUALIDAD	\$117.397.800,00
12	MENSUALIDAD	\$117.397.800,00
INGRESOS TOTALES AÑO 1		\$1.408.773.600,00

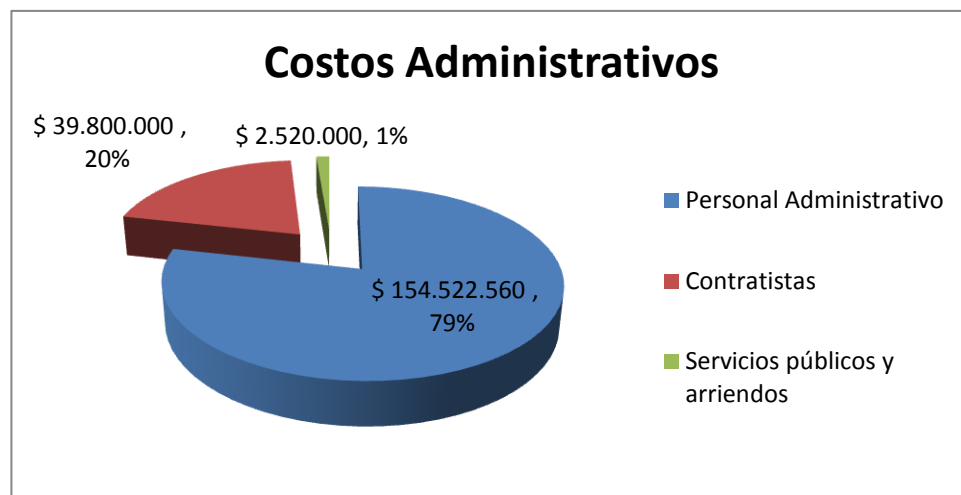
PROYECCIÓN DE VENTAS

	PROYECCION VENTAS MENSUALES	INGRESO TOTAL ANUAL
SAN GIL	\$ 13.396.500	\$160.758.000,0
LAJAS	\$ 29.764.800	\$357.177.600,0
EJE CAFETERO	\$ 23.341.500	\$280.098.000,0
COSTA	\$ 30.537.000	\$366.444.000,0
MEDELLIN	\$ 20.358.000	\$244.296.000,0
TOTAL	\$ 117.397.800	\$1.408.773.600,0



5.3 Gastos administrativos

PRESUPUESTO ANUAL DE COSTOS ADMINISTRATIVOS:						
COSTOS ADMINISTRATIVOS A 5 AÑOS						
CONCEPTO / AÑO	2011	2012	2013	2014	2015	
Personal Administrativo	\$ 154.522.560	\$ 161.012.508	\$ 166.197.110	\$ 172.645.558	\$ 179.206.089	
Contratistas	\$ 39.800.000	\$ 41.471.600	\$ 42.806.986	\$ 44.467.897	\$ 46.157.677	
Servicios públicos y arriendos	\$ 2.520.000	\$ 2.625.840	\$ 2.710.392	\$ 2.815.555	\$ 2.922.546	
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 196.842.560	\$ 205.109.948	\$ 211.714.488	\$ 219.929.010	\$ 228.286.312	
PRESUPUESTO MENSUAL DE COSTOS ADMINI						
CONCEPTO / MES	1	2	3	4	5	6
Subtotal Personal Administrativo	\$ 12.876.880	\$ 12.876.880	\$ 12.876.880	\$ 12.876.880	\$ 12.876.880	\$ 12.876.880
Gerente	\$ 3.150.000	\$ 3.150.000	\$ 3.150.000	\$ 3.150.000	\$ 3.150.000	\$ 3.150.000
Gerente operativo	\$ 2.205.000	\$ 2.205.000	\$ 2.205.000	\$ 2.205.000	\$ 2.205.000	\$ 2.205.000
Secretaria	\$ 920.000	\$ 920.000	\$ 920.000	\$ 920.000	\$ 920.000	\$ 920.000
Gerente mercadeo	\$ 2.205.000	\$ 2.205.000	\$ 2.205.000	\$ 2.205.000	\$ 2.205.000	\$ 2.205.000
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0



CONCE PTO / MES	MES
Subtotal Personal Administ rativo	\$ 12.876 .880
Subtotal Contrati stas	\$ 4.625. 000
Servicio s Públicos y arriendo	\$ 210.00 0
TOTAL COSTO S FIJOS	\$ 17.711 .880

PRESTACIONES LEGALES	
Cesantías	8,33%
Intereses de Cesantías	1,00%
Primas	8,33%
Vacaciones	4,17%
Caja de Compensación	4,00%
I.C.B.F.	3,00%
SENA	2,00%
Salud	8,50%
Pension	12,00%
ARP	0,52%
TOTAL PRESTACIONES	51,85%

5.4 Costos operativos

CONCEPTO/MES	1	2	3	4	5
	\$	\$	\$	\$	\$
SAN GIL	11.450.000,0	11.450.000,0	11.450.000,0	11.450.000,0	11.450.000,0
	\$	\$	\$	\$	\$
LAJAS	25.440.000,0	25.440.000,0	25.440.000,0	25.440.000,0	25.440.000,0
	\$	\$	\$	\$	\$
EJE CAFETERO					

