

**GUIA Y KIT TURISTICO EN LA WEB DE LA CIUDAD DE
CARTAGENA DE INDIAS**

RAFAEL ENRIQUE CARABALLO MEÑACA

JULY DEL C. CAMARGO PEREZ

**UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
MINOR MARKETING ESTRATEGICO
CARTAGENA, D. T. y C.**

2009

**GUIA Y KIT TURISTICO EN LA WEB DE LA CIUDAD DE
CARTAGENA DE INDIAS**

RAFAEL ENRIQUE CARABALLO MEÑACA

JULY DEL C. CAMARGO PEREZ

**Trabajo de grado para obtener el titulo de Administrador de Empresa y profesional en Finanzas y
Negocios Internacionales**

ASESOR.

LUIS CARLOS ARRAUT CAMARGO

INGENIERO INDUSTRIAL

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

MINOR MARKETING ESTRATEGICO

CARTAGENA, D. T. y C.

2009

NOTA DE ACEPTACION

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Cartagena de Indias D. T. y C., 9 de Junio de 2009

Cartagena de Indias D. T. C., 8 de Junio de 2009

AUTORIZACIÓN

Yo, **July Del C. Camargo Pérez** identificada con cedula 1.047.374.178 de Cartagena, autorizo a la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR** para hacer uso del trabajo de grado titulado **“CARTAGENA INTERACTIVA, GUIA Y KIT TURISTICO EN LA WEB DE LA CIUDAD DE CARTAGENA.”**

July Del C. Camargo Pérez

1.047.374.178 de Cartagena

Cartagena de Indias D. T. C., 8 de Junio de 2009

AUTORIZACIÓN

Yo, **RAFAEL ENRIQUE DE JESUS CARABALLO MEÑACA** identificado con cedula 1.128.046.129 de Cartagena, autorizo a la **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR** para hacer uso del trabajo de grado titulado **“CARTAGENA INTERACTIVA, GUIA Y KIT TURISTICO EN LA WEB DE LA CIUDAD DE CARTAGENA.”**

Rafael Enrique Caraballo Meñaca

1.128.046.129 de Cartagena

Cartagena de Indias, D.T. Y C., 8 de Junio de 2009

Señores:

Universidad Tecnológica de Bolívar

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Ciudad.

Estimados Señores:

Un cordial saludo, a través de la presente remitimos a ustedes la Monografía, titulada **“Cartagena Interactiva, Guía y Kit Turístico en la Web de la ciudad de Cartagena”**. Para optar el título de profesional en Finanzas y Negocios Internacionales y Administrador de Empresas.

Atentamente,

RAFAEL E. CARABALLO MEÑACA

CODIGO: T00015739

JULY DEL C. CAMARGO PEREZ

CODIGO: T00014660

Cartagena de Indias D. T. y C. 8 de Junio de 2009

Señores
Universidad Tecnológica de Bolívar
Facultad de ciencias económicas y administrativas
Ciudad.

Estimados señores:

En mi calidad de asesor de la monografía titulada "**CARTAGENA INTERACTIVA, GUÍA Y KIT TURÍSTICO EN LA WEB DE LA CIUDAD DE CARTAGENA**", elaborado por July Camargo Pérez y Rafael Caraballo Meñaca, manifiesto que he participado en la orientación y mejora del trabajo anteriormente mencionado y del cual estoy de acuerdo con los resultados obtenidos.

Cordialmente,

Luis Carlos Arraut Camargo
Ingeniero Industrial

DEDICATORIA.

A Dios gracias por guiarme hasta esta este momento de gran importancia en mi vida, por ayudarme a salir adelante.

Agradezco a mis padres por todo el apoyo que me han brindado, por la confianza y el cariño que me regalan día a día y por enseñarme a ser una gran persona llena de valores, a ser perseverantes y no rendirme ante cualquier obstáculo.

A mis hermanos gracias por estar siempre conmigo apoyándome en todas mis ideas.

A todos los profesores por regalarnos sus conocimientos, a todos nuestros amigos que siempre estuvieron hay con nosotros en especial a Karen y Juliana que fueron un gran apoyo y que nos acompañaron en todo momento.

July Camargo Pérez

DEDICATORIA.

A Dios por darme valor, fuerza y sentido de superación que me han permitido hacer realidad todos mis sueños y alcanzar todas mis metas.

A mis padres y hermanos quienes me han apoyado económica y moralmente para salir adelante a pesar de muchos tropiezos en el camino.

A todas aquellas personas que me han apoyado incondicionalmente y que han contribuido de una u otra forma al logro de mis objetivos.

A todos los profesores por regalarnos sus conocimientos, a todos nuestros amigos que siempre estuvieron hay con nosotros en especial a Karen y Juliana que fueron un gran apoyo y que nos acompañaron en todo momento.

Rafael Caraballo Meñaca

AGRADECIMIENTOS

A Víctor Espinosa por todo el apoyo que nos dio durante nuestra carrera, en especial en la materia Cátedra III ya que nos enseñó como generar y estructurar ideas de negocios innovadoras, como es este trabajo que se ha seguido desarrollando.

A Luis Carlos Arraut, la oportunidad de participar en concursos que nos ayudaron a mejorar nuestro proyecto y a ser personas emprendedoras.

A Lupe Jay por motivarnos a seguir adelante con nuestros proyectos.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION

OBJETIVOS	22
-----------	----

PARTE A: ESTUDIO DE MERCADO	25
-----------------------------	----

1. EL PRODUCTO	25
----------------	----

a. Producto principal	25
-----------------------	----

b. Subproductos	26
-----------------	----

c. Productos sustitutivos	26
---------------------------	----

d. Productos complementarios	27
------------------------------	----

2. EL CONSUMIDOR	27
------------------	----

a. Población	27
--------------	----

b. Ingreso	30
------------	----

c. Factores limitativos de la comercialización	32
------------------------------------------------	----

3. DEMANDA DEL PRODUCTO	32
-------------------------	----

a. Definición de turismo	32
--------------------------	----

b. Características del producto como producto turístico	34
---------------------------------------------------------	----

c. La actividad turística en Cartagena	35
----------------------------------------	----

d. Diagnostico de la situación actual	36
---------------------------------------	----

e. Elasticidad precio	37
-----------------------	----

f. Elasticidad ingreso	38
------------------------	----

g. Competitividad del producto	38
--------------------------------	----

4. PRECIOS DEL PRODUCTO	38
-------------------------	----

5. MERCADO POTENCIAL	39
6. COMERCIALIZACION	40
7. ANALISIS COMPARATIVO	42
8. CONCLUSIONES ESTUDIO DE MERCADO	43
PARTE B: ESTUDIO TECNICO	45
1. ESTUDIO DE LAS MATERIAS PRIMAS	47
a. Clasificación de las materias primas e insumos	47
b. Características de las materias primas	48
I. PHP	48
II. MYSQL	51
III. JAVA	54
IV. J2ME	55
V. Computador (Servidor)	56
VI. Servicio de Internet	57
VII. CD's para la distribución física del programa	57
VIII. Mapas impresos	57
c. Disponibilidad	58
d. Condiciones de abastecimiento	58
2. INGENIERIA DEL PROYECTO	59
a. Características funcionales del sitio	59
b. Prototipo de la estructura del sitio Web	60
3. LOCALIZACION DEL PROYECTO	65
a. Macro localización	65
b. Micro localización	65
4. TAMAÑO DEL PROYECTO	66
a. Factores determinantes del tamaño	66
b. Limitaciones practicas	67

5. BALANCE DE OBRA FISICA	67
6. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TECNICO	69
PARTE C: ESTUDIO ORGANIZACIONAL	71
1. ANTECEDENTES	71
2. PLAN ESTRATEGICO Y OPERATIVO	71
a. PLAN ESTRATEGICO	72
i. Misión	72
ii. Visión	72
iii. Filosofía y valores de la empresa	72
iv. Objetivos	73
v. Estrategia	73
vi. Estructura	76
b. PLAN OPERATIVO	88
3. ASPECTOS LEGALES	88
4. COSTOS DE MANO DE OBRA	92
5. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ORGANIZACIONAL	93

PARTE D: ESTUDIO LEGAL	95
1. PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR	95
a. Registro de soporte lógico (software)	100
I. Tramite del registro de soporte lógico o software ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor	101
2. SOCIEDAD ANONIMA	101
a. Capital en las sociedades anónimas	101
b. Definición de capital autorizado, suscrito y pagado	102
c. Constitución de la sociedad anónima	102
d. Acciones	102
e. Derechos de los accionistas	103
f. Acciones de goce	103
g. Acciones privilegiadas y ordinarias	104
h. Dirección y administración	104
I. Asamblea general de accionistas	104
II. Funciones	105
III. Reuniones	105
IV. Quórum y mayorías decisorias	106
V. Junta directiva	106
VI. Atribuciones	106
VII. Representante legal	107
VIII. Pago de dividendos	107
3. INSCRIPCION EN CAMARA DE COMERCIO DE LA SOCIEDAD	108
a. Requisitos para su inscripción	108
b. Libros que se deben inscribir	109
4. LA LICENCIA DE MYSQL	110

5. LICENCIA COMERCIAL	111
6. TRABAJADORES	112
7. CONCLUSIONES ESTUDIO LEGAL	113
PARTE E: ESTUDIO FINANCIERO	115
1. ESTADO DE RESULTADOS	115
2. BALANCE GENERAL	117
3. CAPITAL DE TRABAJO Y SU VARIACIÓN	119
4. FLUJO DE CAJA LIBRE (FCL)	122
5. FLUJO DE CAJA DEL ACCIONISTA	124
6. ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO	126
7. ESTADO DE CAMBIO EN LA SITUACIÓN FINANCIERA	128
8. CONCLUSIONES ESTUDIO FINANCIERO	129
CONCLUSIONES	130
BIBLIOGRAFIA	132
ANEXOS	134

LISTA DE TABLAS

ESTUDIO DE MERCADO

Tabla 2.1. Índice de ocupación, estadía promedio y tarifa para turistas en la ciudad de Cartagena	29
Tabla 3.1. Llegada de turistas a Colombia	36
Tabla 3.2. Tasa de ocupación hotelera Colombia 2008	37
Tabla 5.1. Mercado y comercialización en Colombia	39
Tabla 7.1 Análisis comparativo	42

LISTA DE GRAFICAS

ESTUDIO DE MERCADO

Grafica 2.1. Nacionalidad de turistas Extranjeros en Colombia	28
Grafica 2.2. Segmento de Mercado	29
Grafica 2.3. Medios de pagos utilizado por los turistas	31
Grafica 2.4. Principales tarjetas de crédito utilizadas	31
Grafico 5.1. Participación viajeros extrajeras por nacionalidad, Diciembre 2008	40

LISTA DE ANEXO

Anexo 1: unidades comuneras de gobierno urbanas, Cartagena ucg #1	134
Anexo 2: Solicitud Inscripción Soporte Lógico	135

INTRODUCCION

Para nuestro país, el turismo se ha convertido en una forma de diversificar los servicios que ofrecemos a países extranjeros, logrando gran importancia en los últimos años, especialmente en la región Caribe y andina.

Aunque algunos años atrás el panorama del turismo fue oscuro, durante los últimos 4 años se vio una recuperación del sector debido principalmente a la política de seguridad democrática del gobierno, a la reactivación económica del país, la excelente infraestructura hotelera y a la diversificación de los productos turísticos.

Hoy en día el boom de la hotelería se soporta en cifras de crecimiento de un 15,3% para los años 2006 y 2007, registrándose una utilidad antes de cargos fijos de un 31% y una creación de 3.200 nuevos empleos directos.

El panorama para la ciudad de Cartagena no es diferente, hoy el turismo se posiciona como el tercer renglón de la economía, del cual depende gran parte de la población.

A pesar de este balance positivo, a nivel internacional la ciudad esta presentado serios problemas de competitividad, dentro de los cuales se destacan: la ciudad se presenta separada del país, es decir, frente a otros destinos que tienen circuitos por todo el país, Cartagena no ofrece mucho campo de acción; adicional a esto es uno de los destinos más caros y poco se conoce internacionalmente, es decir, la ciudad no sale mucho en revistas, comparado con ciudades como Cancún o La Habana.

Teniendo en cuenta la importancia de este sector en la ciudad, diversos entes se han preocupado por desarrollar y mejorar los servicios prestados en el, y es de aquí que nace la idea de un Kit turístico completo que permita dar a conocer los servicios que se ofrecen en la ciudad, enfocados a cada segmento turístico (negocios, ocio, salud, etc.), ampliando así la posibilidad de aumentar el número de visitantes año tras año en Cartagena.

Para la implementación eficaz de cualquier negocio es necesario no solo tener en cuenta los costos o los beneficios del mismo; la implementación eficaz consta de un trabajo más extenso y profundo donde se determina el mercado, las leyes que lo afectan, la posibilidad técnica y financiera de ponerlo en marcha y por supuesto, la estructura organizacional que se va a seguir con dicho proyecto.

Todo proyecto de inversión genera efectos o impactos de naturaleza diversa, directos, indirectos, externos e intangibles. Estos últimos rebasan con mucho las posibilidades de su medición monetaria y sin embargo no considerarlos resulta perjudicial por lo que representan que la población meta para este producto y/o servicio, se vean beneficiadas o afectadas.

Para disminuir la incertidumbre en el proyecto “Cartagena Interactiva”, el estudio se dividirá en cinco (5) partes. La primera parte consiste en el estudio de mercado, donde se define el producto y sus características, el consumidor, la demanda del producto y el mercado potencial, así como la competencia a la que se enfrentaría dicho proyecto; la segunda parte consta del estudio técnico, el cual sirve para hacer un análisis del proceso de producción y del costeo de la prestación del servicio, para lo cual se incluyen definiciones de las materias primas, mano de obra, maquinaria necesaria, plan de producción, inversión requerida, tamaño, localización de las instalaciones y costos de inversión y operación; la tercera parte cuenta con un análisis organizacional que tiene como finalidad determinar la estructura óptima y la forma en que se van a administrar los recursos con que cuente la sociedad, es decir, se deben definir los planes estratégicos y operativos, organigrama, aspectos legales para la constitución de la sociedad y su actuación legal, así como los costos de mano de obra en que se incurriría con el proyecto; la cuarta parte se basa en el estudio legal, donde se pretende estudiar las diferentes reglamentaciones necesarias para la constitución legal del proyecto y de la empresa que lo desarrollará con el fin de generar empleo y desarrollar competitividad del turismo local como nacional e internacionalmente a través de la página de Internet del programa

interactivo; finalmente se encuentra el estudio financiero, en el que se analizan costos, gastos, utilidades, dividendos, entre otros rubros que permitirán al inversionista determinar si el proyecto es rentable y si vale la pena su puesta en marcha.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un proyecto basado en un Kit turístico orientado las empresas que prestan servicio de turismo en la ciudad de Cartagena, con el fin de poder crear un enlace entre estos y el cliente potencial, ya sea nacional o internacional. Trabajando con entes como la alcaldía distrital y asociaciones turísticas se logra la implementación de productos que den a conocer a la ciudad y sus principales atractivos, aumentando así el potencial económico y de visitantes que traerían consigo un mayor nivel de desarrollo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. identificar las características y servicios del Kit turístico que contribuirán a aumentar la competitividad turística de la ciudad de Cartagena, que conlleve a la creación de nuevos sectores de desarrollo en la ciudad de Cartagena, por medio de empresas que cuenten con principios de innovación constante y descubrimiento de nuevos y exitosos mercados.
2. Analizar la factibilidad de mercado del kit turístico a través de un estudio detallado del servicio, el consumidor objetivo, la competencia, los precios y los canales de distribución, lo que permita proyectar un aumento del índice de crecimiento del turismo internacional en la ciudad de Cartagena.
3. Determinar una propuesta técnica que fije las bases para una relación satisfactoria entre los costos a incurrir, la disponibilidad de materia prima, los factores limitativos y el tamaño necesario para el desarrollo del plan.

4. Establecer el modelo organizacional optimo que permita la puesta en marcha del proyecto “Guía Turística en la Web de la Ciudad de Cartagena”.
5. fijar los procedimientos legales necesarios para la creación y puesta en marcha del software y la empresa “Cartagena Interactiva S.A.”
6. determinar a través de los diferentes estados financieros, como el estado de resultados, el balance general, el flujo de caja libre, entre otros, la factibilidad que representa para el accionista la puesta en marcha del proyecto en la ciudad de Cartagena de Indias.

ESTUDIO DE MERCADO

ESTUDIO DE MERCADO

La ciudad de Cartagena ha sido reconocida por la UNESCO como patrimonio histórico y cultural de la Humanidad, adicionalmente se ha constituido en uno de los principales sitios turísticos a nivel nacional puesto que ofrece niveles altos de calidad además de características exclusivas.

Teniendo en cuenta que el turismo es uno de los principales renglones económicos para la ciudad, se hace imperioso dar a conocer la ciudad a nivel internacional para dinamizar este importante sector.

A continuación se realiza un análisis de factibilidad de mercado, teniendo en cuenta el producto, el consumidor, la demanda del producto, la oferta y precios del producto, el mercado potencial y la comercialización del proyecto.

1. EL PRODUCTO

- a. **Producto principal:** el producto es un kit turístico que consta principalmente de un software que será descargado desde nuestra pagina web: www.cartagenainteractiva.com , luego de un pago, por los usuarios a su celular o computador. Otra variación del kit será con su venta en medio magnético (Cd) y un mapa vial impreso de la ciudad de Cartagena.

La información que se encontrara en la pagina web siguiente (El software y el Cd contendrán la misma información), entre la que se tiene:

- Mapa interactivo de la ciudad, donde se muestre de los principales barrios (Barrios de la unidad comunera de gobierno #1 en Cartagena¹, ver anexo 1: mapa Unidad Comunera de Gobierno Urbana #1) las calles, restaurantes,

¹ CARTILLA: Cartagena de Indias, Localidades, territorio y población, pagina 10. Los barrios que la componen (13) son: Castillo Grande, Laguito, Bocagrande, Centro, Chambacu, La Matuna, Getsemaní, San Diego, El Cabrero, Marbella, Crespo, Pie de la Popa y Manga.

hoteles, tiendas y lugares históricos y culturales de la ciudad. En cada lugar (hotel, tienda para compras, restaurante, bares, etc.) en que el turista haga clic se abrirá un cuadro con una reseña del lugar, características, promedio de precios (pesos, dólares, euros) y recomendaciones para el turista.

- Adicionalmente se agregará una agenda donde el turista señala los lugares que quiere visitar y se le calculan automáticamente los tiempos promedio de recorrido desde el lugar de partida que determine hasta dichos sitios.
- Reseña histórica de Cartagena.
- Características culturales, idiomáticas, climáticas, gastronómicas.
- Recomendaciones para antes de viajar y durante el viaje.
- Recomendaciones de lugares donde pueden alquilar carros, guías turísticos certificados, vuelos y reservas on line y direcciones de embajadas y consulados.
- Top 10 de los mejores lugares a visitar, es decir, los 10 mejores restaurantes de la ciudad, los 10 mejores hoteles, los 10 mejores bares de la ciudad y así sucesivamente.

El mapa impreso contendrá información de las vías y calles de Cartagena, además de los principales sitios turísticos que podrán visitar los turistas.

Dicho kit turístico vendrá en cinco (5) idiomas diferentes: español, inglés, alemán, italiano y mandarín, los cuales corresponden a la mayoría de turistas internacionales que llegan a la ciudad de Cartagena.

Adicionalmente, gracias a la publicidad que se le harían a los “Top 10”, el kit sería financiado en gran parte por los mismos beneficiarios del turismo en la ciudad.

- b. Subproductos:** Del producto principal no se obtienen subproductos específicos.
- c. Productos sustitutos:** como sustituto del kit turístico se tiene el libro “Guía de Rutas por Colombia”, que a pesar de su importancia, sólo posee informes

generalizados de las ciudades, pero no información amplia de nuestra ciudad, que es la vitrina turística de Colombia.

Otros sustitutos serían las revistas y folletos que se dan en los aviones o cruceros que llegan a la ciudad, pero por su limitación de espacio, la información no es completa y poco ayudan a que el turista conozca a fondo la ciudad.