	19.950.000,0	19.950.000,0	19.950.000,0	19.950.000,0	19.950.000,0
	\$	\$	\$	\$	\$
COSTA	26.100.000,0	26.100.000,0	26.100.000,0	26.100.000,0	26.100.000,0
	\$	\$	\$	\$	\$
MEDELLIN	17.400.000,0	17.400.000,0	17.400.000,0	17.400.000,0	17.400.000,0
	\$	\$	\$	\$	\$
	-	-	-	-	-
	\$	\$	\$	\$	
	-	-	-	-	
	\$	\$	\$	\$	\$
	-	-	-	-	-
	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL COSTOS	100.340.000,	100.340.000,	100.340.000,	100.340.000,	100.340.000,
VARIABLES	0	0	0	0	0

COSTOS FIJOS A 5 AÑOS					
CONCEPTO/AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
	\$	\$	\$	\$	\$
Depreciacion de activos fijos	1.742.000,0	1.815.164,0	1.920.262,0	2.033.749,5	2.111.032,0
	\$	\$	\$	\$	\$
Plan pagos de financiación	4.632.383,8	4.632.383,8	4.632.383,8	4.632.383,8	4.632.383,8

0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL COSTOS FIJOS	6.374.383,8	6.447.547,8	6.552.645,8	6.666.133,2	6.743.415,7

	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	1.210.454.383,8	1.321.302.907,8	1.463.280.899,1	1.622.323.439,0	1.764.578.564,4

PRESUPUESTO ANUAL DE COSTOS OPERATIVOS:

COSTOS VARIABLES A 5 AÑOS					
CONCEPTO/AÑO	1	2	3	4	5
	\$	\$	\$	\$	\$
	137.400.00	150.040.80	166.230.20	184.365.91	200.590.11
SAN GIL	0,0	0,0	2,3	7,4	8,1
	\$	\$	\$	\$	\$
LAJAS	305.280.00	333.365.76	369.335.92	409.630.47	445.677.95

	0,0	0,0	5,5	5,0	6,8
	\$	\$	\$	\$	\$
	239.400.00	261.424.80	289.632.53	321.231.44	349.499.81
EJE CAFETERO	0,0	0,0	5,9	5,6	2,8
	\$	\$	\$	\$	\$
	313.200.00	342.014.40	378.917.75	420.257.68	457.240.35
COSTA	0,0	0,0	3,8	0,7	6,6
	\$	\$	\$	\$	\$
	208.800.00	228.009.60	252.611.83	280.171.78	304.826.90
MEDELLIN	0,0	0,0	5,8	7,1	4,4
	\$	\$	\$	\$	\$
0	-	-	-	-	-
	\$	\$	\$	\$	\$
0	-	-	-	-	-
	\$	\$	\$	\$	\$
0	-	-	-	-	-
	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL COSTOS	1.204.080.	1.314.855.	1.456.728.	1.615.657.	1.757.835.
VARIABLES	000,0	360,0	253,3	305,8	148,7

5.5 Costos fijos

CONCEPTO/MES	1	2	3	4	5
Depreciacion de activos fijos	\$ 145.166,7	\$ 145.166,7	\$ 145.166,7	\$ 145.166,7	\$ 145.166,7
Plan pagos de financiación	\$ 386.032,0	\$ 386.032,0	\$ 386.032,0	\$ 386.032,0	\$ 386.032,0
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 531.198,6	\$ 531.198,6	\$ 531.198,6	\$ 531.198,6	\$ 531.198,6
	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	100.871.198,6	100.871.198,6	100.871.198,6	100.871.198,6	100.871.198,6

Costos Operativos mensuales

CONCEPTO / MES	UN MES
Depreciacion de activos fijos	\$ 145.166,7
Plan pagos de financiación	\$ 386.032,0
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 531.198,6
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	\$ 100.871.198,6

Costos Operativos a 5 Años

CONCEPTO AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
Depreciacion de activos fijos	\$ 1.742.000,0	\$ 1.815.164,0	\$ 1.920.262,0	\$ 2.033.749,5	\$ 2.111.032,0
Plan pagos de financiación	\$ 4.632.383,8	\$ 4.632.383,8	\$ 4.632.383,8	\$ 4.632.383,8	\$ 4.632.383,8
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 6.374.383,8	\$ 6.447.547,8	\$ 6.552.645,8	\$ 6.666.133,2	\$ 6.743.415,7
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	\$ 1.210.454.38 3,8	\$ 1.321.302.90 7,8	\$ 1.463.280.89 9,1	\$ 1.622.323.43 9,0	\$ 1.764.578.56 4,4

5.6 Plan pago de financiaciones

PLAN DE PAGO DE OBLIGACIONES FINANCIERAS:

Condiciones:

Valor actual: Va	Recursos a financiar:	\$ 7.915.000
Número periodos: nper	Duración crédito en meses:	24
Tasa: Tasa interés	Tasa mensual:	1,30%
	Tasa anual:	0,156

Obligaciones de pago a X Años

Periodo Altura cuota	Valor interés	Abono Capital	Valor cuota	Saldo deuda
1	(\$ 102.895,00)	(\$ 283.136,98)	\$ 386.031,98	\$ 7.631.863,02
2	(\$ 99.214,22)	(\$ 286.817,76)	\$ 386.031,98	\$ 7.345.045,26
3	(\$ 95.485,59)	(\$ 290.546,39)	\$ 386.031,98	\$ 7.054.498,87
4	(\$ 91.708,49)	(\$ 294.323,50)	\$ 386.031,98	\$ 6.760.175,37
5	(\$ 87.882,28)	(\$ 298.149,70)	\$ 386.031,98	\$ 6.462.025,67
6	(\$ 84.006,33)	(\$ 302.025,65)	\$ 386.031,98	\$ 6.160.000,02
7	(\$ 80.080,00)	(\$ 305.951,98)	\$ 386.031,98	\$ 5.854.048,04
8	(\$ 76.102,62)	(\$ 309.929,36)	\$ 386.031,98	\$ 5.544.118,69
9	(\$ 72.073,54)	(\$ 313.958,44)	\$ 386.031,98	\$ 5.230.160,25

10	(\$ 67.992,08)	(\$ 318.039,90)	\$ 386.031,98	\$ 4.912.120,35
11	(\$ 63.857,56)	(\$ 322.174,42)	\$ 386.031,98	\$ 4.589.945,94
12	(\$ 59.669,30)	(\$ 326.362,68)	\$ 386.031,98	\$ 4.263.583,25
13	(\$ 55.426,58)	(\$ 330.605,40)	\$ 386.031,98	\$ 3.932.977,85
14	(\$ 51.128,71)	(\$ 334.903,27)	\$ 386.031,98	\$ 3.598.074,59
15	(\$ 46.774,97)	(\$ 339.257,01)	\$ 386.031,98	\$ 3.258.817,57
16	(\$ 42.364,63)	(\$ 343.667,35)	\$ 386.031,98	\$ 2.915.150,22
17	(\$ 37.896,95)	(\$ 348.135,03)	\$ 386.031,98	\$ 2.567.015,19
18	(\$ 33.371,20)	(\$ 352.660,78)	\$ 386.031,98	\$ 2.214.354,41
19	(\$ 28.786,61)	(\$ 357.245,37)	\$ 386.031,98	\$ 1.857.109,04
20	(\$ 24.142,42)	(\$ 361.889,56)	\$ 386.031,98	\$ 1.495.219,47
21	(\$ 19.437,85)	(\$ 366.594,13)	\$ 386.031,98	\$ 1.128.625,35
22	(\$ 14.672,13)	(\$ 371.359,85)	\$ 386.031,98	\$ 757.265,50
23	(\$ 9.844,45)	(\$ 376.187,53)	\$ 386.031,98	\$ 381.077,97
24	(\$ 4.954,01)	(\$ 381.077,97)	\$ 386.031,98	\$ 0,00