Las páginas de internet son otro sustituto importante del producto, sin embargo, nuestro producto tiene la ventaja de venir enfocado hacia los gustos y preferencias de los tipos de turistas internacionales, con múltiples idiomas y con servicios únicos que no se encuentran en estas páginas web, como es la posibilidad de descargar el programa en el celular y así ofrecer mayor facilidad de obtener la información en el momento que el cliente la necesite.

- d. Productos complementarios:** el producto puede ser complementario del libro “Guías de Rutas Por Colombia” para consolidar la posición de preferencia ante los turistas nacionales, así como también puede ofrecerse en las conferencias, ferias y en los paquetes turísticos que ofrecen las agencias de viajes para ampliar el conocimiento de la ciudad por parte del turista internacional.

2. EL CONSUMIDOR

- a. Población:** en Colombia para el año 2004, la mayor proporción de pasajeros internacionales ingresaron por vía aérea (47,3%)², incrementando en 14,1% promedio anual.

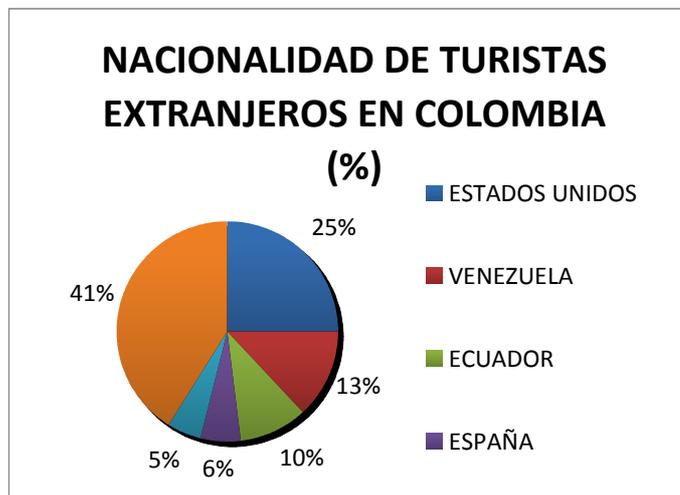
La ciudad de Cartagena presenta un promedio anual de 250.000 visitantes internacionales y nacionales; por vía aérea, desde el mes de enero hasta diciembre del 2008, la ciudad de Cartagena recibió **206.691** pasajeros internacionales, mientras que por vía marítima en el 2008 se recibieron poco más de 130 cruceros con un promedio de 1.700 personas. Adicional a esto, se

² FUENTE: ministerio de Comercio, Industria y Turismo (indicadores de calidad 2008)

han adelantado convenios con las navieras más importantes del mundo dentro del sector turístico, lo que proyecta una visita de 200 cruceros (de dos a tres cruceros por semana) para el 2009, entre los que se incluyen los cruceros de Walt Disney y Royal Caribbean, lo cual le puede representar más de 44 millones de dólares a la economía Cartagenera por temporada.

Las nacionalidades de los turistas extranjeros están dados según los siguientes porcentajes³, (ver grafica 2.1)

Grafica 2.1



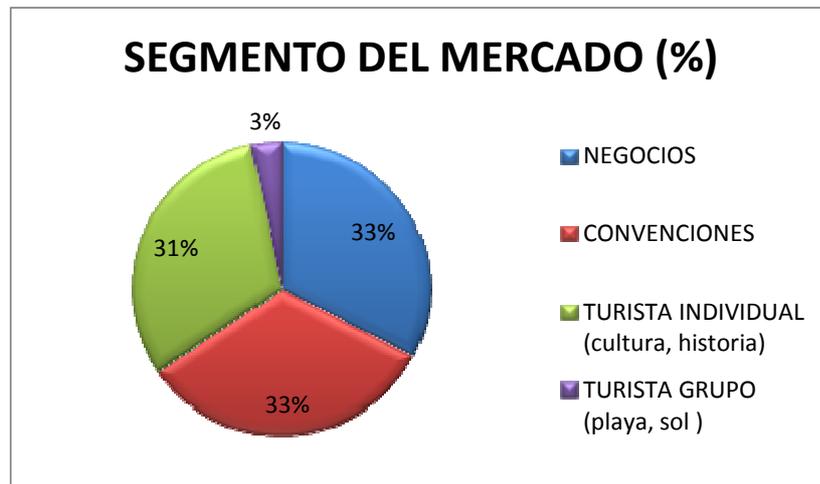
Fuente: DAS (consolidado de enero a febrero de 2007)

Es importante reconocer que la ciudad no posee una gran fuerza competitiva frente a otras ciudades del Caribe, por lo que su principal mercado es el turista nacional, sin embargo, es el turista internacional el que invierte y mueve más la economía en este sector. El Origen del mercado para la ciudad está dado así: el mercado domestico representa el 55.9% y el mercado extranjero el 44.1% del total de visitantes de la ciudad.

³ FUENTE: DAS (consolidado de enero a febrero de 2007)

Otro aspecto importante es la motivación que tienen para visitar la ciudad, como se observa en la grafica 2.2.

Grafica 2.2



Fuente: DAS (consolidado de enero a febrero de 2007)

El índice de alojamiento, es decir, huéspedes por habitación alquilada es de 1.77 personas, la estadía promedio de los turistas internacionales es de 2.86 días y es notorio el aumento sustancial de las tarifas promedio entre el año 2005 y 2006⁴. (ver tabla 2.1).

Tabla 2.1: Índice de Ocupación, estadía promedio y tarifas para turistas en la ciudad de Cartagena.

	Índice de ocupación (huéspedes por habitación)	Estadía noches	Tarifa promedio 2007	Tarifa promedio 2006
Cartagena	1.77	2.86	\$ 354.952 pesos	\$ 266.333 pesos

⁴ COTELCO, Operación Hotelera En Colombia (2007)

b. Ingreso: teniendo en cuenta la grafica 2.1, cerca del 60% de turistas internacionales provienen de los Estados Unidos y de países Europeos, los cuales poseen un ingreso per cápita alto en referencia con nuestro país. En promedio un turista gasta entre 100 y 160 dólares diarios incluyendo hotel, alimentación, transporte y gastos varios.

Para efectos del estudio se toma como principal referencia el crecimiento del PIB del país y el nivel de ingresos per cápita para el año 2007 de los estadounidenses, así como del segmento “otros” (grafica 2.1) que se refiere a Chinos, Alemanes e Italianos, pues son estos los que ocupan una mayor proporción del total de turistas extranjeros.

El ingreso per cápita de un americano es de \$ 46.541 dólares anuales y se posiciona en el primer lugar a nivel mundial por su Producto Interno Bruto (PIB) con un crecimiento para el año 2008 del 2.2%.

El Producto interno bruto per cápita de Alemania es de \$35.392 dólares anuales, y el país se posiciona en la quinta posición a nivel mundial por su PIB, además su crecimiento es del 1.0%.

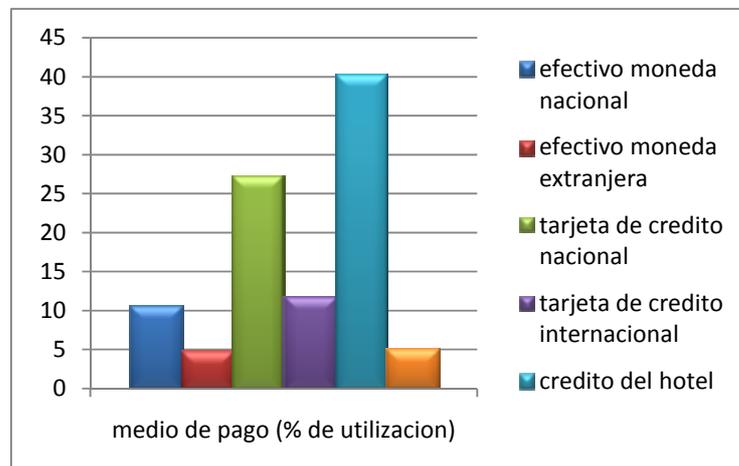
El ingreso promedio de un italiano es de \$31.022 dólares anuales, mientras que el PIB del país está ubicado en el puesto 31 a nivel mundial, con un crecimiento en el año 2008 de 0.5%.

El ingreso promedio per cápita en China es de \$5.869 dólares anuales, en relación a su PIB se encuentra en la posición 103 y tuvo un crecimiento en el 2008 de un 9%.

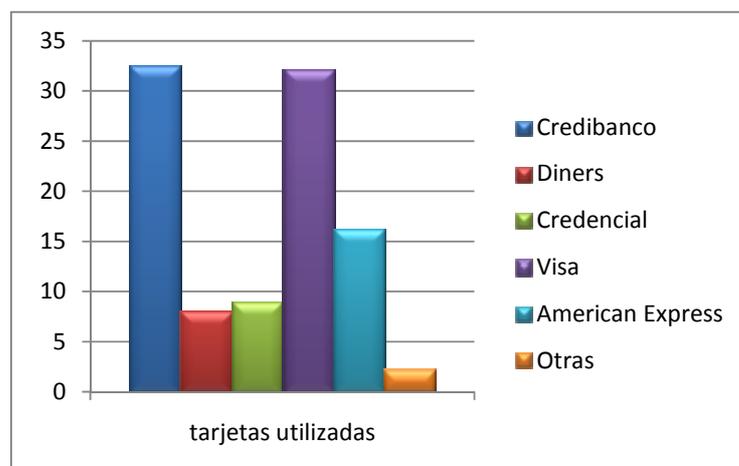
Al ser provenientes en su mayoría de países con economías fuertes y de gran crecimiento, es de esperarse que su ingreso no disminuya considerablemente y que su capacidad adquisitiva y de gasto en nuestra ciudad se mantenga constante.

Los medios de pago principales por dichos turistas se muestran en la grafica 2.3 y las principales tarjetas de crédito utilizadas se muestran en la grafica 2.4.

Grafica 2.3



Grafica 2.4



- c. **Factores limitativos de la comercialización:** un factor limitativo de la comercialización podría ser el idioma de los turistas, puesto que al ser de diversas nacionalidades, es de esperarse que posean distintos idiomas. Para evitar este inconveniente la guía vendrá en los cinco principales idiomas de los países que más visitan la ciudad de Cartagena, es decir, inglés, español, alemán, mandarín e italiano.

Así mismo, el software será registrado debidamente ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor para evitar problemas legales que prohíban su comercialización.

3. DEMANDA DEL PRODUCTO

La demanda de este producto a ofrecer, se mueve en dos vías, la de los turistas, que son los clientes finales de la guía turística siendo un total de 200.000, que representan el 80% de turistas que visitan Cartagena cada año, y por otro lado se encuentra la demanda de las empresas que desean ofertar sus productos en nuestra página, las cuales estarían repartidas de la siguiente manera: 130 hoteles, 250 restaurantes, 19 estaciones de taxi, 14 librerías, 4 casinos y 60 discotecas, para la obtención de estos datos solo se tiene en cuenta los lugares ubicados en la unidad comunera de gobierno # 1 (VER: anexo #1) la cual es la más visitada por los turistas.

a. **Definición de turismo:**

Para empezar a definir la demanda, hay que advertir que la definición de turismo encierra gran cantidad de imprecisiones. La definición que se ha adoptado por parte de organización Mundial de turismo es la siguiente: “es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto

que dichos desplazamientos no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal”.⁵

Aquí se determinan las cantidades del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del bien, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro.

En la conceptualización anterior no se hace referencia al tiempo mínimo de permanencia que se tiene en cuenta para definir a un visitante como turista. Además, las personas que viajan por motivos de negocios, están excluidas de la definición.

Tomando como base la conferencia de las naciones unidas sobre el turismo, se define a los turistas como aquellos “visitantes temporales a un país en el que estén por lo menos 24 horas por motivo de placer o de negocios”⁶. En este concepto se hace referencia a un lapso de tiempo que se toma como base para la definición de turista, pero, a diferencia de la anterior, se consideran turistas también a los viajeros de negocios.

La definición de turismo entonces abarca más de lo que tradicionalmente se ha considerado. En esta última conceptualización, se definen como turistas no solo

⁵ FIGUEROLA, Manuel; Manual PARA EL ESTUDIO DE LA ECONOMIA TURISTICA EN EL AMBITO MACROECONOMICO: Madrid España; organización mundial del turismo.

⁶ BULL, Adrian; la economía del sector turístico; Madrid; España, Alianza editorial; 1994: p12

aquellas personas que viajan por el deseo de tomar unas vacaciones, sino aquellas cuyo móvil es de origen comercial o financiero.

El turismo presenta ciertos elementos característicos, entre los que se puede señalar la implicación de:

- Un gasto de ingreso en un lugar diferente a aquel en el cual se generó.
- Desplazamiento temporal, fuera de la zona habitual de residencia.

b. Características del producto como producto turístico.

Como ya se ha anotado, no existe consenso frente al significado del turismo. En general es una actividad humana, que implica un viaje de esparcimiento, diversión o descanso.

Así mismo, desde la óptica de la “producción de turismo” se encuentra un problema de indefinición, ya que el turismo no es un producto físico, sino un paquete de bienes y servicios que entran a conformar tal “producto”. En esa medida, la producción de turismo está siendo desarrollada por un conjunto de agentes que implican incluso al turista en sí.

Para efectos del tratamiento de la producción de turismo se puede mencionar que esta se compone, a grandes rasgos, de los siguientes elementos:

- Viaje: servicio que proveen las empresas de transporte, ya sea terrestre, aéreo, o marítimo
- Alojamiento: servicio que proveen los consorcios hoteleros y en algunos casos, los habitantes de la zona.

- Atracciones naturales: bosque, playas, ríos, mares, paisajes, fauna y flora típica.
- Atracciones no naturales: infraestructura creada para el disfrute de los turistas, tal como los museos, los monumentos históricos, las construcciones antiguas, los lugares deportivos.
- Servicios complementarios: comidas típicas, guías turísticos, compras, recorrido o excursiones por la zonas, folletos o recordatorios

El Kit de turismo que se desea producir, se considera como un servicio complementario de la actividad turística en Cartagena, lo cual hace que sea un producto muy apetecido por los viajeros, pues es un perfecto complemento para su viaje y puede cubrir todos los elementos que componen la producción de turismo.

c. La actividad turística en Cartagena

Cartagena por su posición geográfica, dada su cercanía con el mar Caribe, y su patrimonio histórico y cultural, ha sido un sitio ideal para practicar la actividad turística desde hace ya varios años.

El moderno muelle de manga, es donde actualmente llegan buques cargueros y cruceros turísticos de diversas procedencias, siguiendo el mismo itinerario todos los años: los países del hemisferio norte aumentan su turismo al empezar la ola de frío hacia el mes de octubre y la disminuyen al entrar la primavera en mayo.

En 1985, Cartagena fue declarada por la UNESCO patrimonio cultural de la humanidad, lo cual le dio un mayor prestigio a nivel internacional. En este año comenzaron los vuelos chárter de turistas canadienses hacia Colombia, siendo

Cartagena la ciudad más beneficiada, pues el 92% de ellos escogieron a la ciudad heroica por sus atractivos arquitectónicos y paisajísticos.

La oferta hotelera de Cartagena en los últimos años se ha ampliado un 50%, contando con más de 5000 habitaciones, destacándose el aumento de los hoteles de alta categoría. Además, se descentralizó la actividad hotelera, que se había concentrado en el sector de Bocagrande, hacia el sector amurallado.

TABLA 3.1

Llegada de Turistas a Colombia

	2003	2004	2005	2006
DAS Aéreo*	550.654	700.891	833.550	935.853
DAS Terrestre	72.596	88.092	97.260	116.264
Banco de la República Terrestre	386.436	689.262	357.021	875.530
Cruceros	42.609	49.284	48.115	50.496
Total	1.052.295	1.527.529	1.335.946	1.978.143

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

* Corresponde a los datos de llegada de pasajeros con motivo de visita: Turismo.

d. Diagnostico de la situación actual

Las características naturales de Cartagena, el patrimonio histórico, el desarrollo de la capacidad hotelera con establecimientos de primera calidad y la infraestructura para congresos y convenciones, la convierten en la principal ciudad turística del país, y le dan la posibilidad para convertirse en un destino turístico importante en el mundo.

Tabla 3.2

Tasa de ocupación hotelera

Colombia - 2008

Antioquia	51.1
Barranquilla	56.7
Atlántico Comercial	52.9
Bogotá D.C.	64.3
Boyacá	40.6
Cafetera	43.0
Cartagena	60.7
Influencia Bogotá	49.9
Norte de Santander	58.1
Santander	52.3
San Andrés	61.4
Santa Marta	41.2
Sur Occidental	38.3
Valle del Cauca	44.6

Fuente: cotelco

e. Elasticidad precio

Q1=250000

Q2=200000

P1=19800

P2=29700

EP= 0,25/0,5=0,5

La demanda del precio, por medio de los cálculos hecho arrojo un resultado que puede decidirse como una demanda elástica del bien.

f. Elasticidad ingreso

$$EI = 0,25 / 0,55 = 0,45$$

Los ingresos tomados para este cálculo son los gastos promedios de los turistas en la ciudad, que están entre 100 y 160 dolares.

g. Competitividad del producto

Este producto se hace competitivo en la medida que sea capaz de actualizarse y proporcionar información al público sobre todos los lugares que se pueden visitar en Cartagena y proporcionando datos que puedan cumplir con todas las necesidades y preferencias de los usuarios.

4. PRECIOS DEL PRODUCTO

El precio del producto será fijado en función del costo de producción y de precios de productos similares en el mercado, de esta forma, se determina que el precio de venta al consumidor directo estará dado entre 10 y 15 dólares por kit, pues con dicho valor se recupera en un tiempo la inversión inicial, se obtienen utilidades y es un precio similar a los productos (Guías de Rutas, Revistas) que se ofrecen para este tipo de turistas.

Para los lugares como librerías, renta car, agencias de viaje, entre otros, se les aplicara un descuento del 10% sobre el valor total de los kit que adquieran, de manera que de este porcentaje puedan obtener su utilidad de venta.

5. MERCADO POTENCIAL

Este producto será ofrecido a un 80% (extranjeros) del total de turistas que viajan a nuestra ciudad, lo que arrojaría una cifra de 200.000 personas. Hoy en día los turistas que visitan la ciudad, se encuentran distribuidos así: Turista de negocio 32.6%, Turista por convenciones 32.9%, Turista individual 31.4% y Turista grupo 3.1% (ver tabla 5.1).

Tabla 5.1

MERCADO Y COMERCIALIZACION

Concepto / zona	Antioquia	Atlántico Comercial	Barranquilla	Bogotá	Boyacá	Cafetera	Cartagena
ORIGEN DEL MERCADO							
Doméstico	75.8	96.0	89.4	45.4	93.3	92.9	55.9
Extranjero	24.2	4.0	10.6	54.6	6.7	7.1	44.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
SEGMENTO DEL MERCADO							
Negocios	52.1	84.3	80.4	86.8	20.8	54.2	32.6
Convenciones	22.5	3.8	9.5	3.8	31.2	8.0	32.9
Turista individual	14.4	8.6	8.9	5.0	41.3	12.7	31.4
Turista grupo	11.0	3.3	1.2	4.4	6.7	25.1	3.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Porcentaje de reservas	83.2	63.5	78.2	84.1	62.2	84.0	90.2
GESTION DE RESERVAS							
Directo al hotel	68.4	73.0	58.1	66.7	72.1	49.0	36.4
Oficina de representación	8.0	1.7	-	10.7	10.7	17.1	20.3
Agencia de viajes	8.4	17.2	2.6	8.4	5.8	24.8	32.9
Aerolíneas	6.3	3.5	1.4	7.0	-	2.9	4.3
Sistema de reservas	8.9	4.6	37.9	7.3	11.4	6.2	6.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
MEDIOS DE PAGO							
Efectivo moneda nacional	15.8	25.8	35.0	12.5	55.9	33.0	10.6
Efectivo moneda extranjera	4.2	0.3	0.1	2.7	0.4	1.0	4.8
Tarjeta de credito nacional	28.2	29.6	16.4	25.7	24.6	25.7	27.2
Tarjeta de credito internacional	6.4	3.5	3.2	17.2	2.1	2.5	11.9
Credito del hotel	44.2	19.9	44.6	41.3	14.9	34.9	40.3
Voucher	1.2	20.8	0.7	0.7	2.1	2.9	5.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
UTILIZACION TARJETAS							
Credibanco	10.1	12.6	21.9	16.8	22.0	10.4	32.4
Diners	6.7	6.9	3.8	3.4	15.9	7.2	8.1
Credencial	6.2	10.9	5.4	3.9	9.3	25.2	9.1
Visa	49.9	37.1	64.0	36.2	41.6	38.0	32.0
American Express	17.5	13.8	4.9	26.2	5.3	8.3	16.2
Otras	9.5	18.6	-	13.5	5.9	10.9	2.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Asociación Hotelera de Colombia – COTELCO

Lo cual hace que se pueda proporcionar a una gran cantidad de turistas, sobre todo a los que vienen procedentes de cruceros y viajes por convenciones e individuales. Solo se tiene en cuenta un pequeño porcentaje de los turistas que visitan la ciudad por negocio, pues

estos la mayoría de las veces no desean conocer la ciudad o no cuentan con el tiempo suficiente para hacerlo.