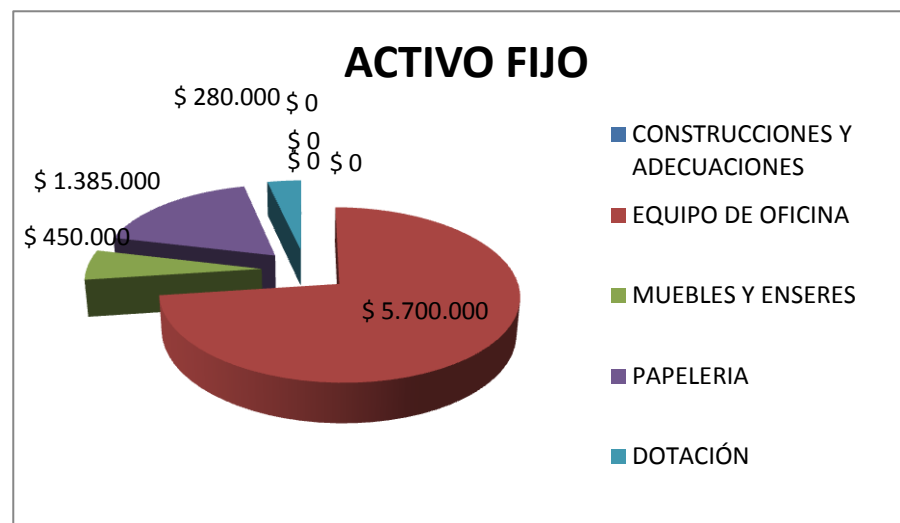
5.7 Depreciaciones

DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS FIJOS

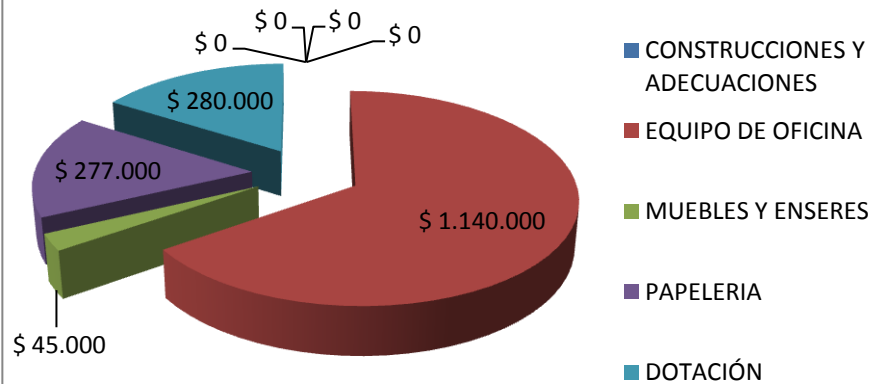
CONCEPTO	ACTIVO FIJO	TASA DE DEPRECIACION	VALOR DEPRECIACION ANUAL
CONSTRUCCIONES Y ADECUACIONES	\$ 0	10%	\$ 0

EQUIPO DE OFICINA	\$ 5.700.000	20%	\$ 1.140.000	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 450.000	10%	\$ 45.000	
PAPELERIA	\$ 1.385.000	20%	\$ 277.000	
DOTACIÓN	\$ 280.000	100%	\$ 280.000	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 0	20%	\$ 0	
	0	\$ 0	0%	\$ 0
	0	\$ 0	0%	\$ 0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 7.815.000		\$ 1.742.000	

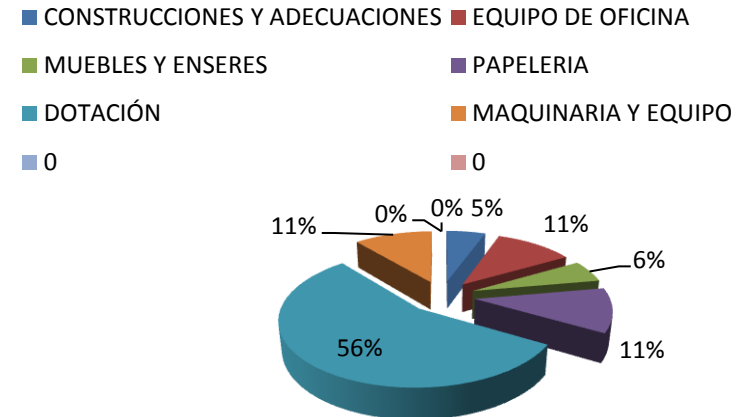
CONCEPTO	VALOR ACTIVO FIJO	TASA DE DEPRECIACION ANUAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL DEPRECIACION AÑO 1
CONSTRUCCIONES Y ADECUACIONES	\$ 0	10%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
EQUIPO DE OFICINA	\$ 5.700.000	20%	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 1.140.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 450.000	10%	\$ 3.750	\$ 3.750	\$ 3.750	\$ 3.750	\$ 3.750	\$ 3.750	\$ 3.750	\$ 3.750	\$ 3.750	\$ 3.750	\$ 3.750	\$ 3.750	\$ 45.000
PAPELERIA	\$ 1.385.000	20%	\$ 23.083	\$ 23.083	\$ 23.083	\$ 23.083	\$ 23.083	\$ 23.083	\$ 23.083	\$ 23.083	\$ 23.083	\$ 23.083	\$ 23.083	\$ 23.083	\$ 277.000
DOTACIÓN	\$ 280.000	100%	\$ 23.333	\$ 23.333	\$ 23.333	\$ 23.333	\$ 23.333	\$ 23.333	\$ 23.333	\$ 23.333	\$ 23.333	\$ 23.333	\$ 23.333	\$ 23.333	\$ 280.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 0	20%	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
															\$ 0
															\$ 0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 7.815.000		\$ 145.167	\$ 145.167	\$ 145.167	\$ 145.167	\$ 145.167	\$ 145.167	\$ 145.167	\$ 145.167	\$ 145.167	\$ 145.167	\$ 145.167	\$ 145.167	\$ 1.742.000



VALOR DEPRECIACION ANUAL



TASA DE DEPRECIACION



5.8 Flujo de efectivo

FLUJO MENSUAL DE EFECTIVO														
Actividad de Operación Normal del Negocio														
CONCEPTO / MES	INVERSIÓN INICIAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL AÑO 1
Entradas de efectivo:														
Proyección de ventas mensuales plan 1		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
		13.3	13.3	13.3	13.3	13.3	13.3	13.3	13.3	13.3	13.3	13.3	13.3	\$
		96.5	96.5	96.5	96.5	96.5	96.5	96.5	96.5	96.5	96.5	96.5	96.5	160.7
		00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	58.00
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00