Grafico 5.1



*Cifras preliminares
Fuente: DAS – Cálculos Viceministerio de Turismo

6. COMERCIALIZACIÓN

La comercialización del kit turístico se ejecutará de diferentes maneras, puesto que no sólo queremos prestar un servicio al turista que esté de visita, sino que también queremos dar a conocer los productos que hacen competitiva nuestra ciudad ante otros países, esperando que a través de ferias y congresos se publicite Cartagena de Indias y se vea reflejado con una mayor tasa de crecimiento del turismo⁷.

⁷ Se utilizan para la comercialización los principales medios de contacto de los clientes (visitantes internacionales) con el destino, así pues, la primera relación que tienen los turistas de información de la ciudad está dada en los siguientes porcentajes obtenidos por COTELCO: directamente con el hotel (36.4%),

De esta forma, el kit turístico se venderá:

- A nivel de consumidores: se pondrá a disposición de la Sociedad Portuaria de Cartagena, del Aeropuerto Rafael Núñez, principales librerías, renta car de la ciudad y Hoteles el kit turístico para que pueda ser adquirido directamente por los turistas que se encuentran en la ciudad. Se escogen estos lugares específicos, puesto que son los principales lugares a los que llega o se dirige un turista en busca de información. Estos sitios adquirirán el producto con un descuento, siendo la diferencia entre el precio de venta y el precio de adquisición, la utilidad que obtendrán por la venta del mismo.
- A nivel mayorista: la Alcaldía de Cartagena, los gremios turísticos (COTELCO y ANATO) y las agencias de viajes vienen realizando campañas, ferias y congresos tanto en la ciudad como en el exterior, con el fin de aumentar el número de turistas hacia la ciudad. Teniendo en cuenta que el turismo es uno de los principales renglones económicos, es imperioso realizar y comercializar proyectos como el kit turístico directamente en los países de mercado potencial, para dar a conocer y atraer nuevos viajeros y fortalecer la economía en este sector. De tal forma, el producto será exhibido y comercializado en stands en las diferentes ferias internacionales, ya sea directamente porque nuestra empresa adquiere un stand o indirectamente cuando se le venden cierto número de ejemplares a las agencias.

El empaque del producto está dado de diferentes formas teniendo en cuenta sus características de comercialización, así pues, el servicio de software será descargado directamente por nuestra página de internet, por lo que no necesitara empaque alguno;

con las Oficinas de representación (20.3%), con las Agencias de viajes (32.9%), mientras que con las aerolíneas y sistemas de reservas tienen un contacto de (10.5%).

mientras que el medio magnético (CD) vendrá en una caja impresa con motivos y paisajes colombianos, en la tapa A estará el Cd y en la tapa B estará en mapa vial impreso doblado.

La publicidad se dará gratuitamente por nuestra página www.cartagenainteractiva.com, a la Alcaldía de Cartagena, COTELCO Y ANATO ya que son entidades que apoyarían parte del proyecto en caso de que quieran tener un mayor beneficio, participación y publicidad tendrá un costo adicional. Así mismo, se harán afiches publicitarios que estarán ubicados en los lugares de venta en la ciudad.

7. ANALISIS COMPARATIVO

Tabla 7.1

	Contenido	http://www.donde.com.co/	http://www.cartagenainteractiva.com.co/	http://www.cancun.caribemexicano.com
Análisis Comparativo	Inicio	x	x	x
	Sitios de Interés	x	x	x
	Noticias	x	x	-
	Sitios Históricos	x (incluido en Sitios de interés no tan detallados)	x (Opción Independiente más específico)	x
	Hotelería	x	x	x
	Gastronomía	x	x	x
	Presupuesto	-	x	-
	Diversión	x	x	x
	Programación Recomendada	-	x (Planes por días)	-
	Galería	x	x	x
	Mapas del sitio	x	x	x
	Top 10	-	x	-
	Agenda Turística	x	x	x
	Mapa Interactivo de la Ciudad	x	x (pequeña descripción con link adjunto)	x
	Historia	-	x	x
	Festividades	x	x	x
	Aerolíneas	x	x	x
	agencias	x	x	x
	Idiomas	-	x (5 Idiomas)	x (4 Idiomas)
	Recomendaciones	-	x	x
	Directorio Interno	x	x	x
	Eventos Recomendados	x	x (de acuerdo al tipo de turismo)	x
	Chat Interactivo	-	x	x
	Registro	x	x	x
Software Descargable	-	x	-	
Arma tu viaje	-	-	x	

En la tabla 7.1 se hace un analisis comparativo de una de las páginas mas reconocidas en la ciudad de Cartagena y la mas importante en la ciudad de Cancun – Mexico frente a nuestra pagina web Cartagena Interactiva.

Se realizo un analisis detallado de las dos páginas ya existentes para ver su contenido y comprarla con lo que se ofrece en nuestra web, de acuerdo a esto se llego a la conclusión que nuestro producto es realmente completo y tiene mucho mas contenido especifico que sirve de mas ayuda a los turistas y por ende es mas competitivo y el indice de factibilidad es mayor lo que nos indica que el proyecto es viable.

8. CONCLUSION ESTUDIO DE MERCADO

La ciudad de Cartagena hoy en día no cuenta con servicios promocionales del turismo claro y definido, sólo existen los paquetes que desean ofrecer las agencias de viaje y los hoteles. No existe un producto como tal que le pueda indicar al turista como poder realizar una excursión y poder escoger el servicio de su gusto y preferencia con características de alta tecnología.

Esto hace necesario que se cuente con un programa actualizado e interactivo que este en la capacidad de proporcionar al visitante toda la información que este desee obtener sobre la ciudad.

Teniendo en cuenta las características del consumidor (ingreso, gustos, preferencias) al que va dirigido, se puede determinar que hay un mercado latente que podría adquirir el servicio que se presta con nuestro kit turístico.

ESTUDIO TECNICO

ESTUDIO TECNICO

El servicio que se desea prestar se encuentra conformado por dos tipos de aplicaciones, la primera consta de una página de Internet, en la cual se encontraran publicitados los diferentes hoteles, restaurantes, sitios de atracción, estaciones de vehículos de transporte de personal, etc., la cual servirá como especie de páginas amarillas de Cartagena en la Web. Esta página servirá también como gancho para mostrar al público a modo de vista previa la otra aplicación que conforma este servicio; la cual está constituida por un programa interactivo de turismo, el cual mostrará de manera detallada y completa toda la información sobre Cartagena y los sitios de interés que un turista promedio desearía visitar, este se encuentra conformado por agendas que se programaran de acuerdo a los días que el turista desee visitar la ciudad y de acuerdo al presupuesto que este posea, lo cual lo convierte en un producto muy competitivo en el mercado pues el turista tendrá la oportunidad de revisar tarifas de los diferentes lugares que se encuentran incluidos en este producto y así poder presupuestar su viaje, y al tener el turista más información sobre un país o una ciudad, existirán mayores posibilidades que este lo visite.

El programa se encontrará ubicado como link en la página de Internet, es un programa compatible con equipos de última tecnología, apto para ser descargado a estos equipos, e interactuar fácilmente sobre él.

En esta página de Internet esta creada especialmente para que el cliente potencial pueda visualizar los beneficios del producto y pueda disfrutar de las ayudas del programa antes de tomar la decisión de descargarlo en su totalidad, el cliente podrá interactuar sobre él en cualquier momento que lo desee sin costo alguno, pero este no podrá archivarse en el PC o en cualquier otro equipo, sin antes descargarlo por medio de la pagina, insertando un link que tendrá un costo el cual le dará el derecho de descargarlo y poder utilizarlo en un dispositivo móvil.

Por otra parte este programa también podrá ser adquirido en medio magnético, junto con un mapa impreso de la ciudad, el cual se podrá obtener en los sitios en donde hallan mayor afluencia de turistas, como por ejemplo los muelles en donde atracan los cruceros internacionales, aeropuertos y terminales de transporte terrestre.

El proceso de producción, para el caso de creación de este producto y servicio, está conformado por las materias primas que se enumeran a continuación. Cabe destacar que, el proceso productivo se clasifica en función de la demanda

Este proyecto hará que las empresas de turismo tengan una ventaja competitiva, ya que representa una buena alternativa para que los empresarios puedan acercar sus productos y servicios a más clientes potenciales, tanto en Colombia como en el mundo.

El proyecto Web consiste básicamente en un sitio en el ciberespacio integrador de productos y servicios de turismo, que permite a los dueños de negocio presentar sus productos y servicios de manera ordenada y atractiva ante los diferentes clientes potenciales a nivel mundial. Las empresas de turismo podrán negociar e interactuar con sus clientes a través de esta página, puesto que se encuentra creada con enlaces directos, empresa – clientes, de manera opcional y con un costo adicional ampliar sus actividades de negocio tradicional incursionando en el área del comercio electrónico.

El hecho de presentar sus productos y servicios con otras empresas y personas hará que los usuarios encuentren en un solo sitio todo lo que está buscando de manera rápida y cómoda. Las características de diseño del sitio Web integrador clasifica de manera categórica todos los productos y servicios, de manera que el usuario solo debe digitar o seleccionar el producto y/o servicio y se desplegarán las propuestas potenciales que la pagina ofrece sobre determinado producto o servicio.

Todo esto se presenta en un esquema de diseño estándar para la página de turismo, lo que permite a los usuarios sentirse cómodo en un ambiente homogéneo y fácil de usar.

Los encargados del mantenimiento de esta página y de este programa, actualizarán la información mensualmente de manera fácil y segura, a través del soporte y mantenimiento que ofrecen los administradores del sitio Web con el fin de garantizar su competitividad en el mercado.

Los usuarios que descarguen este programa en sus equipos móviles, recibirán las actualizaciones mensualmente, con solo conectarse a Internet desde su equipo.

1. ESTUDIO DE LAS MATERIAS PRIMAS

a. Clasificación de las materias primas e insumos

Las materias primas para la creación de la página y del programa, estarían conformadas por un computador con servicio de Internet, que hace las veces de servidor.

Se hace necesario obtener ciertos programas para la creación de la página y del programa, que serían los programas:

- PHP
- MYSQYL
- Plataforma de JAVA (J2ME).

Por otro lado en la parte humana para la programación de estos programas, se necesitaría un ingeniero de sistemas y un diseñador gráfico.

Para la parte de consecución de información visual, que se colgará en el programa y en la página, se requiere el trabajo especializado de un camarógrafo y un fotógrafo.

b. Características de las materias primas

I. PHP⁸

PHP es un lenguaje de programación interpretado usado normalmente para la creación de páginas Web dinámicas. PHP es un acrónimo recursivo que significa "PHP Hypertext Pre-processor" (inicialmente PHP Tools, o, Personal Home Page Tools). Actualmente también se puede utilizar para la creación de otros tipos de programas incluyendo aplicaciones con interfaz gráfica usando las bibliotecas Qt o GTK+.

El gran parecido que posee PHP con los lenguajes más comunes de programación estructurada, como C y Perl, permiten a la mayoría de los programadores crear aplicaciones complejas con una curva de aprendizaje muy corta. También les permite involucrarse con aplicaciones de contenido dinámico sin tener que aprender todo un nuevo grupo de funciones.

Cuando el cliente hace una petición al servidor para que le envíe una página Web, el servidor ejecuta el intérprete de PHP. Éste procesa el script solicitado que generará el contenido de manera dinámica (por ejemplo obteniendo información de una base de datos). El resultado es enviado por el intérprete al servidor, quien a su vez se lo envía al cliente. Mediante extensiones es también posible la generación de archivos PDF, Adobe Flash Player, así como imágenes en diferentes formatos.

Permite la conexión a diferentes tipos de servidores de bases de datos tales como MySQL, Postgres, Oracle, ODBC, DB2, Microsoft SQL Server, Firebird y SQLite.

PHP también tiene la capacidad de ser ejecutado en la mayoría de los sistemas operativos, tales como UNIX (y de ese tipo, como Linux o Mac OS X) y Windows, y puede interactuar con los servidores de Web más populares ya que existe en versión CGI, módulo para Apache, e ISAPI.

⁸PHP. <http://es.wikipedia.org/wiki/.php>

Usos de PHP⁹

Los principales usos del PHP son los siguientes:

- Programación de páginas Web dinámicas, habitualmente en combinación con el motor de base datos MySQL, aunque cuenta con soporte nativo para otros motores, incluyendo el estándar ODBC, lo que amplía en gran medida sus posibilidades de conexión.
- Programación en consola, al estilo de Perl o Shell scripting.
- Creación de aplicaciones gráficas independientes del navegador, por medio de la combinación de PHP y Qt/GTK+, lo que permite desarrollar aplicaciones de escritorio en los sistemas operativos en los que está soportado.

Características de PHP¹⁰

Ventajas

- Es un lenguaje multiplataforma.
- Capacidad de conexión con la mayoría de los manejadores de base de datos que se utilizan en la actualidad, destaca su conectividad con MySQL
- Capacidad de expandir su potencial utilizando la enorme cantidad de módulos (llamados ext's o extensiones).
- Posee una amplia documentación en su página oficial ([2]), entre la cual se destaca que todas las funciones del sistema están explicadas y ejemplificadas en un único archivo de ayuda.
- Es libre, por lo que se presenta como una alternativa de fácil acceso para todos.
- Permite las técnicas de Programación Orientada a Objetos.
- Biblioteca nativa de funciones sumamente amplia e incluida

⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/.php>

¹⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/.php>

- No requiere definición de tipos de variables.
- Tiene manejo de excepciones.

Desventajas

- No posee una abstracción de base de datos estándar, sino bibliotecas especializadas para cada motor (a veces más de una para el mismo motor).
- No posee adecuado manejo de internacionalización, unicode, etc.
- Por su diseño dinámico no puede ser compilado y es muy difícil de optimizar.
- Por sus características promueve la creación de código desordenado y complejo de mantener.
- Está diseñado especialmente para un modo de hacer aplicaciones Web que es ampliamente considerado problemático y obsoleto (mezclar el código con la creación de la página Web).
- Las dos últimas desventajas aquí mencionadas no tienen por qué sufrirse si el programador es disciplinado y se preocupa de elaborar un diseño previo de lo que quiere hacer antes de ponerse a teclear código. Si bien el PHP no obliga a quien lo usa a seguir una determinada metodología a la hora de programar (muchos otros lenguajes tampoco lo hacen), el programador puede aplicar en su trabajo cualquier técnica de programación y/o desarrollo que le permita escribir código ordenado, estructurado y manejable. Un ejemplo de esto son los desarrollos que en PHP se han hecho del patrón de diseño Modelo Vista Controlador (o MVC), que permiten separar el tratamiento y acceso a los datos, la lógica de control y la interfaz de usuario en tres componentes independientes.

II. MYSQYL¹¹

MySQL es un sistema de gestión de base de datos relacional, multihilo y multiusuario con más de seis millones de instalaciones. MySQL AB desarrolla MySQL como software libre.

Aplicaciones

MySQL es muy utilizado en aplicaciones Web como MediaWiki o Drupal, en plataformas (Linux/Windows-Apache-MySQL-PHP/Perl/Python), y por herramientas de seguimiento de errores como Bugzilla. Su popularidad como aplicación Web está muy ligada a PHP, que a menudo aparece en combinación con MySQL. MySQL es una base de datos muy rápida en la lectura cuando utiliza el motor no transaccional MyISAM, pero puede provocar problemas de integridad en entornos de alta concurrencia en la modificación. En aplicaciones Web hay baja concurrencia en la modificación de datos y en cambio el entorno es intensivo en lectura de datos, lo que hace a MySQL ideal para este tipo de aplicaciones.

Plataformas

MySQL funciona sobre múltiples plataformas, incluyendo:

AIX, BSD, FreeBSD, HP-UX, GNU/Linux, Mac OS X, NetBSD, Novell Netware, OpenBSD, OS/2 Warp, QNX, SGI IRIX, Solares, SunOS, SCO OpenServer, SCO UnixWare, Tru64, Windows 95, Windows 98, Windows NT, Windows 2000, Windows XP, Windows Vista y otras versiones de Windows. OpenVMS

Características de la versión 5.0.22

- Un amplio subconjunto de ANSI SQL 99, y varias extensiones.
- Soporte a multiplataforma
- Procedimientos almacenados
- Triggers

¹¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/MySQL>

- Cursores
- Vistas actualizables
- Soporte a VARCHAR
- INFORMATION_SCHEMA
- Modo Strict
- Soporte X/Open XA de transacciones distribuidas; transacción en dos fases como parte de esto, utilizando el motor InnoDB de Oracle
- Motores de almacenamiento independientes (MyISAM para lecturas rápidas, InnoDB para transacciones e integridad referencial)
- Transacciones con los motores de almacenamiento InnoDB, BDB Y Cluster; puntos de recuperación(savepoints) con InnoDB
- Soporte para SSL
- Query caching
- Sub-SELECTs (o SELECTs anidados)
- Replication with one master per slave, many slaves per master, no automatic support for multiple masters per slave.
- indexing y buscando campos de texto completos usando el motor de almacenamiento MyISAM
- Embedded database library
- Soporte completo para Unicode
- Conforme a las reglas ACID usando los motores InnoDB, BDB y Cluster
- Shared-nothing clustering through MySQL Cluster

Características adicionales¹²

- Usa GNU Automake, Autoconf, y Libtool para portabilidad
- Uso de multihilos mediante hilos del kernel.

¹² <http://es.wikipedia.org/wiki/MySQL>

- Usa tablas en disco b-tree para búsquedas rápidas con compresión de índice
- Tablas hash en memoria temporales
- El código MySQL se prueba con Purify (un detector de memoria perdida comercial) así como con Valgrind, una herramienta GPL
- Completo soporte para operadores y funciones en cláusulas select y where.
- Completo soporte para cláusulas group by y order by, soporte de funciones de agrupación
- Seguridad: ofrece un sistema de contraseñas y privilegios seguro mediante verificación basada en el host y el tráfico de contraseñas está cifrado al conectarse a un servidor.
- Soporta gran cantidad de datos. MySQL Server tiene bases de datos de hasta 50 millones de registros.
- Se permiten hasta 64 índices por tabla (32 antes de MySQL 4.1.2). Cada índice puede consistir desde 1 hasta 16 columnas o partes de columnas. El máximo ancho de límite son 1000 bytes (500 antes de MySQL 4.1.2).
- Los clientes se conectan al servidor MySQL usando sockets TCP/IP en cualquier plataforma. En sistemas Windows se pueden conectar usando named pipes y en sistemas Unix usando ficheros socket Unix.
- En MySQL 5.0, los clientes y servidores Windows se pueden conectar usando memoria compartida.
- MySQL contiene su propio paquete de pruebas de rendimiento proporcionado con el código fuente de la distribución de MySQL.

III. JAVA¹³

Java es una herramienta de programación (como C, C++, BASIC, Pascal o Logo) que sirve para crear aplicaciones informáticas. Algunas de sus características más destacables son:

- Una misma aplicación puede funcionar en diversos tipos de ordenadores y sistemas operativos: Windows, Linux, Solaris, MacOS-X... así como en otros dispositivos inteligentes.
- Los programas Java pueden ser aplicaciones independientes (que corren en una ventana propia) o "applets": pequeños programas interactivos que se encuentran incrustados en una página Web y pueden funcionar con cualquier tipo de navegador: Explorer, Netscape, Ópera...
- Se trata de un lenguaje "orientado a objetos". Esto significa que los programas se construyen a partir de módulos independientes, y que estos módulos se pueden transformar o ampliar fácilmente. Un equipo de programadores puede partir de una aplicación existente para extenderla con nuevas funcionalidades.
- Su desarrollo está impulsado por un amplio colectivo de empresas y organizaciones, y conecta con la filosofía de software abierto y entorno colaborativo.

Java WebStart

Java WebStart es un sistema que facilita la descarga, instalación, arranque y actualización automática de aplicaciones Java. Su funcionamiento sigue esta mecánica:

- La primera vez que se quiere poner en marcha una aplicación hay que ir a una página Web y hacer clic en un enlace textual o gráfico. Por ejemplo, para poner en marcha JClíc hay que activar el botón correspondiente en la página de descarga.

¹³ <http://clíc.xtec.cat/es/jclíc/java.htm>

- Java WebStart se pone en marcha y descarga los componentes que la aplicación necesita. Una vez descargados pide permiso al usuario y pone en marcha el programa.

A partir de ahí hay tres maneras de arrancar la aplicación:

- Volver a la página Web y hacer clic nuevamente en el enlace.
- Poner en marcha la ventana de control de Java WebStart, buscar el icono de la aplicación y ponerla en marcha.
- Crear un icono en el escritorio y/o en el menú inicio. Las versiones de Windows y Mac acostumbran a preguntar al usuario si desea crear estos iconos la segunda vez que se pone en marcha una aplicación. Consulte la sección de preguntas frecuentes para más información sobre la creación de iconos.
- Si en el momento de poner en marcha la aplicación hay conexión a Internet, webStart comprueba si existe alguna nueva versión del programa y, en caso afirmativo, la descarga e instala automáticamente.

IV. J2ME¹⁴

Los principales componentes de la Plataforma Java 2, Edición micro (plataforma J2ME) son Connected Device Configurations, Connected Limited Device Configurations y Mobile Information Device Profiles, así como otras muchas herramientas y tecnologías que llevan las soluciones Java a los mercados de consumo y dispositivos integrados.

Las tecnologías J2ME contienen un JRE altamente optimizado, especialmente desarrollado para el mercado de gran consumo, abarcan una amplia gama de aparatos de tamaño muy reducido y permiten ejecutar programas de seguridad, conectividad y utilidades en tarjetas inteligentes, buscapersonas, sintonizadores de TV y otros pequeños electrodomésticos.

¹⁴ http://www.java.com/es/download/faq/whatis_j2me.xml

V. Computador MacBook Pro de 17 pulgadas.¹⁵

CARACTERISTICAS

Alto:2,59 cm Ancho:39,2 cm

Fondo:26,5 cm Peso:3,08 kg¹

- FireWire 800 a velocidades de hasta 800 Mb/s
- Tres puertos USB 2.0 a velocidades de hasta 480 Mb/s
- Ranura ExpressCard/34
- Ranura para cable Kensington
- 2 GB de memoria DDR2 PC2-5300 a 667 MHz (en 2 módulos SODIMM)
- Conexión Wi-Fi integrada AirPort Extreme² (basada en el borrador de la norma 802.11n del IEEE); compatible con las normas 802.11a, b y g del IEEE
- Bluetooth 2.1 + EDR integrado (Enhanced Data Rate)
- Ethernet Gigabit 10/100/1000BASE-T incorporada (conector RJ-45)
- Altavoces estéreo incorporados
- Micrófono omnidireccional integrado (ubicado bajo la rejilla del altavoz izquierdo)
- Entradas de audio de línea y óptico digital combinadas (miniconector)
- Salidas de audio de línea y óptico digital combinadas (miniconector)
- Teclado de tamaño estándar incorporado con 79 teclas, entre ellas 12 de función, 4 de flecha (dispuestas en forma de «T invertida») y teclado numérico integrado
- Teclado retroiluminado con sensores de luz ambiental para el ajuste automático de la iluminación de las teclas y del brillo de la pantalla
- Trackpad con tecnología Multi-Touch compatible con gestos que permiten controlar el cursor con precisión; permite desplazarse con dos dedos, pellizcar, pasar el dedo, tocar y arrastrar
- La mayoría de las placas de circuitos no contiene retardantes de llama bromados

¹⁵ <http://www.apple.com/mx/macbookpro/specs-17inch.html>

- La mayoría de los cables internos no contiene PVC
- Cumple los requisitos de la norma ENERGY STAR
- El MacBook Pro ha recibido la certificación de plata de EPEAT
- Mac OS X 10.5 «Leopard» (con Time Machine, Quick Look, Spaces, Spotlight, Dashboard, Mail, iChat, Safari, Agenda, QuickTime, iCal, Reproductor de DVD, Photo Booth y Xcode Developer Tools)
- iLife '08 (incluye iTunes, iPhoto, iMovie, iDVD, iWeb y GarageBand)
- Pantalla opcional TFT antirreflejos de 17 pulgadas (en diagonal) con retroiluminación por LED compatible con millones de colores; recubrimiento brillante opcional
- Procesador gráfico GeForce 8600M GT de NVIDIA compatible con DVI de doble enlace y 512 MB de memoria GDDR3
- El MacBook Pro incluye 90 días de soporte telefónico y garantía limitada de un año. Al adquirir AppleCare Protection Plan se amplía el servicio de reparaciones y asistencia técnica a tres años a partir de la fecha de compra del ordenador.

VI. Servicio de Internet

Servicio de Internet banda ancha de alta velocidad de 1000 k, proporcionado por Telmex.

VII. CDS para la distribución física del programa

El disco compacto es un soporte digital óptico utilizado para almacenar cualquier tipo de información (audio, vídeo, documentos y otros datos). Se utilizarán CD-DVD de 17 GB, para poder almacenar eficientemente la información, sin que existan errores en su acopio.

VIII. Mapas impresos.

Los mapas tendrán información básica, de todas las vías de Cartagena, y contara con puntos de referencia para que el turista se pueda guiar fácilmente, será un mapa a color

de 1 metro cuadrado, plegable y fácilmente administrable para q no tenga que ser abierto en su totalidad para ser visualizado.

c. Disponibilidad.

Los programas necesarios para la creación de la página Web y del programa, se pueden obtener gratuitamente por Internet.

El servidor, es de muy fácil consecución, pues lo proveerá la empresa Dell, junto con ciertos requerimientos específicos que se han hecho para la fabricación de este.

El servicio de Internet, será un servicio de Internet banda ancha, que lo proveerá la empresa Telmex S.A.

Los CDS necesarios para la distribución física del proyecto en las diferentes sitios en donde desembarcan turistas, serán proveídos por la empresa TDK, además estos son artículos de venta en masa, así que son de muy fácil obtención.

Los encargados de la impresión de los mapas y de las portadas de los CDS, será AUROS papelería, empresa encargada de la producción de estas. Esta empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Cartagena, por lo tanto la compra de estos artículos no tendría inconveniente alguno y tampoco incurriría en altos costos de flete.

Para toda la materia prima necesaria para la producción y puesta en marcha del proyecto se cuenta con disponibilidad total de tipo actual y a largo plazo.

d. Condiciones de abastecimiento

Los precios son competitivos y están regidos por la oferta y demanda en el mercado, además la disponibilidad de la pagina Web y del programa son ilimitadas, por lo que

cualquier usuario que desee obtener información lo podrá hacer a cualquier hora y desde cualquier parte del mundo.

La distribución y producción del programa en un medio físico, se vera directamente afectado a medida que aumente la demanda de este.

2. INGENIERIA DE PROYECTO

a. Características funcionales del sitio

- **Sitio Web:**

a) Pagina Principal: Diseño en flash, con logo representativo del Web, promociones, información u otro contenido relevante en el mes.

b) Textos descriptivos del sitio, menú interactivo, banner, fotos e imágenes, cuadro de texto para consultas.

c) Hasta 50 o más Paginas adicionales o sub-paginas: Descripción de productos o servicios turísticos, información que se quiera publicar, imágenes, formulario de contacto, catalogo de productos o servicios.

- **Formulario de contacto:** Pagina para que envíen consultas, comentarios, etc. Direccionado para ser recibidos en las casillas de e-mail de la empresa, incluye página de gracias en respuesta al cliente que llenó el formulario.

- **Registro y Alta en buscadores:** Ubicación en los buscadores mas conocidos.

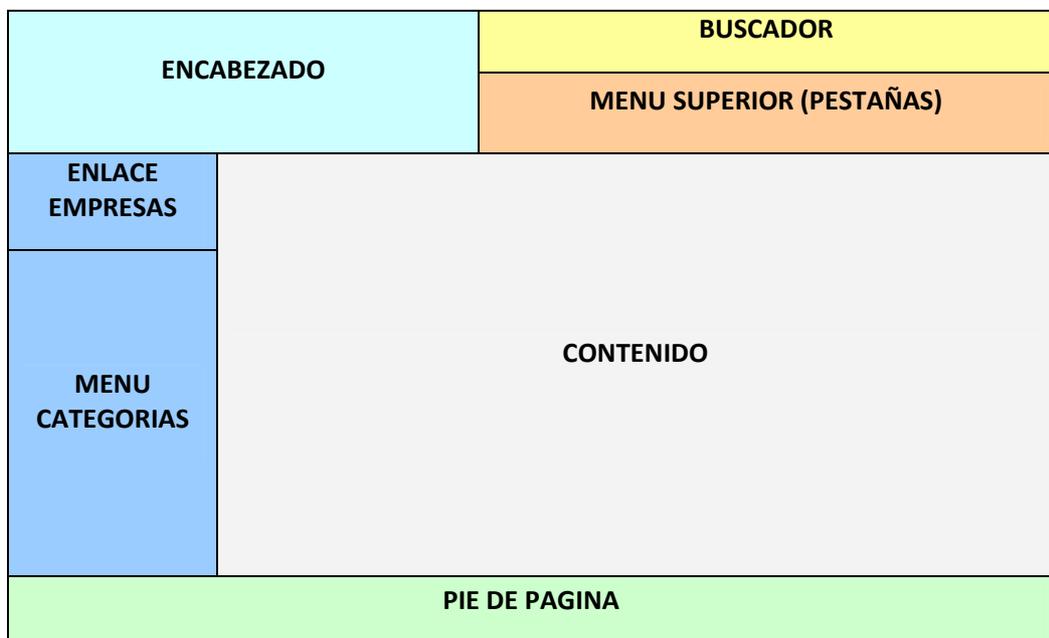
- **Dominio y Alojamiento:** Creación de dominio propio y alojamiento en servidores de alta velocidad. Asignación de correo electrónico a la página.

- **Diseño gráfico y animaciones:** Se garantiza un diseño profesional, homogéneo y accesible para ser utilizado correctamente por el mayor número posible de usuarios. Se ofrece también la integración de animaciones, entre otros utilizando tecnologías modernas.
- **Soporte y Mantenimiento:** Se le realizará soporte y mantenimiento post-publicación durante el funcionamiento de la página a través de los administradores de sitio designados. Los clientes, por medio de sugerencias por correo electrónico contactará al administrador. Y así mancomunadamente se plantearán a través de un formato sus actualizaciones y mejoras.

Desarrollo y programación: Los catálogos de productos serán procesados a través de consultas bases de datos, las ventas de productos y tratamiento de información en formulario será desarrollado con tecnologías Web avanzadas (ASP, PHP).

b. Prototipo de la estructura del sitio Web.

PAGINA PRINCIPAL



AREAS DE LA PLANTILLA:

ENCABEZADO: Esta área está designada para el título, logo y/o identificación de la red a desarrollar.

BUSCADOR: Estará conformada por un cuadro de texto y botón que generará una consulta, y el resultado será visto en el área de contenido.

El esquema de consulta generada por el buscador en más o menos el siguiente:

ENCABEZADO		<u>BUSCADOR</u>							
		MENU SUPERIOR (PESTAÑAS)							
ENLACE EMPRESAS	CONSULTA GENERADA POR EL BUSCADOR: <table border="1"><tr><td>Imagen de las empresas y sus productos y servicios</td><td>Información de las empresas + Enlace a la página de las empresas.</td></tr><tr><td>...</td><td>...</td></tr><tr><td>No. Productos Encontrados.</td><td><< Anterior – Siguiente >></td></tr></table>			Imagen de las empresas y sus productos y servicios	Información de las empresas + Enlace a la página de las empresas.	No. Productos Encontrados.	<< Anterior – Siguiente >>
Imagen de las empresas y sus productos y servicios				Información de las empresas + Enlace a la página de las empresas.					
...				...					
No. Productos Encontrados.				<< Anterior – Siguiente >>					
<u>MENU CATEGORIAS</u>									
PIE DE PAGINA									

MENU SUPERIOR (PESTAÑAS):

Estará conformada por los siguientes enlaces:

- **Promociones:** Será la página de inicio (index) del sitio. Estará conformada por los productos que tienen promociones y/o descuentos especiales. Además se agregarán productos que variarán al azar para promocionar las diferentes microempresas inscritas en el sitio.

- **Acerca de...:** Información del sitio, dónde encontraremos información sobre el objetivo del sitio, que fomenta, su misión, visión, organizadores, etc.
- **Secretaria (Opcional):** Información de los gestores y potenciales aportantes al proyecto, como por ejemplo, la Secretaria de Participación y Desarrollo Social de la Alcaldía.
- **Ingenio Web (Opcional):** Información de los diseñadores y principales gestores del proyecto como plataforma Web.

MENU PRINCIPAL: Conformado a su vez por Enlace a Empresas y Menú de Categorías.

- **ENLACE A EMPRESAS:** Imprimir en el área Contenido, una lista de las empresas inscritas en el sitio, y una gama de los productos más importantes que ofrecen.

Su esquema sería:

ENCABEZADO		BUSCADOR	
		MENU SUPERIOR (PESTAÑAS)	
ENLACE EMPRESAS			
MENU CATEGORIAS	EMPRESAS INSCRITAS A NUESTRA RED:		
	Nombre de la empresa + Enlace a la Página de la Empresa o Fabricante	Productos que ofrece	
	
	
	
	
PIE DE PAGINA			

- **MENU CATEGORIAS:** Se encontrará dividido por categorías de productos que posteriormente analizaremos (por ejemplo, Productos hechos en cueros, fique, algodón, lana, etc.).

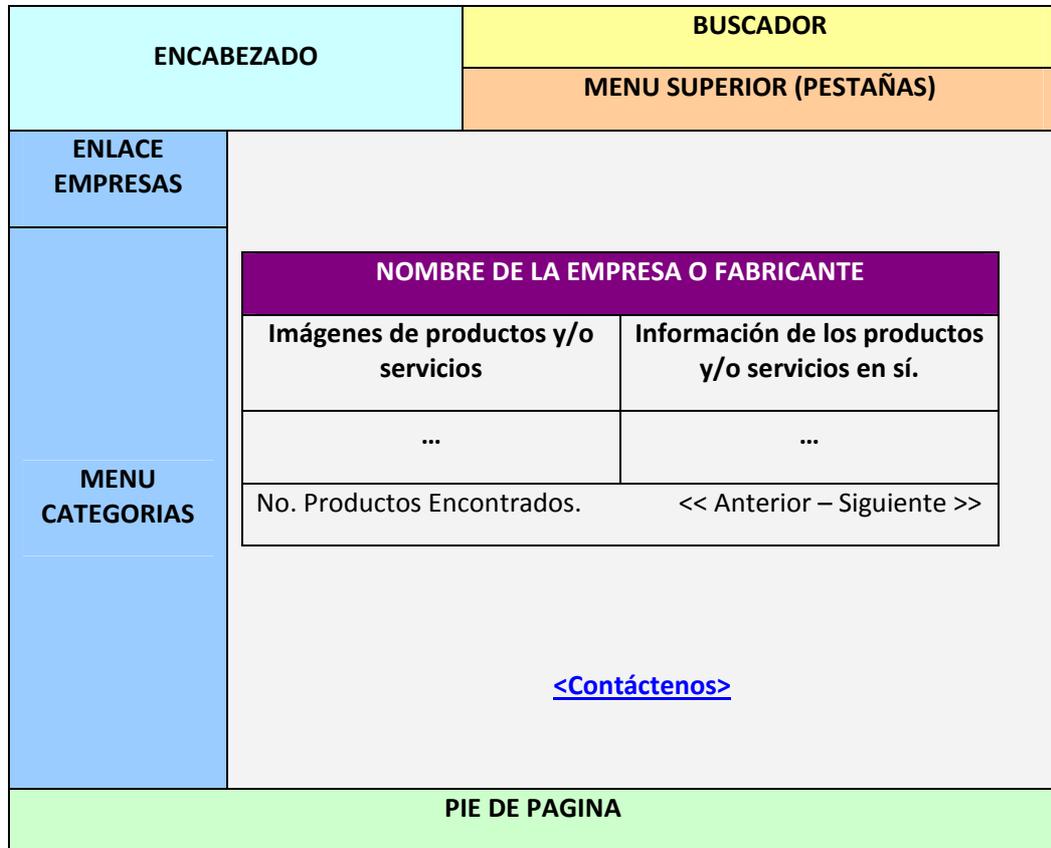
Cada categoría tendrá las clases de productos pertenecientes a esta. Cada clase de producto generará una consulta en la base de datos.

La vista de esa consulta es más o menos la siguiente:

ENCABEZADO		BUSCADOR									
		MENU SUPERIOR (PESTAÑAS)									
ENLACE EMPRESAS	<table border="1"> <tr> <th colspan="2">CONSULTA GENERADA POR EL MENU CATEGORIAS:</th> </tr> <tr> <td>Imagen del producto</td> <td>Información del producto + Enlace a la página del fabricante.</td> </tr> <tr> <td>...</td> <td>...</td> </tr> <tr> <td>No. Productos Encontrados.</td> <td><< Anterior – Siguiente >></td> </tr> </table>			CONSULTA GENERADA POR EL MENU CATEGORIAS:		Imagen del producto	Información del producto + Enlace a la página del fabricante.	No. Productos Encontrados.	<< Anterior – Siguiente >>
CONSULTA GENERADA POR EL MENU CATEGORIAS:											
Imagen del producto				Información del producto + Enlace a la página del fabricante.							
...				...							
No. Productos Encontrados.				<< Anterior – Siguiente >>							
<u>MENU CATEGORIAS</u>											
PIE DE PAGINA											

PAGINA DEL FABRICANTE: Cada producto que la empresa seleccionada ofrezca tendrá un enlace tanto en la página de turismo como en la página de la organización que lo conforma, esta será vista en el área de contenido.

El esquema de la página del fabricante sería:



CONTACTENOS: En la página del fabricante o empresa existirá un contacto que puede ser de las siguientes formas:

- **Informativo (Físico):** Dirección y Teléfono de las empresas.
- **Formulario de redirección a correo electrónico:** La página contará con un formulario, en donde su contenido será enviado directamente al correo de la empresa. Para esta opción, toda empresa o fabricante deberá tener a su disposición una cuenta de correo electrónico.
- **Formulario de almacenamiento:** La información depositada en este formulario será almacenada en la base de datos. Se necesitará de una constante comunicación por parte del desarrollador Web y el fabricante o empresa, para

poder presentar un informe (por lo menos semanal) acerca de las nuevas inquietudes que tienen los clientes del sitio, para que el fabricante o empresa comerciante se pueda comunicar con el/los clientes en cuestión.

Transacción – Compra en línea: En esta forma de contacto, el cliente podrá comprar directamente el producto del sitio, sin necesidad de hacer contacto.

Por otro lado en el link del programa, este podrá visualizar todas las ventajas de este, e interactuar con el, pero, sin poder descargarlo, para descargarlo, este deberá realizar una compra en línea que les arrojará un pink, el cual servirá como clave para descargar el programa.

3. LOCALIZACION DEL PROYECTO

a. Macro localización.

La pagina Web, es de acceso mundial por encontrarse creada en diferentes idiomas y por ser un servicio que se presta a través de Internet, cualquier persona en cualquier lugar y a cualquier hora puede tener acceso a el. Pero su macro localización se puede sesgar un poco teniendo en cuenta el origen de los visitantes que llegan a la ciudad, como Estados Unidos, Venezuela, ecuador, España, México, china, Italia y Francia.

b. Micro localización

El proyecto será desarrollado en la ciudad de Cartagena, se encuentra destinado tanto al mercado extranjero como al local, su distribución interna se realizara por medio de la pagina Web y por medio de la distribución de medios físicos en los principales terminales

de pasajeros, como por ejemplo los cruceros en la sociedad portuaria, aeropuerto Rafael Núñez y terminal de transporte de Cartagena. Por otra parte su distribución se realizara también en librerías tanto locales como nacionales y en eventos relacionados con el turismo y también serán distribuidos por la alcaldía de Cartagena.