	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
Proyección	29.7	29.7	29.7	29.7	29.7	29.7	29.7	29.7	29.7	29.7	29.7	29.7	\$
de ventas	64.8	64.8	64.8	64.8	64.8	64.8	64.8	64.8	64.8	64.8	64.8	64.8	357.1
mensuales	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	77.60
plan 2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
Proyección	23.3	23.3	23.3	23.3	23.3	23.3	23.3	23.3	23.3	23.3	23.3	23.3	\$
de ventas	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	280.0
mensuales	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	98.00
plan 3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
Proyección	30.5	30.5	30.5	30.5	30.5	30.5	30.5	30.5	30.5	30.5	30.5	30.5	\$
de ventas	37.0	37.0	37.0	37.0	37.0	37.0	37.0	37.0	37.0	37.0	37.0	37.0	366.4
mensuales	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	44.00
plan 4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	
Proyección de	20.3	20.3	20.3	20.3	20.3	20.3	20.3	20.3	20.3	20.3	20.3	20.3	\$
ventas	58.0	58.0	58.0	58.0	58.0	58.0	58.0	58.0	58.0	58.0	58.0	58.0	244.2
mensuales pla	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	00,0	96.00
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$

Entradas:	117.	117.	117.	117.	117.	117.	117.	117.	117.	117.	117.	117.	1.408
	397.	397.	397.	397.	397.	397.	397.	397.	397.	397.	397.	397.	.773.
	800,	800,	800,	800,	800,	800,	800,	800,	800,	800,	800,	800,	600,0
	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	0
Salidas de Efectivo:													
Personal Administrativo	\$ 12.876.880,00	\$ 12.876.880,00	\$ 12.876.880,00	\$ 12.876.880,00	\$ 12.876.880,00	\$ 12.876.880,00	\$ 12.876.880,00	\$ 12.876.880,00	\$ 12.876.880,00	\$ 12.876.880,00	\$ 12.876.880,00	\$ 12.876.880,00	\$ 154.522.560,00
Contratistas	\$ 4.625.000,00	\$ 4.625.000,00	\$ 4.625.000,00	\$ 4.625.000,00	\$ 4.625.000,00	\$ 4.625.000,00	\$ 4.625.000,00	\$ 4.625.000,00	\$ 4.625.000,00	\$ 4.625.000,00	\$ 4.625.000,00	\$ 4.625.000,00	\$ 55.500.000,00
Servicios públicos y arriendos	\$ 210.000,00	\$ 210.000,00	\$ 210.000,00	\$ 210.000,00	\$ 210.000,00	\$ 210.000,00	\$ 210.000,00	\$ 210.000,00	\$ 210.000,00	\$ 210.000,00	\$ 210.000,00	\$ 210.000,00	\$ 2.520.000,00
SAN GIL	\$ 11.450.000,00	\$ 11.450.000,00	\$ 11.450.000,00	\$ 11.450.000,00	\$ 11.450.000,00	\$ 11.450.000,00	\$ 11.450.000,00	\$ 11.450.000,00	\$ 11.450.000,00	\$ 11.450.000,00	\$ 11.450.000,00	\$ 11.450.000,00	\$ 137.400.000,00

	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	25.44	25.44	25.44	25.44	25.44	25.44	25.44	25.44	25.44	25.44	25.44	25.44	305.2
	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	80.00
LAJAS	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	0,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
EJE	19.95	19.95	19.95	19.95	19.95	19.95	19.95	19.95	19.95	19.95	19.95	19.95	239.4
CAFE	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	00.00
TERO	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	0,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	26.10	26.10	26.10	26.10	26.10	26.10	26.10	26.10	26.10	26.10	26.10	26.10	313.2
COST	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	00.00
A	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	0,00
PRESUPUESTO ANUAL													
DE	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
COSTOS	17.40	17.40	17.40	17.40	17.40	17.40	17.40	17.40	17.40	17.40	17.40	17.40	208.8
OPERATI	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	00.00
VOS:	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	0,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	\$ 0,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	\$ 0,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	\$ 0,00
Depr	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
eciaci	145.1	145.1	145.1	145.1	145.1	145.1	145.1	145.1	145.1	145.1	145.1	145.1	1.742.

ón de activo s fijos	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67	000,00
Plan pagos de finan ciación	\$ 386.031,98	\$ 386.031,98	\$ 386.031,98	\$ 386.031,98	\$ 386.031,98	\$ 386.031,98	\$ 386.031,98	\$ 386.031,98	\$ 386.031,98	\$ 386.031,98	\$ 386.031,98	\$ 386.031,98	\$ 4.632.383,77
Mant enimi ento	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Segur os	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
													\$ 0,00
Total Salidas	\$ 118.583.078,65	\$ 118.583.078,65	\$ 118.583.078,65	\$ 118.583.078,65	\$ 118.583.078,65	\$ 118.583.078,65	\$ 118.583.078,65	\$ 118.583.078,65	\$ 118.583.078,65	\$ 118.583.078,65	\$ 118.583.078,65	\$ 118.583.078,65	\$ 1.422.996.943,77
Flujo Neto de Oper ación	-\$ 1.185.278,65	-\$ 1.185.278,65	-\$ 1.185.278,65	-\$ 1.185.278,65	-\$ 1.185.278,65	-\$ 1.185.278,65	-\$ 1.185.278,65	-\$ 1.185.278,65	-\$ 1.185.278,65	-\$ 1.185.278,65	-\$ 1.185.278,65	-\$ 1.185.278,65	-\$ 14.223.343,77

Actividad de Inversion

Entradas:

Salidas :

Construcciones y adecuaciones	\$	-
Equipo de oficina	\$	5.700.000,0
Muebles y enseres	\$	450.000,0
Maquinaria y equipo	\$	-
Cocina-cafeteria	\$	-
Otros gastos	\$	-
Capital de trabajo	\$	1.900.000,0

Total Salidas:	\$ 8.050.000,0
-----------------------	-----------------------

Flujo Neto de actividad inversion	-\$ 8.050.000,0
--	------------------------

Actividad de Financiacion

Entradas:

Creditos	\$ 7.915.000,0
----------	----------------

Aportes

Total Entradas	\$ 7.915.000,0
----------------	----------------

**Actividad de Operación
Normal del Negocio**

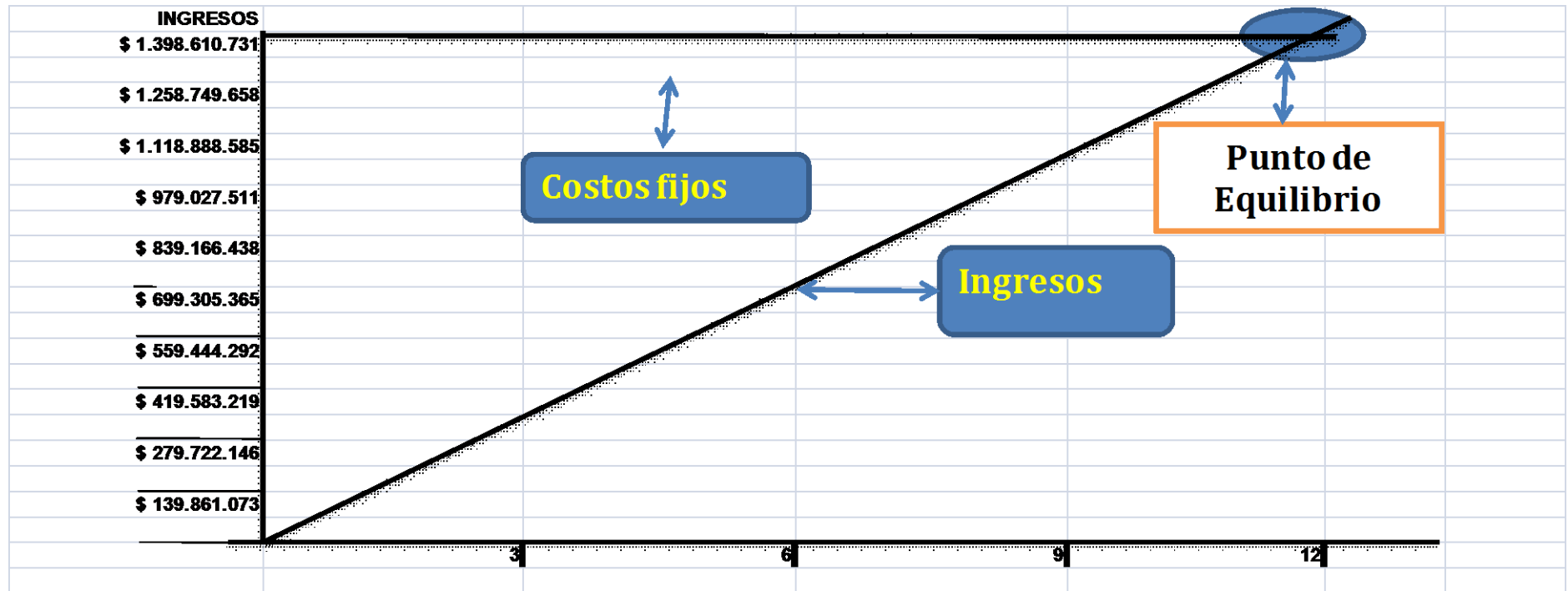
CONCEPTO / AÑO	INVERSIÓN INICIAL	2011	2012	2013	2014	2015
Entradas de efectivo:						
		\$	\$	\$		\$
		160.758.00	175.885.32	190.626.277,1	\$	226.616.046,6
PLAN 1		0,00	7,80	2	207.923.705,51	3
		\$	\$	\$		\$
		357.177.60	390.788.01	423.539.955,4	\$	503.503.251,2
PLAN 2		0,00	2,16	6	461.971.971,02	1
		\$	\$	\$		\$
		280.098.00	306.455.22	332.139.233,9	\$	394.846.299,5
PLAN 3		0,00	1,80	4	362.277.548,03	9
		\$	\$	\$		\$
		366.444.00	400.926.38	434.528.020,3	\$	516.565.835,5
PLAN 4		0,00	0,40	4	473.957.092,91	6
		\$	\$	\$		\$
		244.296.00	267.284.25	289.685.346,8	\$	344.377.223,7
PLAN 5		0,00	3,60	9	315.971.395,27	1