4. TAMAÑO DEL PROYECTO

a. Factores determinantes del tamaño

El tamaño del proyecto está definido conforme a su capacidad empleada o utilizada, la cual corresponde a la producción lograda conforme a las condiciones que dicta el mercado y de la capacidad de usuarios que utilicen simultáneamente la pagina Web, que puede ubicarse como máximo en los límites técnicos o por debajo de la capacidad real. El proceso de producción es según la capacidad productiva, pues se vera afectado según la capacidad de la pagina y de la producción de los medios físicos.

Para el caso se requerirá una página que sea capaz de albergar en promedio 1000 usuarios simultáneamente y que sea lo suficientemente rápida para el descargue del programa.

También una página adecuadamente originada que pueda enlazar directamente al cliente potencial con la empresa que le pueda prestar el servicio que este desea o el producto que desea obtener.

Por otra parte el tamaño del proyecto también se verá afectado por la cantidad de empresas que deseen colocar su información en esta, como por ejemplo hoteles, restaurantes, centros recreacionales, etc.

Otro factor determinante del tamaño también seria la demanda en medio físico, que según datos proporcionados por la sociedad portuaria y librerías locales de los 250.000

turistas extranjeros que llegan al año a la ciudad, más del 60% solicita el servicio de información sobre Cartagena, como por ejemplo libros y folletos. Todo esto sin contar con el turista local, que la gran mayoría de las veces desea conocer la ciudad por su propia cuenta y desea obtener información detallada de esta y no consigue información específica en una sola guía, pues no se encuentra publicada en el mercado, lo que correspondería a un 80% del turista local.

b. Limitaciones prácticas¹⁶.

Las limitaciones que puede tener el funcionamiento de la pagina Web, es que como necesita de un servidor para funcionar, si este sufre alguna falla, la pagina se vera afectada, por lo tanto hay que tomar medidas de seguridad para la administración de la pagina y que esta no dependa solamente de este servidor.

Por otra parte, la limitación que puede tener el descargue de el programa, puede ser la velocidad de Internet, pues se necesita de Internet banda ancha para poder descargarlo rápidamente, y si el cliente no posee este, necesitaría un servicio de mínimo 52k para descargarlo, pero tomándose mayor tiempo

5. BALANCE DE OBRAS FISICAS

DESCRIPCION	cantidad	Precio unitario	Total
Servidor APPLE ¹⁷	2	\$4'448.220	\$8'896.440
Antivirus APPLE ¹⁸		\$443.220	\$443.220

¹⁶ Informe universidad Externado de Colombia, sobre agremiaciones e información publicitaria al turismo, 2005.

¹⁷ http://store.apple.com/1-800-MY-APPLE/WebObjects/AppleStore.woa/wa/RSLID?nnmm=browse&mco=MTIwMzQ&node=home/shop_mac/family/macbook_pro. Tomado el día 2 de marzo de 2008.

PHP	1	\$0	\$0
MYSQYL	4	\$352.800	\$1'411.200
Plataforma de JAVA (J2ME)	1	\$0	\$0
CDS	1000	\$500	\$500.000
Calcomanías	2000	\$300	\$600.000
Servicio de internet	1	\$130.000	\$130.000
Líder de proyectos	1	\$1'500.000	\$1'500.000
Programador	1	\$1'000.000	\$1'000.000
Diseñador grafico	1	\$700.000	\$700.000
Costo de inicio			\$12'747.642
Costo mensual de producción			\$3'851.202
Costo anual de producción			\$46'214.420

Costo de inicio está dado por los costos que se causaron para iniciar el proyecto, es decir: servidor, antivirus diferido a un año, licencia de mysql diferida a un año, Cds diferidos a 3 meses, calcomanías diferidas a 3 meses, servicio de internet, salario líder de proyectos, del programador y del diseñador grafico.

Costo mensual de producción será igual al costo de inicio excepto el costo de los servidores que solo se causarían al inicio de la sociedad.

El costo anual está dado por el costo mensual multiplicado por los doce (12) meses del año. Este costo anual será un aproximado, puesto que en el análisis financiero se ingresaran los demás costos operacionales, no operacionales, impuestos, entre otros.

¹⁸ http://store.apple.com/1-800-MY-APPLE/WebObjects/AppleStore.woa/wa/RSLID?nnmm=browse&mco=OTkzMTc&node=home/shop_mac/mac_accessories/appicare_dotmac. Tomado el día 2 de marzo de 2008.

6. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico de creación de la pagina Web, es una parte sustancial del proyecto, puesto ayuda a centrarse y a aterrizar la idea en cuanto a costos y tamaño del proyecto y de la inversión, es necesario que este plan de turismo sea lo suficientemente eficiente para que se pueda dar favorablemente el retorno de la inversión.

Por otra parte es necesario que se haya definido explícitamente la arquitectura del proyecto (pagina Web), puesto que de esta depende en gran parte la eficiencia y por lo tanto el éxito de este.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

1. ANTECEDENTES

La empresa “Cartagena Interactiva” será creada en la ciudad de Cartagena de Indias con miras a reforzar el turismo de la misma ciudad y como respuesta a la creciente necesidad de un programa eficaz que permita el conocimiento y la proyección de la ciudad tanto para los turistas nacionales como para los internacionales.

Cartagena Interactiva es una sociedad anónima que pretende crear programas de turismo completos y a la vanguardia, con la aplicación de tecnologías que generen un mayor valor agregado para nuestros clientes con respecto a productos de similar uso.

No solo somos una empresa con carácter comercial, sino también, con visión social, puesto que nacemos de la necesidad de apoyar y aumentar el sustento de cientos de empresas y familias cartageneras que viven del turismo en la ciudad.

2. PLAN ESTRATEGICO Y OPERATIVO

Los puntos a definir en el plan estratégico y el operativo son los siguientes:

PLAN ESTRATEGICO	PLAN OPERATIVO
Misión	Programa
Visión	
Objetivos	
Estrategia	
Estructura	

a. Plan estratégico

I. Misión

Cartagena Interactiva es una empresa comercial que busca a través de sus servicios basados en programas de alta tecnología, promover eficazmente el incremento del turismo nacional e internacional en la ciudad de Cartagena de Indias.

Generamos a través de nuestros productos valor para los accionistas, para el capital humano y contribuimos con el desarrollo de la región.

II. Visión

Cartagena Interactiva ha de convertirse en el 2020 en el líder nacional de programas para el fomento y desarrollo del turismo en las principales ciudades del país, mediante el desarrollo de sistemas interactivos de alta tecnología que permitan el conocimiento integral de las ciudades de acuerdo a las necesidades específicas de cada cliente.

Trabajaremos con las mejores prácticas administrativas, técnicas, comerciales y ambientales y con un equipo competente y estable que permita el reconocimiento nacional por la excelente gestión de la empresa.

III. Filosofía y Valores De La Empresa

Nuestro equipo de trabajo está conformado por personas idóneas para la gerencia, desarrollo y comercialización de programas interactivos, cuyo objetivo es ofrecer los más completos servicios para cada tipo de cliente/turista que ingrese a la ciudad; permitiendo así, el aumento de la competitividad de Cartagena frente a ciudades turísticas del Caribe y Colombia.

Contamos con Administradores de Empresas, Contadores, Ingenieros de Sistemas y Diseñadores Gráficos dentro del talento humano y profesional, que permitirán el desarrollo idóneo de todas las prácticas y proyectos en los que se comprometa la empresa

IV. Objetivos

MEDIANO PLAZO

- Dar a conocer y distribuir al cliente objetivo nuestro programa y sus beneficios a través de las agencias de turismo, los muelles turísticos, los aeropuertos, librerías, ferias internacionales y nacionales y puntos de información de la ciudad.
- Satisfacer las diferentes necesidades de los turistas que arriban a la ciudad diariamente, tales como, direcciones, sitios de interés, precios o historia, entre otras, los que se obtendrán en los diferentes idiomas del cliente objetivo.

LARGO PLAZO

- Aplicar nuestro programa turístico a otras ciudades principales de Colombia.
- Ver reflejado en las estadísticas el aumento de la competitividad turística de Cartagena y por lo tanto del turismo en la misma, lo cual redundará en un aumento del nivel de vida en la ciudad.

V. Estrategia

Implementar un programa que brinde información y que se aplique tanto en computadores como en celulares inteligentes, que permita dar a conocer la ciudad de Cartagena como ciudad turística, satisfaciendo las necesidades del cliente con respecto a idiomas e información básica.

Dicho programa será financiado y comercializado por empresas beneficiadas como restaurantes, hoteles, agencias, renta car, entre otras.

ANALISIS DOFA

FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
DEBILIDADES	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Dificultades para la consecución de fondos	Producto de bajo costo y alto valor agregado	Producto novedoso.	Poca aceptación del producto por falta de capacitación del mismo.
Demora en la implementación final del proyecto.	Alta Tecnología e información completa que permite satisfacer las necesidades.	Fácil y económica ampliación por parte de los propietarios	Aspectos políticos y de seguridad en el país.

PLANES

- Consecución de recursos mediante la información a entidades beneficiadas, como hoteles, restaurantes, compañías de transporte, agencias entre otras.
- Desarrollo y presentación del programa ante los clientes internos y externos.
- Comercialización del programa.
- Actualización periódica del proyecto.

DESARROLLO DEL PLAN

- Se registrará la sociedad ante la cámara de comercio y se realizarán todas las actuaciones legales correspondientes para obtener legalidad y reconocimiento, con lo que tendremos credibilidad al presentar nuestro servicio.

- Se hará un plan de instrucción para que las principales empresas beneficiadas del proyecto en la unidad comunera #1, conozcan y puedan ser publicitadas en nuestro programa, financiando así mismo parte del proyecto.
- Se cuenta con el capital (capital necesario establecido en el estudio técnico), el talento humano y la información necesaria para el desarrollo de la página y del programa.
- Se presenta el programa listo para su comercialización ante empresas relacionadas con el turismo en la ciudad.
- Se capacita a dichas empresas en la utilización del programa, como son: navegación en las paginas e información, escogencia de idiomas, pago para descarga del programa en computadores y celulares inteligentes, actualizaciones, entre otros.
- Comercialización del proyecto a través de la página creada y por medio directo con empresas suscritas.

El personal profesional encargado de la parte administrativa, financiera, logística y de diseño del proyecto, está representado en nueve (9) profesionales de la siguiente forma:

- Gerente General
- Asistente De Gerencia
- Jefe Contable
- Tesorero
- Líder De Proyectos
- Programador
- Diseñador Grafico

- Jefe De Logística
- Jefe De Marketing y Venta De Productos.

VI. Estructura

TIPO DE SOCIEDAD:

Sociedad anónima.

RASGOS¹⁹:

Tipos de socios: Accionistas

Capital social: el capital social se divide en acciones de igual valor, las acciones en circulación corresponden al capital parado por los accionistas y se pueden emitir acciones privilegiadas, acciones de goce o industria, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto y bonos obligatoriamente convertibles en acciones.

Numero de accionistas: debe constituirse y funcionar con mínimo cinco (5) accionistas, sin límite máximo. Si se reduce de este número, la sociedad se disuelve. Toda persona puede ser accionista.

Responsabilidad: hasta el monto de sus aportes.

Órganos sociales: la Asamblea general de accionistas, reunida con el quórum y es el órgano supremo de deliberación y decisión, en el que se forma la voluntad social. La Junta directiva, es el órgano de administración, integrado con mínimo tres (3) miembros,

¹⁹ http://www.proexport.com.co/vbecontent/newsdetail.asp?id=5720&idcompany=20&ItemMenu=2_251
Tomado el día 18 de abril de 2008.

elegidos por la asamblea general de accionistas, para periodos determinados. El representante legal, puede tener uno o más suplentes, que designados por la Junta Directiva para periodos determinados. El representante legal se considera órgano de ejecución y representación legal de la sociedad.

Pago de capital: Cuando se constituye la sociedad debe suscribirse por lo menos el 50% del capital autorizado y pagarse siquiera la tercera parte del valor de cada acción que se suscriba. **Capital autorizado** es el monto del valor nominal de las acciones y comprende tanto las suscritas como las que están en cartera para ser colocadas posteriormente. **Capital suscrito** es la cifra representativa del valor nominal de las acciones que los accionistas se han obligado a cubrir. **Capital pagado** es la parte del capital suscrito y del capital pagado²⁰.

Ventajas y desventajas:

Ventajas:

- Responsabilidad limitada
- Acceso a propiedad por parte de agentes externos e internos.
- Puede tener muchos accionistas
- Los dueños pueden permanecer en el anonimato.
- La empresa puede continuar si alguno de los socios muere.

Desventajas:

- Alguna información financiera debe hacerse pública.

²⁰ <http://www.ccpasto.org.co/content/view/107/100/> Tomado el día 18 de abril de 2008.

RAZON SOCIAL:

“Sociedad Anónima” o “S.A.”

NOMBRE COMERCIAL:

El nombre comercial será Cartagena Interactiva S.A.

CAPITAL

- Aporte social: quince millones de pesos (\$15'000.000) por cada accionista, para un total de ciento cinco millones de pesos ($\$15'000.000 * 7$ accionistas = \$105'000.000) en capital.

APORTANTE	MONTO
ACCIONISTA A	\$ 10'000.000
ACCIONISTA B	\$ 10'000.000
ACCIONISTA C	\$ 10'000.000
ACCIONISTA D	\$ 10'000.000
ACCIONISTA E	\$ 10'000.000
ACCIONISTA F	\$ 10'000.000
ACCIONISTA G	\$ 10'000.000
APORTE TOTAL	\$70'000.000

²¹ Fuente: proyecciones de los autores

²¹ FUENTE: proyecciones de los autores.

PARTICIPACION SOCIAL:

Los recursos del proyecto serán obtenidos por diferentes medios:

- La cuota que se cobrará a empresas por ser nombradas simplemente será de cien mil pesos (\$100.000) semestre vencido, con lo que se financiara parte del proyecto. Estas empresas se denominarán “Empresas B”
- La cuota que se cobrará a cada empresa por presentarse en apartes exclusivos del programa como “top 10” o “recomendados”, será de trescientos mil pesos (\$300.000) semestre vencido, con lo cual se financiará parte del proyecto. Estas empresas serán denominadas “Empresas A1”.

DOMICILIO LEGAL:

El domicilio legal de la empresa será en la ciudad de Cartagena, Bosque diagonal 21 # 46-126.

DURACIÓN DE LA SOCIEDAD:

La duración de la sociedad será por tiempo indefinido, puesto que se prevé consolidar nuestra sociedad como una empresa de trayectoria en la incursión de programas de software para el desarrollo turístico a nivel nacional e internacional

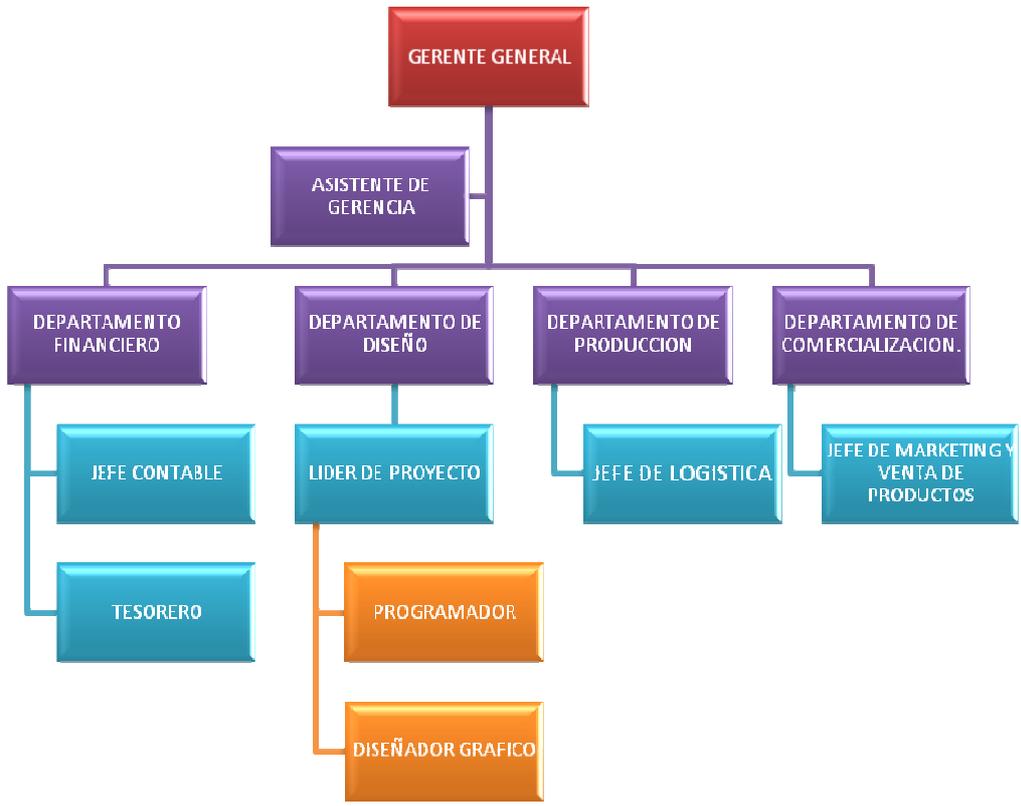
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL:

La estructura organizacional²² de la empresa, será simple y estratificado por departamentos, puesto que se pretende simplificar los procesos y actividades.

²² FUENTE: Diseño hecho por los Autores.

Dicha estructura contará con un total de 9 empleados; un gerente general y un asistente de gerencia. El departamento financiero estará a cargo de un jefe contable y el tesorero; el departamento de diseño tendrá un líder de proyecto que estará encargado a su vez del programador y el diseñador gráfico; el departamento de producción contará con el jefe de logística y del departamento de comercialización contará con el jefe de marketing y venta de productos.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DE LOS PUESTOS

a. Cargo: GERENTE GENERAL

Departamento: Administración

Reporta a: junta directiva

Funciones del puesto

- Será el responsable ante los entes contralores del estado, la banca y los proveedores.
- Revisar los estados financieros.
- Autorizar las compras requeridas de la empresa.
- Supervisar todas las actividades operativas y administrativas.
- Orientar la empresa hacia el logro de sus objetivos, así como el cumplimiento de sus metas a corto, mediano y largo plazo.
- Atención a clientes, proveedores y concretar las negociaciones con los mismo.

Requisitos del puesto

- Título universitario (área de administración de empresas o finanzas).
- Bilingüe
- Manejo de la informática.
- Liderazgo.
- Edad entre 25 y 35 años
- Residir en la ciudad de Cartagena
- Tener 3 años como mínimo de experiencia.

Cualidades:

Capacidad para la toma de decisiones y trabajar bajo presión, liderazgo, manejo de personal, con habilidades para negociar, organizar, planear, disponibilidad de tiempo y compromiso con la organización.

b. Cargo: ASISTENTE DE GERENCIA

Departamento: Administración

Reporta a: Gerente General.

Funciones del puesto

- Asistir al personal administrativo.
- Atención al público.
- Atender planta telefónica.
- Recepción y envío de documentos.
- Redacción de correspondencia interna y externa.
- Mantener en orden los archivos de la empresa.
- Manejo de caja menor.

Requisitos del puesto

- Sexo: preferiblemente femenino.
- Edad: 20-30 años.
- Educación: secretaria comercial (bilingüe preferiblemente).
- Manejo completo de computación de los programas Excel, Power Point, Word e Internet.
- Excelentes relaciones humanas.
- Experiencia laboral mínimo 2 años

c. Cargo: JEFE CONTABLE

Departamento: Financiero

Reporta a: Gerente general.

Funciones del puesto

- Auditoría contable
- Manejo de estados financieros
- Asesoría financiera

Requisitos del puesto

- Profesional en contabilidad pública
- Manejo de la informática especialmente el programa Excel
- Experiencia de 2 años
- Sexo femenino o masculino

d. Cargo: Tesorero

Departamento: Financiero

Reporta a: Gerente General y Jefe Contable

Funciones del puesto

- Recaudar y administrar los dineros que perciba la empresa.