	\$	\$			
Depreciación de activos fijos	1.742.000,00	1.815.164,00	\$ 1.920.262,00	\$ 2.033.749,48	\$ 2.111.031,96
	\$	\$			
Plan pagos de financiación	4.632.383,77	4.632.383,77	\$ 4.632.383,77	\$ 4.632.383,77	\$ 4.632.383,77
Mantenimiento	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Seguros	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
	\$	\$	\$	\$	\$
Total Salidas	1.407.296.943,77	1.526.412.855,29	1.674.995.386,94	1.842.252.448,99	1.992.864.876,76
	\$	\$			
Flujo Bruto de Operación	1.476.656,23	14.926.340,47	-\$ 4.476.553,18	-\$ 20.150.736,26	-\$ 6.956.220,05
Actividad de inversión	\$ -				
Entradas					
Salidas	\$ 8.050.000,0				
Flujo neto actividad de inversión	\$ - 8.050.000,0				

Actividad de Financiacion						
Entradas:						
Creditos	\$ 7.915.000,00					
Aportes						
Total Entradas	\$ 7.915.000,00					
Impuestos	35%	\$ 516.829,68	\$ 5.224.219,17	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Saldo inicial		\$ 0,00	\$ 959.826,55	\$ 15.886.167,02	\$ 11.409.613,84	-\$ 8.741.122,41
Saldo Final	-\$ 8.050.000,00	\$ 959.826,55	\$ 15.886.167,02	\$ 11.409.613,84	-\$ 8.741.122,41	-\$ 15.697.342,46
VPN		\$ 8.038.296,15				
TIR		25%				

5.9 Punto de equilibrio

DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO:					
CONCEPTO	2011	2012	2013	2014	2015
Venta de Planes Anual	50	52	55	58	61
INGRESOS	\$ 1.408.773.600,00	\$ 1.541.339.195,76	\$ 1.670.518.833,76	\$ 1.822.101.712,73	\$ 1.985.908.656,71
-COSTOS					
COSTOS VARIABLES	\$ 1.204.080.000,00	\$ 1.314.855.360,00	\$ 1.456.728.253,34	\$ 1.615.657.305,78	\$ 1.757.835.148,69
COSTOS FIJOS					
Costos Fijos Operativos	\$ 6.374.383,77	\$ 6.447.547,77	\$ 6.552.645,76	\$ 6.666.133,25	\$ 6.743.415,73
Costos Fijos Administración	\$ 196.842.560,00	\$ 205.109.947,52	\$ 211.714.487,83	\$ 219.929.009,96	\$ 228.286.312,34
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 203.216.943,77	\$ 211.557.495,29	\$ 218.267.133,59	\$ 226.595.143,20	\$ 235.029.728,06
TOTAL COSTOS	\$ 1.407.296.943,77	\$ 1.526.412.855,29	\$ 1.674.995.386,94	\$ 1.842.252.448,99	\$ 1.992.864.876,76
Punto de Equilibrio Ingresos	\$ 1.398.610.731				
Cantidad de Ventas	12				



5.10 Balance inicial

Balance Inicial / Activos

ACTIVOS	
Activos Corrientes:	
Efectivo	\$ 1.900.000,00
Cuentas Por Cobrar	
Inventarios	
Otros Activos corrientes	
Total Activos Corrientes:	\$ 1.900.000,00
Activos Fijos:	
Muebles y Equipos	\$ 7.815.000,00
TERRENOS	
Depreciación Acumulada	
Total Activos fijos:	\$ 7.815.000,00
Cargo Diferidos	\$ 0,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 9.715.000,00

Balance Inicial / Pasivos

PASIVOS	
Pasivos Corrientes:	
Obligaciones Privadas	\$ 7.915.000,00
Proveedores	
Pasivo Fiscal	
Otros Pasivos Corrientes	
Total Pasivos Corrientes:	\$ 7.915.000,00
TOTAL PASIVOS	\$ 7.915.000,00

Balance Inicial / Patrimonio

PATRIMONIO	
Capital	\$ 1.800.000,00
Reserva legal	
Utilidades del periodo	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 1.800.000,00
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 9.715.000,00