Requisitos del puesto

- Profesional en contabilidad pública o auxiliar contable
- Manejo de la informática especialmente el programa Excel
- Experiencia de 2 años
- Sexo femenino o masculino

e. Cargo: LIDER DE PROYECTOS

Departamento: Diseño

Reporta a: Gerente General

Funciones del puesto

- Coordinar la elaboración, planeación, ejecución y control de los planes, programas y proyectos propios de la dependencia a la que hace parte.
- Coordinar según las prioridades establecidas la ejecución de labores.
- Supervisar el personal que ejecuta las labores y que están bajo su coordinación, como son el programador y el diseñador grafico.
- Realizar pruebas de calidad, eficiencia y eficacia en los diferentes procesos del proyecto.
- Elaborar cronogramas o planes de trabajo para desarrollar a tiempo los planes propuestos.

Requisitos del puesto

- Profesional en Ingeniería de Sistemas.
- Con especialización en gerencia de proyectos.
- Buenas relaciones interpersonales
- Capacidad de liderazgo. Creativo e innovador.
- Sexo femenino o masculino
- Experiencia de 2 años mínimo
- Edad entre 25 y 30 años

f. Cargo: PROGRAMADOR

Departamento: Diseño

Reporta a: Director General

Funciones del puesto

- Codificar la información para el desarrollo del proyecto,
- Desarrollo de proyectos de Ingeniería del Software con diferentes tecnologías
- Realizar análisis, diseño e implementación de los sistemas a desarrollar.
- Mantener actualizados los sistemas a su cargo.
- Desarrollar y mantener actualizado los manuales de usuario y de sistemas de cada uno de los sistemas asignados.
- Otras funciones que le asigne el líder de proyectos.

Requisitos del puesto

- Universitario con estudios de ingeniería de sistemas, especializado en programación.
- Sexo masculino preferiblemente
- Manejar programas de computación básica, internet, PHP, MYSQL y Plataforma de JAVA (J2ME).
- Edad entre los 30 y 40 años
- Experiencia de 2 años
- Buen manejo de relaciones interpersonales

g. Cargo: DISEÑADOR GRAFICO

Departamento: diseño

Reporta a: líder de proyectos.

Funciones del puesto

- Apoyo en el diseño de diferentes artes gráficas para el proyecto realizado en la ciudad de Cartagena.
- Apoyo en el diseño de material de imagen corporativa.
- Crea el entorno grafico del software.

Requisitos del puesto

- Conocimientos universitarios o técnico en el área de diseño.
- Sexo femenino o masculino
- Edad entre 20 y 35 años
- Manejo de programas PHP, MYSQL y Plataforma de JAVA (J2ME).
- Manejo de software, DreamWeaver, Fireworks, Flash Indisign, PhotoShop, Ilustrador, PageMaker.
- Conocimiento de diseño grafico y fotografía.
- Orientado a trabajar en equipo
- Experiencia mínima de 1 año

h. Cargo: JEFE DE LOGISTICA

Departamento: Producción

Reporta a: Gerente General.

Funciones del puesto

- Implementar en la medida de lo posible la tecnología
- Optimizar elementos tales como la calidad, precio, distribución y protección.
- La gestión del inventario
- Coordinar la producción del software y los componentes adicionales a este.
- La gestión del almacenamiento y manipulación de materiales.

Requisitos del puesto

- Conocimientos universitarios o técnico en el área de logística
- Sexo femenino o masculino
- Edad entre 22 y 30 años
- Manejo de la informática

- Orientado a trabajar en equipo
- Toma de decisiones.
- No requiere de experiencia mínima.

i. Cargo: JEFE DE MARKETING

Departamento: comercialización.

Reporta a: Gerente General

Funciones del puesto

- Encargado de promocionar el producto con las empresas.
- Planes de mercadeo para los clientes objetivo.
- Análisis del mercado, aspectos estadísticos y estudio de las necesidades del cliente.
- Búsqueda de plazas para el software.
- Suministrar informe al gerente general, con relación a la comercialización del software.
- Cumplir con las metas propuestas con relación a ventas y mercado.

Requisitos del puesto

- Estudios universitarios en administración, con especialización en marketing.
- Estudios de mercado, aspectos estadísticos y diseño.
- Orientado a trabajar en equipo
- Proactivos
- Capacidad para trabajar bajo presión
- Disponibilidad de horarios
- Edad entre 25 y 35 años
- Sexo femenino o masculino
- Mínimo 2 años de experiencia.

2.1. PLAN OPERATIVO

ACTIVIDADES	SEMANAS															
	SITIO WEB TURISTICO Y SOFTWARE															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD																
Consecución de los equipos																
DISEÑO GENERAL DEL SISTEMA																
Recolección de la información																
Análisis de la información																
SITIO WEB TURISTICO Y SOFTWARE																
Arquitectura de la información																
Diseño de la pagina																
Implementación software																
Prueba software																
Evaluaciones de rendimiento																
Capacitación y entrega documentación																
CONSECUCION DE LOS ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS																
ENTREGA DEL KIT TURISTICO																
COMERCIALIZACION DEL KIT																

3. ASPECTOS LEGALES

En Colombia, la forma y constitución de las sociedades comerciales, las empresas unipersonales y las sucursales de sociedad extranjera se encuentran reglamentadas por el Código de Comercio. Nuestra empresa “Cartagena Interactiva S.A.” se constituirá como sociedad anónima cerrada, es decir, que no emite acciones en la

bolsa de valores; siguiendo los lineamientos expresados en el Código de Comercio de nuestro país.

Actualmente, la empresa no se encuentra constituida legalmente, la asamblea general está conformada por 7 accionistas, la junta de socios está conformada por 3 de ellos.

Los pasos generales requeridos para la constitución y puesta en funcionamiento de la sociedad son los siguientes²³:

- a. Decidir si se va a establecer una sociedad comercial, empresa unipersonal o sucursal de sociedad extranjera. En este caso, como anteriormente nombramos, seremos una sociedad anónima.
- b. Preparar los documentos para la constitución de la compañía.

DOCUMENTO	CHECK
Certificado de existencia y representación legal de la sociedad inversionista, expedido por funcionario competente del domicilio de la sociedad.	✓
Poder al abogado Roberto Pareja para que actúe en nombre de la sociedad y obtenga el NIT de los socios.	✓
Definir los estatutos de la sociedad "Cartagena Interactiva S.A."	✓
Autenticación de documentos por notario público.	✓

- c. Obtener el Número de Identificación Tributaria –NIT- de los inversionistas, diligenciando el formulario de Registro Único Tributario –RUT- ante la DIAN.
- d. Elevar y/o protocolizar en escritura pública los documentos de constitución de la sociedad. La escritura pública de constitución de la sociedad deberá suscribirse

²³ <http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo5720DocumentNo6720.PDF> tomado el día 21 de abril de 2008.

ante un notario público en Colombia e incluirá los documentos mencionados en el literal b.

e. Los estatutos de la sociedad deberán contener lo siguiente:

- Nombre y domicilio de los accionistas o socios.
- Clase de sociedad que se constituye y su nombre.
- Domicilio de la sociedad y de las sucursales si hubiere.
- Objeto social.
- Capital de la sociedad y valor nominal de las acciones/cuotas.
- Nombre del representante legal de la sociedad y su suplente, incluyendo sus atribuciones y limitaciones.
- Nombre de los miembros de la junta directiva y sus suplentes, incluyendo sus obligaciones.
- Nombre del revisor fiscal y un suplente. La ley autoriza que se nombre a una firma auditora la cual deberá designar a la persona que ejercerá como revisor fiscal y su suplente.
- Término de duración de la sociedad y las causales de disolución anticipada de la misma.
- Época y forma de convocar y constituir la asamblea o junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias, así como la manera de deliberar y decidir sobre los asuntos de su competencia.
- Fechas en que se deben preparar los estados financieros.
- Forma en que se deben distribuir los beneficios sociales con indicación de las reservas que deben hacerse.
- La forma de hacer la liquidación de la sociedad, una vez disuelta.
- La forma en que se resolverán eventuales diferencias.

La firma de la escritura pública de constitución genera el pago de derechos notariales que oscilan entre 2.7 y 3.0 por mil del valor del capital asignado.

- f. Obtener las cartas de aceptación de los cargos de las personas nombradas en los estatutos de la sociedad.
- g. Efectuar el Registro Único Tributario (RUT) personalmente o a través de apoderado, ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales para así obtener el NIT de la sociedad.
- h. La escritura pública de constitución, las cartas de aceptación, el NIT de los inversionistas, y el formulario adicional para fines tributarios (RUT) diligenciado indicando los impuestos a los que la compañía estará sujeta, deberán inscribirse en la Cámara de Comercio del domicilio de la compañía. Para ello debe diligenciarse el formulario de matrícula mercantil.
- i. Dicha entidad expedirá un certificado de existencia y representación legal de la compañía. La inscripción en la Cámara, está sujeta al pago del impuesto de registro, equivalente al 0.7% del monto del capital de la compañía. Dicha inscripción debe renovarse anualmente ante la misma entidad sobre el monto de los activos de la compañía.
- j. Concluidos los pasos anteriores la compañía se encuentra constituida, existe ante terceras personas y puede iniciar sus operaciones. El periodo aproximado de tiempo para completar estos primeros seis pasos es de dos semanas.
- k. Registrar los libros de la compañía en la Cámara de Comercio. Toda sociedad deberá tener libros corporativos y de contabilidad (libro de registro de accionistas, libro de actas de la asamblea general de accionistas o de la junta de socios, libro de actas de la junta directiva, libro diario, mayor, de balance y de inventarios).
- l. Abrir una cuenta bancaria. Toda compañía deberá abrir una cuenta a su nombre en la entidad bancaria de su elección. En la cual, se hará el depósito del capital por parte de los inversionistas.

Adicionalmente, todos los procesos de contratación y operación se implementarán según la normatividad legal. Así mismo, se ha previsto en las proyecciones financieras el cumplimiento riguroso de todas las obligaciones tributarias de orden nacional y municipal. Igualmente las obligaciones laborales (prestaciones y obligaciones parafiscales) están previstas en las condiciones exigidas por la ley.

4 COSTOS DE MANO DE OBRA

CARGO	NUMERO DE PUESTOS	SALARIO	
		VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GERENTE GENERAL	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
ASISTENTE DE GERENCIA	1	\$ 700.000	\$ 700.000
JEFE CONTABLE	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
TESORERO	1	\$ 900.000	\$ 900.000
LIDER DE PROYECTOS	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
PROGRAMADOR	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
DISEÑADOR GRAFICO	1	\$ 700.000	\$ 700.000
JEFE DE LOGISTICA	1	\$ 900.000	\$ 900.000
JEFE DE MARKETING Y VENTA DE PRODUCTOS	1	\$ 900.000	\$ 900.000
TOTAL MENSUAL			\$ 9.600.000
TOTAL ANUAL			\$ 115.200.000

5. CONCLUSIONES ESTUDIO ORGANIZACIONAL

La planeación estratégica y el diseño organizacional son herramientas que constituyen un recurso primordial en el desarrollo y consecución de los objetivos de toda empresa.

En el estudio organización se analizaron aspectos relevantes para el desarrollo óptimo y eficaz de la sociedad “Cartagena Interactiva S.A.”, con los cuales se definió los objetivos y metas propuestas por la empresa a mediano y corto plazo, se determinaron las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas del software; se analizó los tipos de sociedades que más le convenían a los socios, dando como elección el tipo de sociedad anónima; se definieron los cargos y funciones específicas, así como los salarios que devengaría cada puesto, con lo cual se empieza a esbozar los gastos y costos que se causaran una vez se proyecte el análisis financiero.

De esta forma, se presenta la viabilidad organizacional del proyecto “Cartagena Interactiva”, puesto que no hay ninguna discrepancia con las leyes colombianas y la realización de dicho proyecto, lo que nos manifiesta coherencia con los objetivos planteados al inicio del proyecto.

Otro aspecto importante del proyecto, es que no sólo se está proyectando como una empresa para lucro de sus accionistas, sino que también busca una mejora a nivel social, lo que se expresa en todo el desarrollo del presente análisis.

ESTUDIO LEGAL

ESTUDIO LEGAL

1. PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR²⁴

La Propiedad Intelectual es una disciplina normativa que protege las creaciones intelectuales provenientes de un esfuerzo, trabajo o destreza humanos, dignos de reconocimiento jurídico. La Propiedad Intelectual comprende:

- El derecho de autor y los derechos conexos;
- La propiedad industrial (que comprende la protección de los signos distintivos, de las nuevas creaciones, los circuitos integrados, los secretos industriales); y
- Las nuevas variedades vegetales.

El derecho de autor es la protección que le otorga el Estado al creador de las obras literarias o artísticas desde el momento de su creación y por un tiempo determinado.

Debe entenderse por tal, la persona física (natural) que realiza la creación intelectual de carácter literario o artístico, es decir, para ser considerado autor o coautor de una obra, tal persona ha debido llevar a cabo, por si mismo, el proceso mental que significa concebir y expresar una obra literaria o artística. Varias personas naturales tendrán la condición de coautores si respecto de cada una de ellas, se puede predicar el haber realizado la creación intelectual en los términos antes mencionados.

De esta manera, desde el momento mismo de la creación de la obra, se le reconocen a los autores dos clases de prerrogativas: los derechos morales y los derechos patrimoniales.

Los derechos morales son derechos personalísimos, a través de los cuales se busca salvaguardar el vínculo que se genera entre el autor y su obra, en tanto ésta constituye la

²⁴ Unidad administrativa especial dirección nacional de derechos de autor

expresión de su personalidad. En tal carácter, los derechos morales son inalienables, inembargables, intransferibles e irrenunciables.

En virtud de los derechos morales, el autor puede:

- Conservar la obra inédita o divulgarla;
- Reivindicar la paternidad de la obra en cualquier momento;
- Oponerse a toda deformación, mutilación o modificación que atente contra el mérito de la obra o la reputación del autor;
- Modificar la obra, antes o después de su publicación;
- Retirar la obra del mercado, o suspender cualquier forma de utilización aunque ella hubiese sido previamente autorizada.

Los derechos patrimoniales son prerrogativas de naturaleza económico - patrimonial, con carácter exclusivo, que permiten a su titular controlar los distintos actos de explotación de que la obra puede ser objeto. Lo anterior implica que todo acto de explotación de la obra, amparado por un derecho patrimonial, deberá contar con la previa y expresa autorización del titular del derecho correspondiente, quien podrá señalar para tal efecto las condiciones onerosas o gratuitas que tenga a bien definir, en ejercicio de su autonomía privada.

En virtud de los derechos patrimoniales, el autor o la persona natural o jurídica a quien se le transfieran estos derechos, puede realizar, autorizar o prohibir:

- La reproducción,
- La comunicación pública,
- La distribución pública de ejemplares;
- La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra;
- La importación de ejemplares de su obra reproducidos sin su autorización.

A diferencia de los derechos morales, los derechos patrimoniales son en esencia transferibles y sometidas a un término de duración de la protección que en Colombia, por regla general, es el de la vida del autor más ochenta años después de su muerte. Así mismo, los derechos patrimoniales pueden ser expropiados y están sujetos a licencias obligatorias y al régimen de las limitaciones o excepciones al derecho de autor consagradas por la Ley.

La protección del derecho de autor recae sobre todas las obras literarias y artísticas que puedan reproducirse o divulgarse por cualquier forma o medio conocido o por conocer, y que incluye, los programas de ordenador y las bases de datos, que por la selección o disposición de las materias constituyan creaciones personales.

La anterior es de carácter ejemplificativo, no taxativo. Esto significa que pueden existir otras obras protegidas, a pesar de no estar mencionadas en la ley, siempre y cuando cumplan los requisitos exigidos para ser obras, según su definición.

En primer término es necesario considerar que una obra literaria o artística se entiende protegida por el derecho de autor, independientemente del soporte en que ella esté plasmada, o la forma en que ésta haya sido expresada. En otras palabras, las obras serán protegidas independientemente de si tienen un soporte material o no.

A partir de la declaración concertada respecto del artículo 1.4): del Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (WCT) (1996), el derecho de reproducción tal como se establece en el artículo 9 del Convenio de Berna, y las excepciones permitidas en virtud del mismo, son totalmente aplicables en el entorno digital, en particular a la utilización de obras en forma digital.

Queda entendido que el almacenamiento en forma digital en un soporte electrónico de una obra protegida, constituye una reproducción en el sentido del artículo 9 del Convenio de Berna.

Por otra parte, en virtud de los tratados OMPI sobre Derecho de Autor y sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT), se ha reconocido a los artistas intérpretes o ejecutantes y productores de fonogramas, el derecho exclusivo de autorizar la puesta a disposición del público de sus obras, interpretaciones o ejecuciones o fonogramas, ya sea por hilo o por medios inalámbricos, de tal manera que los miembros del público puedan tener acceso a ellos desde el lugar y en el momento que cada uno de ellos elija, haciéndose con esto clara alusión a la comunicación de tales contenidos a través de las redes digitales interactivas, como el Internet.

El Tratado OMPI sobre Derecho de Autor ha sido aprobado en Colombia mediante la Ley 565 de 2000, y en el ámbito internacional ha entrado en vigencia el 6 de marzo de 2002.

El Tratado OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas ha sido aprobado en Colombia mediante la Ley 545 de 1999, y a escala internacional ha entrado en vigencia el 20 de mayo de 2002.

Las normas que regulan el derecho de autor en Colombia son:

- Artículo 61 de la Constitución Política de Colombia; ART. 61.- El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.
- Decisión Andina 351 de 1993; REGIMEN COMUN SOBRE DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS
- Ley 23 de 1982; “Sobre derechos de autor”
- Ley 44 de 1993; “por la cual se modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 del convenio antipiratería
- Ley 599 de 2000 (Código Penal Colombiano), Título VIII; Artículo 270. Violación a los derechos morales de autor.

- Decreto 1360 de 1989; “por el cual se reglamenta la inscripción del soporte lógico (software) en el Registro Nacional del Derecho de Autor.”
- Decreto 460 de 1995; “por el cual se reglamenta el Registro Nacional del Derecho de Autor y se regula el Depósito Legal”

Los convenios internacionales que amparan esta norma son²⁵:

- Acuerdo de Caracas de 1911 sobre Derechos de Autor entre Colombia, Bolivia, Ecuador, Perú y Venezuela, al cual adhirió Colombia mediante la Ley 65 de 1913.
- Convención sobre Propiedad Literaria y Artística (IV Conferencia Internacional Americana, Buenos Aires, 1910), a la cual adhirió Colombia mediante la Ley 7 de 1936.
- Convención Interamericana sobre Derechos de Autor en Obras Literarias, Científicas y Artísticas, firmado en Washington en 1946, al cual adhirió Colombia mediante la Ley 6 de 1970.
- Convención Universal sobre el Derecho de Autor, firmada en Ginebra en 1952 y revisada en París en 1971, al cual adhirió Colombia por medio de la Ley 48 de 1975.
- Convenio que establece la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) suscrito en Estocolmo en 1967, al cual adhirió Colombia mediante la Ley 46 de 1979.
- Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas de 1886, cuya última modificación se firmó en París en 1971, al cual adhirió Colombia a través de la Ley 33 de 1987.
- Tratado Internacional para el Registro de las Obras Audiovisuales, suscrito en Ginebra en 1989, al cual adhirió Colombia a través de la Ley 26 de 1992.

²⁵ Unidad administrativa especial dirección nacional de derechos de autor

- Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial de Comercio (OMC), que contiene el Acuerdo sobre los aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), al cual adhirió Colombia mediante la Ley 170 de 1994.
- Tratado de Libre Comercio, suscrito entre Colombia, México y Venezuela (G-3), al cual adhirió Colombia en virtud de la Ley 172 de 1994.
- Tratado OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas, suscrito en Ginebra en 1996, al cual adhirió Colombia mediante la Ley 545 de 1999.
- Tratado OMPI sobre Derecho de Autor, suscrito en Ginebra en 1996, al cual adhirió Colombia mediante la Ley 565 de 2000.

a. Registro de soporte lógico (software)

La Oficina de Registro de la Dirección Nacional de Derecho de Autor, presta el servicio gratuito de registro de obras literarias y artísticas, entre ellas el soporte lógico o software.

En este sentido, la finalidad del registro es la de otorgar mayor seguridad jurídica a los titulares respecto de sus derechos autorales y conexos, dar publicidad a tales derechos y a los actos y contratos que transfieren o cambien su dominio y dar garantía de autenticidad a los titulares de propiedad intelectual y a los actos y documentos a que a ella se refieran.

Por tal razón, el objeto del registro de derecho de autor y de los derechos conexos no es constitutivo de ellos sino meramente declarativo, no obligatorio y sirve de medio idóneo de prueba. Lo anterior, responde al criterio normativo autoral que establece que desde el mismo momento de la creación nace el derecho y no se requieren de formalidades para la constitución del mismo.

I. Trámite del registro de Soporte Lógico o software ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor

Se debe diligenciar el formato que para tal efecto ha diseñado la entidad (VER ANEXO # 2: SOLICITUD INSCRIPCION SOPORTE LOGICO). Este consta de la hoja denominada "Solicitud de Inscripción de Soporte Lógico o Software"; los datos allí requeridos deberán consignarse de idéntica manera en letra clara y legible, preferiblemente a máquina, sin enmiendas o correcciones, firmarse la hoja en original y remitirse junto con la copia de la obra y los demás documentos requeridos a la Oficina de Registro de esta entidad.

El programa de turismos, por ser un producto nuevo en el mercado, es imperativo que se encuentre inscrito ante la dirección nacional de derechos de autor, pues esto garantizará que este producto solo sea explotado por nosotros o por terceros pero solamente bajo licencia.

2. SOCIEDAD ANONIMA

La sociedad anónima es una de las figuras más utilizadas en la constitución de empresas, y está conformada por un número plural de socios que no puede ser menor a cinco (5) socios y un máximo ilimitado. La razón social debe estar seguida por la sigla S.A.

a. Capital en las sociedades anónimas

El capital de las sociedades anónimas se divide en acciones de igual valor y se representan por un título negociable.

El capital de la sociedad anónima comprende el capital autorizado, suscrito y pagado.

Al momento de constituir la empresa, se debe suscribir como mínimo el 50% del capital autorizado, y pagarse como mínimo la tercera parte del capital suscrito. Esto quiere decir

que si la sociedad anónima se constituye con un capital autorizado de \$70'000.000, se debe suscribir como mínimo \$35'000.000 y pagar como mínimo \$11'900.000.

b. Definición de capital autorizado, suscrito y pagado.

Capital autorizado. Es el monto de capital que al momento de constituirse la sociedad, los socios deciden como límite máximo. Es la capitalización máxima que tendrá una sociedad, y por lo general corresponde a las proyecciones y aspiraciones futuras de los socios.

Capital suscrito. Es la parte del capital autorizado que los socios se comprometen a pagar. El pago del capital suscrito se puede hacer de contado o mediante cuotas en un plazo no mayor a un año. Una vez un socio haya pagado la totalidad del capital suscrito, puede suscribir otra parte del capital autorizado. La suscripción del capital, impone al socio la obligación de pagarlo.

Capital pagado. Corresponde al capital que efectivamente se debe pagar al momento de la constitución de la sociedad. Es el capital con que puede contar la empresa al momento de su constitución.

c. Constitución de la sociedad anónima

La constitución de una sociedad anónima debe hacerse mediante escritura pública con el cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 110 del código de comercio. Requiere también la inscripción en el Registro mercantil.

d. Acciones

Las acciones deben ser nominativas, esto quiere decir, en ellas debe figurar el nombre del titular de la respectiva acción.

Las acciones son indivisibles, es decir, que en la eventualidad que una acción llegare a pertenecer a más de una persona, ésta no se puede dividir, y por consiguiente, los diferentes titulares de la acción, deberán elegir un representante para que en su nombre ejerza los derechos que les otorga la posesión de la acción.

e. Derechos de los accionistas

Una acción le otorga a su titular los siguientes derechos:

El de participar en las deliberaciones de la asamblea general de accionistas y votar en ella;
El de recibir una parte proporcional de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio, con sujeción a lo dispuesto en la ley o en los estatutos; El de negociar libremente las acciones, a menos que se estipule el derecho de preferencia en favor de la sociedad o de los accionistas, o de ambos; El de inspeccionar, libremente, los libros y papeles sociales dentro de los quince días hábiles anteriores a las reuniones de la asamblea general en que se examinen los balances de fin de ejercicio, y El de recibir una parte proporcional de los activos sociales al tiempo de la liquidación y una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

f. Acciones de goce

Podrán crearse acciones de goce o industria para compensar las aportaciones de servicios, trabajo, conocimientos tecnológicos, secretos industriales o comerciales, asistencia técnica y, en general, toda obligación de hacer a cargo del aportante. Los títulos de estas acciones permanecerán depositados en la caja social para ser entregados al aportante, en la medida en que cumpla su obligación y, mientras tanto, no serán negociables.

Los titulares de las acciones de goce o de industria tendrán los siguientes derechos:

- Asistir con voz a las reuniones de la asamblea;
- Participar en las utilidades que se decreten

- Al liquidarse la sociedad, participar de las reservas acumuladas y valorizaciones producidas durante el tiempo en que fue accionista, en la forma y condiciones estipuladas.

g. Acciones privilegiadas y ordinarias

Las acciones podrán ser ordinarias o privilegiadas. Las primeras conferirán a sus titulares los derechos esenciales consagrados en el artículo 379; las segundas, además, podrán otorgar al accionista los siguientes privilegios:

- Un derecho preferencial para su reembolso en caso de liquidación hasta concurrencia de su valor nominal;
- Un derecho a que de las utilidades se les destine, en primer término, una cuota determinada, acumulable o no. La acumulación no podrá extenderse a un período mayor de cinco años.
- Cualquiera otra prerrogativa de carácter exclusivamente económico.

En ningún caso podrán otorgarse privilegios que consistan en voto múltiple, o que priven de sus derechos de modo permanente a los propietarios de acciones comunes.

h. Dirección y administración

I. Asamblea general de accionistas

La asamblea de socios es el máximo órgano administrativo de la sociedad y está constituida por los accionistas reunidos en Quórum en las condiciones previstas en los respectivos estatutos quienes designarán la junta directiva.

II. Funciones

La asamblea general de accionistas ejercerá las funciones siguientes:

- 1) Disponer qué reservas deben hacerse además de las legales;
- 2) Fijar el monto del dividendo, así como la forma y plazos en que se pagará;
- 3) Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, funcionarios directivos o el revisor fiscal;
- 4) Elegir y remover libremente a los funcionarios cuya designación le corresponda;
- 5) Disponer que determinada emisión de acciones ordinarias sea colocada sin sujeción al derecho de preferencia, para lo cual se requerirá el voto favorable de no menos del setenta por ciento de las acciones presentes en la reunión;
- 6) Adoptar las medidas que exigiere el interés de la sociedad, y
- 7) Las demás que le señalen la ley o los estatutos, y las que no correspondan a otro órgano.

III. Reuniones

Las reuniones ordinarias de la asamblea se efectuarán por lo menos una vez al año, en las fechas señaladas en los estatutos y, en silencio de estos, dentro de los tres meses siguientes al vencimiento de cada ejercicio, para examinar la situación de la sociedad, designar los administradores y demás funcionarios de su elección, determinar las directrices económicas de la compañía, considerar las cuentas y balances del último ejercicio, resolver sobre la distribución de utilidades y acordar todas las providencias tendientes a asegurar el cumplimiento del objeto social.

Si no fuere convocada la asamblea se reunirá por derecho propio el primer día hábil del mes de abril, a las 10 a.m., en las oficinas del domicilio principal donde funcione la administración de la sociedad.

Los administradores permitirán el ejercicio del derecho de inspección a los accionistas o a sus representantes durante los quince días anteriores a la reunión.

IV. Quórum y mayorías decisorias

La asamblea deliberará con un número plural de socios que represente, por lo menos, la mitad más una de las acciones suscritas, salvo que en los estatutos se pacte un quórum inferior.

Con excepción de las mayorías decisorias señaladas en los artículos 155, 420 numeral 5 y 455 del Código de Comercio, las decisiones se tomarán por mayoría de los votos presentes. En los estatutos de las sociedades que no negocien sus acciones en el mercado público de valores, podrá pactarse un quórum diferente o mayorías superiores a las indicadas.

V. Junta directiva

La junta directiva estará integrada con un mínimo de miembros con sus respectivos suplentes. Los miembros de la junta directiva serán elegidos por la asamblea general de socios.

VI. Atribuciones

Salvo disposición estatutaria en contrario, se presumirá que la junta directiva tendrá atribuciones suficientes para ordenar que se ejecute o celebre cualquier acto o contrato comprendido dentro del objeto social y para tomar las determinaciones necesarias en orden a que la sociedad cumpla sus fines.

VII. Representante legal

El representante legal será designado por la junta directiva o por la asamblea de socios si así lo establecen los estatutos. El representante legal puede ser removido en cualquier momento, o ser reelegido indefinidamente. La designación del representante legal debe ser inscrita en el registro mercantil.

Mientras un representante legal figure en el registro mercantil, será el responsable ante tercero para todos los efectos legales propios de su cargo y funciones.

VIII. Pago de dividendos

Cada accionista tiene derecho a la proporción de las utilidades según su participación en la sociedad. Los dividendos deben ser aprobados por la asamblea de socios, y deben estar fundamentados en estados financieros fidedignos. Antes de la distribución de dividendos, se debe primero apropiar lo correspondiente a la Reserva legal o estatutarias, lo mismo que la provisión para el pago de impuestos.

Los dividendos pueden ser pagados en efectivo o mediante nuevas acciones, pero en este último caso, se requiere la aprobación de por lo menos el 80% de la representación las acciones. En caso de no existir tal aprobación, el pago en acciones sólo se puede hacer a quien así voluntariamente lo acepte.

La distribución de utilidades, debe ser aprobada por el 78% o más del las acciones. Si no se consigue esta mayoría, se debe distribuir por lo menos el 50% de las utilidades, previa aplicación de las utilidades para enjugar pérdidas si las hubiere.

3. INSCRIPCION EN CAMARA DE COMERCIO DE LA SOCIEDAD

Por el contrato de sociedad, dos o más personas se obligan a efectuar un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse entre sí las utilidades del respectivo ejercicio social. Una vez constituida en debida forma, la sociedad es persona jurídica diferente de los socios que la integran. La sociedad Cartagena Interactiva S.A. debe matricularse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Cartagena, pues este es el lugar en donde se establece su domicilio principal.

a. Requisitos para su inscripción²⁶

La sociedad comercial debe formular la solicitud de matrícula a través de los representantes legales, dentro del mes siguiente a la fecha de la escritura pública de constitución, acompañando dicho documento y tramitando los formularios y el anexo tributario Para ello:

1. Se debe diligenciar el formulario de Registro Único Empresarial (Carátula Única y Anexo Mercantil), firmado por el representante legal de la sociedad.
2. Solicitar y diligenciar el anexo tributario con la firma del representante legal.
3. Anexar copia de la escritura pública de constitución, la cual debe contener por lo menos los siguientes aspectos para que proceda su inscripción, sin perjuicio de los demás requisitos contenidos en el artículo 110 de Código de Comercio:
4. Nombre completo de los constituyentes con sus documentos de identidad.
En el caso de que los participantes en la constitución de la sociedad sean

²⁶ cámara de comercio de Cartagena, código de comercio

personas jurídicas (sociedades, entidades sin ánimo de lucro etc.), es necesario indicar en el documento el NIT correspondiente.

5. Denominación o razón social. Esta debe responder al tipo de sociedad que se constituye: la cual para el caso, será sociedad anónima.
6. Domicilio principal (ciudad o municipio donde se establece).
7. Vigencia o término de duración de la sociedad.
8. Objeto social o actividades que desarrollará. El objeto social debe estar descrito de manera clara y determinada.
9. Capital social y su distribución entre los socios, indicando las formas como fue pagado (dinero, especie, o industria). En cuanto a la distribución del capital debe indicar el número de cuotas o acciones según el caso y el valor nominal de cada una.
10. Representación legal y nombramientos.
11. Cuando se aporten a la sociedad activos tales como bienes inmuebles, deberá inscribirse la escritura en el registro de instrumentos públicos del lugar de ubicación del inmueble.
12. Carta de aceptación del cargo con indicación del número del documento de identidad por parte de los designados como representantes legales, miembros de junta directiva y revisores fiscales. Si se deja constancia en la escritura pública de constitución de tal aceptación, no es necesario este requisito.

b. Libros que se deben inscribir

Libros de Comercio (Artículos 48-74 Código de Comercio Decreto 2649/93)

Para todos los efectos legales, cuando se haga referencia a los libros de comercio, se entenderán por tales los que determine la ley como obligatorios y los auxiliares necesarios

para el completo entendimiento de aquellos (Artículo 49 Código de Comercio).

Algunos libros que se registran en la Cámara de Comercio son:

- De contabilidad: diario y mayor y balances.
- De actas de Asamblea de accionistas, Junta de Socios y Juntas Directivas (Artículos 189, 195 y 431 del Código de Comercio y el 131 del Decreto 2649 de 1993).
- De registro de acciones (Artículos 195 y 406 Código de Comercio).
- De registro de socios en sociedades limitadas (Artículo 361 Código de Comercio).
- De Accionistas, (Artículo 130 Decreto 2649/93).

4. LA LICENCIA DE MYSQL²⁷

Este servidor de bases de datos se distribuye bajo los términos de la Licencia Publica General GNU, pero no es totalmente hostil al "payware" (software comercial) ya que hay una licencia comercial disponible para aquellos que quieran distribuir aplicaciones no GPL que requieran MySQL.

Para saber si se tiene que adquirir licencias para aplicaciones no GPL, las palabras clave son "distribuir" y "requerir". Lo opuesto de "distribuir" es "uso interno". La idea de uso interno es que uno use una aplicación sólo "para sí mismo", no dándosela a otros. Por ejemplo, si se usa MySQL para desarrollo de software, se considera uso interno independientemente de si planea vender ese software o no. El mismo principio se aplica por ejemplo a una compañía que usa MySQL como servidor de bases de datos y puede desarrollar aplicaciones que requieran MySQL sin tener que publicar esas aplicaciones bajo los términos de la GPL, siempre y cuando no distribuyan esas aplicaciones (es decir, siempre y cuando se usen "para nosotros mismos").

²⁷ Mysql.com

También se considera uso interno si una compañía o alguien contrata un desarrollador de software para hacer una aplicación a medida pensada para uso interno, y consecuentemente estas aplicaciones no deben necesariamente ser GPL. Esto es importante para aquellos desarrolladores de software que desarrollan soluciones de software porque no tienen que pagar una licencia o verse forzados a distribuir sus aplicaciones como GPL. La escena cambia cuando pretende vender la misma aplicación a más de un cliente o darla como freeware. Eso se llama "distribución" y consiguientemente deberá ya sea distribuir la aplicación bajo los términos de la GPL o bien pagar la licencia comercial de MySQL.

La única forma de evitar estas dos opciones para distribuir una aplicación es desarrollándola de tal manera que no "requiera" MySQL. Una aplicación no requiere MySQL si es capaz de realizar las mismas cosas sin MySQL (por ejemplo si puede alternativamente usar otro servidor de bases de datos).

5. LICENCIA COMERCIAL²⁸

Para poder distribuir aplicaciones no GPL que requieran MySQL se deberá adquirir una licencia comercial por cada aplicación y máquina servidora corriendo MySQL. Por ejemplo, si se compran 100 licencias de una aplicación "A" y 50 licencias de una aplicación "B" a la empresa creadora de MySQL, para ser usadas en una red donde sus aplicaciones usarán 10 servidores MySQL corriendo en la misma máquina, entonces se deberá comprar sólo dos (2) licencias para poder vender sus aplicaciones porque sólo hay una máquina servidora (sin importar cuántos servidores MySQL corran en ella) y dos aplicaciones (sin importar cuántas licencias venda de cada una), así que sólo hay dos combinaciones "aplicación-servidor" (y consiguientemente se necesitan dos licencias):

²⁸ mysql.com

Aplicación "A" - Servidor 1

Aplicación "B" - Servidor 1

La licencia tiene un valor unitario de \$200 (USD), y se pueden comprar muchas licencias antes de usarlas para sacar partido de importantes descuentos.

6. TRABAJADORES

En el código sustantivo de trabajo se define el derecho individual del trabajo, en esta compilación de leyes se define los derechos y deberes de los empleados y empleadores, solemnizados por medio de un contrato, ya sea termino fijo o a termino indefinido, los artículos necesarios para llevar a cabo un contrato laborar y su ejecución son del articulo 22 hasta el artículo 88 de dicho código²⁹.

También se requieren conocer los artículos pertenecientes al título IV referente al reglamento de trabajo y mantenimiento del orden en el establecimiento; el título V referente a salarios; el titulo VII referente a los descansos obligatorios; El título VIII referente a prestaciones patronales comunes, el titulo IX referente a prestaciones patronales especiales; el titulo X referente a las normas protectoras de las prestaciones y por último el titulo XI referente a la higiene y seguridad en el trabajo

Por otra parte se puede mencionar la ley 52 de 1975, que habla sobre los intereses a las cesantías de trabajadores.

²⁹ Código sustantivo del trabajo, ley 50 de 1990, ley 789 de 2002, ley 1010 enero 23 de 2006

7. CONCLUSIONES ESTUDIO LEGAL

La normatividad colombiana, permite la fácil creación de empresas que puedan aportar a la economía del país y a generar empleos, por esto ella cuenta con un sin número de estatutos y leyes que ayudan a proteger la inversión nacional, como lo son las leyes que protegen los derechos de autor y las que regulan la creación de empresa y el trato de empleados por parte de los trabajadores.

La empresa Cartagena Interactiva S.A., cuenta con todos los requisitos para constituirse legalmente como organización y poner en marcha sus operaciones.

ESTUDIO FINANCIERO

ANALISIS FINANCIERO

1. ESTADO DE RESULTADOS

Es un Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado. Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General. Estado que muestra la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades; venta de bienes, servicios, cuotas y aportaciones y los egresos en un periodo determinado.

Si las rentas son superiores a los gastos, se retira un beneficio. En el caso contrario, gastos o cargas más elevadas harán sufrir una pérdida a la empresa. El fisco, cada final de año hace hincapié en la producción de este último estado. Comprenderá que un impuesto sobre la renta son la consecuencia en los beneficios.

El estado de resultado de la empresa Cartagena Interactiva S.A., se proyectará a 5 años, para mirar las rentabilidades a largo plazo de esta y determinar así el monto de los ingresos y gastos, y establecer si existirá utilidad o pérdida en el periodo gravable.

En este estado de resultado, durante la proyección a 5 años, se obtienen remanentes de la operación de la empresa, y estas utilidades se puede decir que son satisfactorias para los accionistas.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	año 5
<i>Ventas clientes A1</i>	57.240.000	62.964.000	6.296.400	629.640	62.964	6.296
<i>ventas clientes B</i>	76.320.000	83.952.000	92.347.200	101.581.920	111.740.112	122.914.123
<i>ventas clientes software</i>	265.159.500	291.675.450	320.842.995	352.927.294	388.220.024	427.042.026
<i>ventas físico</i>	88.386.500	97.225.150	106.947.665	117.642.431	129.406.674	142.347.342
<i>Descuentos</i>	13.356.000	14.691.600	9.864.360	10.221.156	11.180.307	12.292.042
<i>Costo de ventas</i>	51.203.220	92.493.220	133.783.220	175.073.220	216.363.220	257.653.220
<i>Utilidad Bruta</i>	334.160.280	331.406.630	275.839.015	269.844.478	272.479.572	280.017.184
<i>gastos operacionales</i>						
<i>Gastos administrativos</i>	66.000.000,0	72.600.000	79.860.000	87.846.000	96.630.600	106.293.660
<i>Depreciación</i>		3.565.480	3.565.480	3.565.480	600.000	600.000
<i>gastos no operacionales</i>	16.876.000	18.563.600	20.419.960	22.461.956	24.708.151	27.178.966
<i>Utilidad operacional</i>	251.284.280	236.677.550	171.993.575	155.971.042	150.540.820	145.944.557
<i>otros ingresos</i>	51.203.220	92.493.220	133.783.220	175.073.220	216.363.220	257.653.220
<i>Utilidad antes de impuestos</i>	302.487.500	329.170.770	305.776.795	331.044.262	366.904.040	403.597.777
<i>Impuestos</i>	102.845.750	111.918.061	103.964.110	112.555.049	124.747.373	137.223.244
<i>utilidad liquida</i>	199.641.750	217.252.708	201.812.684	218.489.213	242.156.666	266.374.533
<i>reserva legal</i>	19.964.175	21.725.270	20.181.268	21.848.921	24.215.666	26.637.453
<i>Reserva estatutaria (5%)</i>	9.982.087	10.862.635	10.090.634	10.924.460	12.107.833	13.318.726
<i>utilidad neta</i>	169.695.487	184.664.802	171.540.782	185.715.831	205.833.166	226.418.353

2. BALANCE GENERAL

Es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a Cartagena Interactiva S.A., a una fecha determinada.