ANEXOS

FORMATO PARA CONTRATO A TÉRMINO FIJO Y PARA CONTRATO A TÉRMINO INDEFINIDO

..... (nombre del empleador), identificado con cédula de ciudadanía No.,(actuando a nombre propio o como representante legal de identificado con el NIT. No.), domiciliado en (municipio), quien en adelante se denominara EMPLEADOR y (nombre del trabajador) identificado con cédula de ciudadanía No., residente en (municipio), quien en adelante se denominará TRABAJADOR, acuerdan celebrar el presente CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO A TÉRMINO(fijo o indefinido) (a), por un periodo de (.....) (días, meses, años) que se regirá por las siguientes cláusulas: PRIMERA.- OBJETO: El EMPLEADOR contrata los servicios personales del TRABAJADOR, para (describir la actividad que se va a desarrollar) y los que se deriven de estas labores. PARÁGRAFO.- El TRABAJADOR acepta los cambios de labores decididos por el EMPLEADOR siempre que sus condiciones laborales se mantengan. SEGUNDA.- INICIACIÓN Y JORNADA DE TRABAJO: El TRABAJADOR iniciará labores a partir de (día, mes, año), con una jornada laboral ordinaria de(b), que se podrán distribuir de la forma permitida por el artículo 164 del Código Sustantivo del Trabajo. TERCERA.- LUGAR DE TRABAJO: El lugar de trabajo será en (nombre y dirección del lugar de trabajo) de la ciudad de, y puede ser modificado por acuerdo entre las partes, siempre que las condiciones laborales del trabajador no sufran desmejora o se disminuya su remuneración o le cause perjuicio. CUARTA.- SALARIO: El TRABAJADOR devengará M/C (\$.....), pagaderos en(c), que incluye la remuneración de los descansos dominicales y festivos. QUINTA.- OBLIGACIONES: El TRABAJADOR deberá cumplir con las siguientes obligaciones: a) Colocar al servicio del EMPLEADOR su

capacidad normal de trabajo, de manera exclusiva en el desempeño de las funciones encomendadas y en las labores conexas, según ordenes e instrucciones del empleador o sus representantes. b) Trabajar durante la vigencia del presente contrato única y exclusivamente al servicio del EMPLEADOR. c) Cumplir con la jornada de trabajo dentro de los turnos y horario señalado por el EMPLEADOR. d) Las demás consagradas en el artículo 58 del Código Sustantivo del Trabajo.

SEXTA.- TRABAJO EXTRA, EN DOMINICALES Y FESTIVOS: El trabajo suplementario o en horas extras, así como el trabajo en domingo o festivo en los que deba concederse descanso, será remunerado conforme a la Ley, al igual que los respectivos recargos nocturnos. Es de advertir que dicho trabajo debe ser autorizado por el empleador o sus representantes, para efectos de su reconocimiento.

SÉPTIMA.- JUSTAS CAUSAS PARA DESPEDIR: Son justas causas para dar por terminado unilateralmente el presente contrato, por cualquiera de las partes, las expresadas en los artículos 62 y 63 del Código sustantivo del Trabajo.

OCTAVA.- PERIODO DE PRUEBA: (OPCIONAL) Acuerdan las partes fijar como periodo de prueba los primeros (.....) (días o meses) (d) a partir de la vigencia de este contrato. Durante este periodo las partes pueden dar por terminado unilateralmente el contrato. En el caso de existir prorroga o nuevo contrato entre las partes se entiende que no existirá para esto nuevo periodo de prueba.

NOVENA.- AVISO DE TERMINACIÓN UNILATERAL DEL CONTRATO: Cualquiera de las partes puede dar por terminado el contrato dando aviso a la otra con una anticipación mayor a treinta (30) días de la fecha de vencimiento del periodo contratado. En caso de no producirse tal aviso, o de hacerlo en un termino inferior al establecido, la parte que termina el contrato deberá a la otra, a título de indemnización, el equivalente a treinta (30) días de salario o proporcional al tiempo que falte.

DECIMA.- PRORROGA: Si el aviso de terminación unilateral del contrato no se da o se da con una anticipación menor a treinta (30) días el contrato se prorroga por un periodo igual al inicial, siempre que subsistan las causas que lo originaron y la materia del trabajo.

DECIMA PRIMERA.- El presente contrato reemplaza y deja sin efecto cualquier otro contrato verbal o escrito, que se hubiera celebrado entre las partes con

anterioridad. DECIMA SEGUNDA.- Cualquier modificación al presente contrato debe efectuarse por escrito y anexarse a este documento

Para constancia se firma por las partes, en la ciudad de..... (municipio) a losdías del mes de de 200....

EMPLEADOR

C.C.No.

TRABAJADOR

C.C.No.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- CALLEJAS González, Aquilino, Los Alcances del Control de Gestión, 2002, Director de la especialización de finanzas y Administración Pública.
- Fernández Velasco María Amalia, Legislación Deportiva, 2001
- GARZÓN, R. Guía para construir y formalizar una empresa. Edición: 9 marzo 2006. Departamento de publicación Cámara de Comercio de Bogota, D.C. Colombia.
- CALLEJAS González, Aquilino, Los Alcances del Control de Gestión, 2002, Director de la especialización de finanzas y Administración Pública.
- KOTLER Phillip, Fundamentos del marketing, 2003
- <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/NewsDetail.asp?ID=2665>
Registro Nacional de turismo
- SÁNCHEZ, M. Guía legis para la pequeña empresa 2009. Editores: 5 y 11 edición 1194.
- Barómetro OMT del turismo mundial. Volumen 7 N° 2, Junio 2009 , enero 2010