Al elaborar el balance general se obtiene información valiosa sobre el negocio, como el estado de las deudas, lo que debe cobrar o la disponibilidad de dinero en el momento o en un futuro próximo.

En el BG se ve aumentado gradualmente el patrimonio de la empresa, puesto que las utilidades no se reparten totalmente, si no solamente en un 50% y el resto va a utilidades acumuladas, por ende la empresa es cada vez mas liquida.

El disponible y deudores, son cuentas que son solidas, que son capaces de soportar la empresa y demostrar liquidez y rentabilidad a corto y largo plazo.

BALANCE GENERAL PROYECTADO

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Activo

<i>Caja – Bancos</i>	56.692.360	267.025.544	491.394.500	475.436.881	491.297.234	521.941.334
<i>cuentas por cobrar clientes</i>	235.695.488	194.507.014	91.907.628	126.952.414	144.241.555	170.650.562
Activo corriente	292.387.847,5	461.532.557,0	583.302.127,7	602.389.294,2	635.538.789,1	692.591.895,6
<i>Activos fijo neto</i>	11.896.440,0	8.330.960,0	4.765.480,0	1.200.000,0	600.000,0	0,0
<i>Depreciación</i>	0,0	3.565.480,0	3.565.480,0	3.565.480,0	600.000,0	600.000,0
<i>inversión en activos fijos</i>	0,0	4.000.000,0	5.000.000,0	6.000.000,0	7.000.000,0	8.000.000,0
<i>Licencias</i>	1.411.200	1.411.200	1.411.200	1.411.200	1.411.200	1.411.200
<i>gastos pagados por anticipado</i>	29.946.263	62.534.169	30.271.903	32.773.382	36.323.500	39.956.180
Total	335.641.750,0	534.243.405,7	621.185.230,4	640.208.396,2	680.273.489,2	741.359.275,5

Pasivo y Patrimonio

<i>salarios por pagar</i>	66.000.000,0	72.600.000,0	79.860.000,0	87.846.000,0	96.630.600,0	106.293.660,0
<i>anticipos y avances recibidos</i>	0,0	4.695.210,0	0	0,0	0,0	0
<i>dividendos o participaciones por pagar</i>	0,0	84.847.743,8	92.332.401,0	85.770.391,0	92.857.915,6	102.916.583,4
Total Pasivos	66.000.000,0	77.295.210,0	79.860.000,0	87.846.000,0	96.630.600,0	106.293.660,0

Patrimonio

<i>aportes sociales</i>	70.000.000,0	70.000.000,0	70.000.000,0	70.000.000,0	70.000.000,0	70.000.000,0
<i>Utilidades del periodo</i>	169.695.487,5	184.664.802,0	171.540.782,0	185.715.831,3	205.833.166,9	226.418.353,0
<i>utilidades acumuladas</i>	0,0	169.695.487,5	269.512.545,7	263.873.183,0	271.486.222,3	298.691.082,5
<i>reserva legal</i>	19.964.175,0	21.725.270,8	20.181.268,5	21.848.921,3	24.215.666,7	26.637.453,3
<i>reserva estatutaria 5%</i>	9.982.087,5	10.862.635,4	10.090.634,2	10.924.460,7	12.107.833,3	13.318.726,6
Total	335.641.750,0	534.243.405,7	621.185.230,4	640.208.396,2	680.273.489,2	741.359.275,5

3. CAPITAL DE TRABAJO Y SU VARIACIÓN

El capital de trabajo corresponde a la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente, es decir, entre los recursos de corto plazo y las obligaciones de corto plazo. Al adoptarse el capital de trabajo como base para la preparación del estado de cambios en la posición financiera, se le está asignando al concepto “fondos” un carácter amplio que comprende a todos los recursos y obligaciones de corto plazo.

Así, puede reconocerse un ingreso de fondos tanto cuando se produce una entrada de dinero como cuando se hace un cargo a una cuenta por cobrar, a una cuenta de existencias o a otros rubros del activo corriente, o bien cuando disminuye una cuenta del pasivo corriente; del mismo modo existe un egreso de fondos no sólo cuando ocurre una salida de disponibilidades o una disminución de otros recursos del activo circulante, sino que también cuando se contrae una obligación a corto plazo.

El concepto de capital de trabajo como equivalente de fondos da lugar, en consecuencia, a un movimiento muy similar al que ocurre con el de caja. Sin embargo, el objetivo es distinto, por cuanto lo que se pretende en el primer caso es identificar la situación financiera de corto plazo con todas las partidas que conforman el activo y pasivo corriente.

Conocer el monto del capital de trabajo de una empresa, como así también sus aumentos y disminuciones durante un período determinado, puede ser una información valiosa para distinguir claramente la diferencia que existe entre el resultado económico y los efectos de las operaciones en la posición financiera de corto plazo.

En general, podemos decir que el resultado económico se afecta cada vez que se reconoce una ganancia o una pérdida, el capital de trabajo sólo sufre una modificación cuando se produce algún desplazamiento entre los sectores corrientes y no corrientes del balance.

El cambio en el capital de trabajo, se hace de un año a otro, para determinar el monto de las variaciones, y concluir si estas son positivas o negativas, si la empresa esta creando o destruyendo valor.

CAPITAL DE TRABAJO Y SU CAMBIO

CAMBIO EN EL CAPITAL DE TRABAJO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
<i>Caja – Bancos</i>	56692360	267025543	491394499	475436880	491297233	521941333
<i>cuentas por cobrar clientes</i>	235695487	194507013	91907627	126952413	144241555	170650561
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	292387847	461532557	583302127	602389294	635538789	692591895
Pasivo						
<i>salarios por pagar</i>	66000000	72600000	79860000	87846000	96630600	106293660
<i>anticipos y avances recibidos</i>	0,00	4695210	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>dividendos o participaciones por pagar</i>	0,00	84847743	92332400	85770391	92857915	102916583
TOTAL PASIVO CORRIENTE	66.000.000	162.142.953	172.192.401	173.616.391	189.488.515	209.210.243
CAPITAL DE TRABAJO	226.387.847	299.389.603	411.109.726	428.772.903	446.050.273	483.381.652
CAMBIO EN EL CAPITAL DE TRABAJO		73.001.755	111.720.123	17.663.176	17.277.370	37.331.378

4. FLUJO DE CAJA LIBRE (FCL)

Se define como el saldo disponible para pagar a los accionistas y para cubrir el servicio de la deuda (intereses de la deuda + principal de la deuda) de la empresa, después de descontar las inversiones realizadas en activos fijos y en necesidades operativas de fondos (NOF).

En este caso el flujo de caja libre va en disminución, pues al verse aumentado el capital de trabajo y la inversión en nuevos activos fijos, este disminuirá, pero con fines de mayor productividad de la empresa.

FCL DESDE LA UTILIDAD OPERACIONAL (EBIT)						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
U O	251.284.280,0	236.677.550,0	171.993.575,0	155.971.042,5	150.540.820,8	145.944.557,2
<i>Menos impuestos sobre la UO</i>	85.436.655,2	80.470.367,0	58.477.815,5	53.030.154,5	51.183.879,1	49.621.149,5
<i>mas depreciación</i>		3.565.480,0	3.565.480,0	3.565.480,0	600.000,0	600.000,0
<i>menos cambio en el capital de trabajo</i>	0,0	73.001.755,8	111.720.123,5	17.663.176,5	17.277.370,3	37.331.378,7
<i>menos inversión en activos fijos</i>	0,0	4.000.000,0	5.000.000,0	6.000.000,0	7.000.000,0	8.000.000,0
FCL	165.847.624,8	82.770.907,3	361.116,0	82.843.191,6	75.679.571,4	51.592.029,1

5. FLUJO DE CAJA DEL ACCIONISTA

Se trata del flujo que corresponde a aquellos que aportan los recursos propios de la empresa. En este caso es preciso incluir en los flujos de la empresa los efectos de la financiación. Los accionistas son los titulares de los flujos residuales de la empresa, esto significa que a ellos pertenecen todas las cantidades que resten una vez cubiertas las obligaciones financieras, incluida las devoluciones de deuda, y satisfechas las necesidades de inversión previstas.

FCA DESDE LA UTILIDAD NETA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta	0,0	169.695.487,5	184.664.802,0	171.540.782,0	185.715.831,3	205.833.166,9
<i>Depreciación</i>	0,0	0,0	3.565.480,0	3.565.480,0	3.565.480,0	600.000,0
<i>Menos Cambio en el Capital de Trabajo</i>	0,0	73.001.755,8	111.720.123,5	17.663.176,5	17.277.370,3	37.331.378,7
<i>inversion en activos fijos</i>	11.896.440,0	8.330.960,0	4.765.480,0	1.200.000,0	600.000,0	0,0
FCA FLUJO DE CAJA DEL ACCIONISTA(fonade)	-11.896.440,0	88.362.771,8	71.744.678,5	156.243.085,5	171.403.941,0	169.101.788,2

6. ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO

Es el estado financiero que muestra en forma detallada los aportes de los socios y la distribución de las utilidades obtenidas en un periodo, además de la aplicación de las ganancias retenidas en periodos anteriores. Este muestra por separado el patrimonio de la empresa.

ESTADO DE CAMBIO EN EL PATRIMONIO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	año 5
Patrimonio						
<i>aportes sociales</i>	70000000	70000000	70000000	70000000	70000000	70000000
<i>Utilidades del periodo</i>	169695488	184664802	171540782	185715831	205833167	226418353
<i>utilidades acumuladas</i>	0	169695488	269512546	263873183	271486222	298691082
TOTAL PATRIMONIO	239695488	424360289	511053328	519589014	547319389	595109436
CAMBIO EN EL PATRIMONIO	0	184664802	86693038,2	8535686,53	27730374,9	47790046,4

7. ESTADO DE CAMBIO EN LA SITUACIÓN FINANCIERA.

Las actividades de inversión incluyen el otorgamiento y cobro de préstamos, la compra y venta de deudas, de instrumentos, de capital, de inmuebles, equipo, maquinaria, de otros activos productivos distintos de aquellos que son considerados como inventarios de la empresa.

Son las disposiciones relativas a la preparación del estado de cambios en la situación financiera expresado en pesos de poder adquisitivo a la fecha del balance general.

El estado financiero básico muestra en pesos los recursos generados o utilizados en la operación, los principales cambios ocurridos en la estructura financiera de la entidad y su reflejo final en el efectivo e inversiones temporales a través de un periodo determinado.

La generación o uso de recursos es el cambio en pesos en las diferentes partidas del balance general, que se derivan o inciden en el efectivo.

Las actividades de financiamiento incluyen la obtención de recursos de los accionistas y el reembolso o pago de los beneficios derivados de su inversión, pago de recursos obtenidos mediante operaciones a corto y largo plazo.

Las actividades de inversión incluyen el otorgamiento y cobro de préstamos, la compra y venta de deudas, de instrumentos, de capital, de inmuebles, equipo, maquinaria, de otros activos productivos distintos de aquellos que son considerados como inventarios de la empresa.

Las actividades de operación generalmente están relacionadas con la producción y distribución de bienes y prestación de servicios, con transacciones y otros eventos que tienen efectos en la determinación de la utilidad neta y/o con aquellas actividades que se traducen en movimientos de los saldos de las cuentas directamente relacionadas con la

operación de la entidad y que no quedan enmarcadas en las actividades de financiamiento o de inversión.

El conjunto de los cambios en la situación financiera, muestran la modificación registrada, en pesos en cada uno de los principales rubros que la integran, los cuales, junto con el resultado del periodo, determinan el cambio de los recursos de la entidad durante un periodo.

En este estado se relacionan el resultado neto de la gestión con el cambio en la estructura financiera y con el reflejo de todo ello en el incremento o decremento del efectivo y de las inversiones temporales durante el periodo.

En el estado de cambio en la situación financiera o mas comúnmente llamado estado de fuentes y usos, todo aumento del pasivo se considera un origen de dinero, toda disminución en el activo se considera un origen, todo aumento de un activo es una aplicación y toda disminución de un pasivo es una aplicación.

8. CONCLUSIONES ESTUDIO FINANCIERO.

La actividad de la empresa Cartagena interactiva S.A. financieramente se percibe como una empresa sólida económicamente y capaz de producir rentabilidad y a su vez obtener liquidez a corto plazo y a largo plazo.

El proyecto turístico, se pudo determinar que es viable tanto financieramente como socialmente, lo cual se puede lograr con una mínima inversión la cual es capaz de generar beneficios a los accionistas.

CONCLUSIONES

A pesar de que el turismo es el tercer renglón mas importante de la economía para la ciudad de Cartagena de Indias, es poco la competitividad desarrollada en este sector frente a otras ciudades del caribe.

Esto lo podemos ver reflejado en que hoy en día no se cuenta con servicios promocionales del turismo claros y definidos, puesto que sólo existen los paquetes que desean ofrecer las agencias de viaje y los hoteles o los libros de guías que solo viene en español, lo que no se ajusta al cliente potencial. Así pues, no existe un producto como tal que le pueda indicar al turista como poder realizar una excursión y poder escoger el servicio de su gusto y preferencia, ajustándose a todas sus expectativas y particularidades.

Es por esto que el kit turístico se considera un excelente producto, ya que combina las particularidades del cliente objetivo, como lo son los diferentes idiomas y sus ingresos; las preferencias y gustos, puesto que se divide por actividades ya sea ocio, negocios, deportes; y se aplica tecnología sencilla pero que no había sido usada para este fin, como lo es el software con capacidad de descargarse en los “celulares inteligentes” que posee la mayoría de clientes internacionales.

En cuanto al estudio técnico, aunque el proyecto es complejo y necesita de varias personas para su desarrollo, se cuenta con las ventajas de que la gran mayoría de las materias primas e insumos son de fácil consecución en el mercado y muchas veces tienen precios muy económicos, lo que aumentaría la rentabilidad del proyecto.

Así mismo, teniéndose un buen recurso humano, como el líder de proyectos, el programador y el diseñador grafico, es fácil el desarrollo del proyecto y la inversión sería amplia en tiempo, pero de costo relativamente bajo.

En el estudio organización se analizaron aspectos relevantes para el desarrollo óptimo y eficaz de la sociedad “Cartagena Interactiva S.A.”, con los cuales se definió los objetivos y metas propuestas por la empresa a mediano y corto plazo, se realizó un análisis DOFA; se analizó los tipos de sociedades que más le convenían a los socios, dando como elección el tipo de sociedad anónima; se definieron los cargos y funciones específicas, así como los salarios que devengaría cada puesto, con lo cual se empieza a esbozar los gastos y costos que se causaran una vez se proyecte el análisis financiero.

Se obtuvo como conclusión que existe una viabilidad organizacional para el proyecto “Cartagena Interactiva”, puesto que no existe ninguna discordancia con las leyes colombianas y la realización de tal proyecto, en relación a la misión, visión, objetivos, mano de obra y tipo de sociedad, lo que permite mantener una coherencia con los objetivos planteados al inicio del proyecto.

Igualmente, La normatividad colombiana, permite la fácil creación de empresas que puedan aportar a la economía del país y a generar empleos, para lo que se cuenta con un sin número de estatutos y leyes que ayudan a proteger la inversión nacional, como lo son las leyes que protegen los derechos de autor y las que regulan la creación de empresa y el trato de empleados por parte de los trabajadores. Después de un estudio a profundidad de las leyes de nuestro país, la empresa “Cartagena Interactiva S.A.” esta preparada para cumplir las leyes relacionados con el software y con la creación misma de la empresa.

En cuanto al estudio financiero se pudo concluir que el proyecto es viable puesto que requiere de poca inversión y posee un gran crecimiento proyectado a cinco años, lo que permitiría que la empresa prosperara y lograra sus objetivos a mediano y largo plazo en relación a extenderse a otras ciudades del país.

Adicionalmente, se cumple con el objetivo básico de todo negocio que es el de ofrecer rentabilidad a sus socios y a sus clientes, así como la misión social de aumentar la tasa de turismo internacional en la ciudad de Cartagena.

BIBLIOGRAFIA

- CARTILLA: Cartagena de Indias, Localidades, territorio y población, pagina 10.
- ministerio de Comercio, Industria y Turismo (indicadores de calidad 2008):
<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=5896&idcompany=1>
- DAS (consolidado de enero a febrero de 2007)
- COTELCO, Operación Hotelera En Colombia (2007)
FIGUEROLA, Manuel; Manual PARA EL ESTUDIO DE LA ECONOMIA TURISTICA EN EL AMBITO MACROECONOMICO: Madrid España; organización mundial del turismo.
BULL, Adrian; la economía del sector turístico; Madrid; España, Alianza editorial; 1994: p12
- Ministerio de comercio, industria y turismo: corresponde a los datos de llegada de pasajeros con motivo de visita: turismo.
- Informe universidad Externado de Colombia, sobre agremiaciones e información publicitaria al turismo, 2005.
http://store.apple.com/1-800-MY-APPLE/WebObjects/AppleStore.woa/wa/RSLID?nnmm=browse&mco=MTIwMzQ&node=home/shop_mac/family/macbook_pro.
http://store.apple.com/1-800-MY-APPLE/WebObjects/AppleStore.woa/wa/RSLID?nnmm=browse&mco=OTkzMTC&node=home/shop_mac/mac_accessories/applecaredotmac. Tomado el día 2 de marzo de 2008.
- http://www.proexport.com.co/vbecontent/newsdetail.asp?id=5720&idcompany=20&ItemMenu=2_251
- <http://www.ccpasto.org.co/content/view/107/100/>
- <http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo5720DocumentNo6720.PDF>
- Unidad administrativa especial dirección nacional de derechos de autor:
<http://www.derechodeautor.gov.co/htm/legal/legislacion/constitucion.htm>

- cámara de comercio de Cartagena, código de comercio:
<http://www.cccartagena.org.co/juridica/rmotras.htm>
- Mysql.com: <http://www.mysql.com/>
- Código sustantivo del trabajo, ley 50 de 1990, ley 789 de 2002, ley 1010 enero 23 de 2006.
- <http://www.cotelco.org/estadisticas/2008/DIC2008.doc>
- **Acosta Carrillo, Deisi., Torres León, Katia**, Análisis comparativo de las condiciones del sector turístico de Cartagena de Indias con respecto al sector turístico de la ciudad de la Habana (Cuba). Cartagena de Indias : D. Acosta Carrillo, 2003
- **Lindo Lugo, Ladilys., Hinostroza Cabrera, José Vicente** Características de la oferta de turismo de negocios de Cartagena de Indias y su nivel de competitividad frente a la oferta de turismo de negocios de Cancún. Cartagena de Indias : L. Lindo Lugo, 2004
- Marketing para turismo EDICIÓN 3 ed. Madrid: Pearson: Prentice Hall, 2004.
- URL: La competitividad turística de Cartagena de Indias: Análisis del destino y posicionamiento en el mercado. <http://www.cccartagena.org.co/portada/foro-comp-06.pdf>
- URL: Ministerio de Industria y Comercio, <http://www.mincomercio.gov.co>
- URL: Turismo Cartagena De Indias.
<http://www.turismocartagenadeindias.com/es/institucional.htm>

ANEXO 1: UNIDADES COMUNERAS DE GOBIERNO URBANAS

CARTAGENA, UCG #1

