

## PLAN DE NEGOCIOS

### “CARTAGENA SOY AGENCIA: UNA PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS”

OLIMPO JOSÉ PATERNINA JADID

PAULO ANDRÉS ARIZA AGUAS



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTAGENA DE INDIAS.

2010

**PLAN DE NEGOCIOS**

**“CARTAGENA SOY AGENCIA: UNA PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO  
DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS”**

**OLIMPO JOSÉ PATERNINA JADID**

**PAULO ANDRÉS ARIAS AGUAS**

**Monografía presentada para optar por el título de profesionales en Finanzas  
y negocios Internacionales.**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CARTAGENA DE INDIAS.**

**2010**

# TABLA DE CONTENIDO

## Contenido

TABLA DE CONTENIDO .....	3
ÍNDICE DE TABLAS Y CUADROS .....	5
ÍNDICE DE GRAFICAS .....	6
RESUMEN .....	7
0.0 INTRODUCCIÓN.....	8
0.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
0.2 OBJETIVOS.....	13
0.2.1 OBJETIVO GENERAL.....	13
0.2.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS .....	13
0.3 MARCO TEÓRICO .....	14
0.3.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO .....	14
0.3.2 SECTOR E IMPACTO ECONOMICO.....	16
0.3.3 CLIENTES Y MERCADOS POTENCIALES.....	16
0.3.4 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN .....	19
0.3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS.....	20
1 ESTUDIO DE MERCADO.....	21
1.2 PRODUCTO O SERVICIO .....	21
1.2.1 Descripción del servicio.....	21
1.3 CONSUMIDOR .....	28
1.4 POBLACIÓN .....	29
1.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA. ....	31
1.5.1 Diagnostico de la situación actual.....	31
1.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA. ....	38
1.7 MERCADO POTENCIAL .....	40
1.7.1 Determinación del mercado potencial .....	40
1.7.2 Determinación del mercado objetivo .....	40
1.7.3 Comercialización .....	43

1.7.4	Alianzas Estratégicas .....	45
2	ESTUDIO TÉCNICO .....	46
2.2	LOCALIZACIÓN.....	46
2.3	DISPONIBILIDAD DE TERRENO .....	46
2.4	TAMAÑO .....	47
2.5	COSTO DEL TERRENO .....	48
2.6	COSTOS Y MATERIALES PARA LA CONSTRUCCION .....	48
2.7	MUEBLES Y ENSERES .....	49
2.8	INVERSION INICIAL.....	50
2.9	DISEÑO EN PLANTA.....	51
2.10	PAQUETES .....	52
3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	55
3.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	56
3.3	MANUAL DE FUNCIONES .....	57
3.4	PERFIL DEL TRABAJADOR: .....	59
3.5	TECNOLOGÍA ADMINISTRATIVA.....	59
4	ESTUDIO LEGAL .....	60
5	ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO .....	73
5.2	INVERSION INICIAL.....	74
5.3	PAQUETES .....	76
5.4	INGRESOS OPERACIONALES.....	79
5.5	COSTOS DE VENTAS .....	80
5.6	FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO SIN FINANCIACIÓN.....	81
5.7	FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA .....	82
6.	CONCLUSIONES.....	84
7.	BIBLIOGRAFÍA.....	85

## ÍNDICE DE TABLAS Y CUADROS

**Tabla 1.** Llegada de viajeros extranjeros sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según ciudad de destino. 2008 – 2009\* .....32

**Tabla 2.** PIB (PPA) per cápita en 2009 en dólares, de los países de los turistas que más ingresan al territorio colombiano.....41 Y 42

**Cuadro 1.** Costo de Construcción para reformas y adecuaciones.....48 y 74, 75

**Cuadro 2.** Muebles y Enseres.....49 y 75

**Cuadro 3.** Paquetes de Sol y Playa.....52 y 76

**Cuadro 4.** Paquetes Cultural.....52,53 y 77

**Cuadro 5.** Paquete Personalizado.....53 y 77

**Cuadro 6.** Paquete Especial Cartagena Soy Plus.....53, 54 y 78

**Cuadro 7.** Ingresos Operacionales.....79

**Cuadro 8.** Costo de Ventas.....80

**Cuadro 9.** Flujo de Caja del Proyecto sin Financiación.....81

**Cuadro 10.** Flujo de Caja del Inversionista.....82 y 83

## ÍNDICE DE GRAFICAS

<b>Gráfica 1.</b> Llegada de viajeros extranjeros sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según ciudad de destino. 2008 – 2009.....	17 y 35
<b>Gráfica 2.</b> Llegada de viajeros extranjeros sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según nacionalidad diciembre 2009.....	18 y 36
<b>Gráfica 3.</b> Llegada de viajeros extranjeros sin incluir ingresos por puntos fronterizos 2008 – 2009.....	33
<b>Gráfica 4.</b> Llegada de viajeros extranjeros sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según nacionalidad 2008 – 2009.....	34
<b>Gráfica 5.</b> Tráfico Aéreo De Pasajeros Nacionales Diciembre Y Total 2008 – 2009.....	37
<b>Gráfica 6.</b> Canales de Distribución.....	43
<b>Gráfica 7.</b> Diseño de Planta.....	51
<b>Gráfica 8.</b> Organigrama.....	56

## **Resumen**

**Título:**

Plan de negocios:

“Cartagena soy agencia: una propuesta para el mejoramiento de los servicios turísticos”

**Autores:**

OLIMPO JOSÉ PATERNINA JADID

PAULO ANDRÉS ARIZA AGUAS

**Disciplina Científica:** Finanzas y Negocios Internacionales

**Entidades Interesadas:**

**Universidad Tecnológica de Bolívar.**

## **0.0 INTRODUCCIÓN**

La gestión de proyectos se ha convertido en uno de los aspectos de mayor importancia para una empresa en proceso de creación, en cuanto al desarrollo de la actividad económica o productiva de una manera eficaz y eficiente; es por ello que un adecuado conocimiento de todos y cada uno de los estudios necesarios para la evaluación de proyectos es vital para saber la viabilidad del negocio y así tomar la decisión adecuada.

Cuando hablamos de gestionar un proyecto o negocio, no solo se trata de realizar una serie de estudios, sino también de analizarlos e interpretarlos, de tal manera que estos sean una herramienta de gran utilidad para la creación de empresas innovadoras.

Con relación a lo anterior, es necesario realizar varios estudios que nos bridan información sobre aspectos que van a incurrir en los posibles resultados que se obtendrán; es así como actualmente podemos encontrar componentes en la gestión de proyectos como: el estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico financiero, estudio legal y estudio organizacional. Los cuales nos suministran la información necesaria para la creación de un negocio.

Gestionar un proyecto turístico ha sido muy pertinente teniendo en cuenta que somos residentes de Cartagena, una ciudad declarada patrimonio histórico de la humanidad por la UNESCO en 1984, que atrae todos los años una cantidad muy significativa de turistas.

Cartagena Soy Agencia, Es un propuesta innovadora, queremos ser una empresa turística destacada por su buen servicio al cliente y por su buena labor comercial, social y sobre todo que les brinde a sus usuarios las mejores opciones para visitar, comer, conocer, transportarse y relacionarse con todos los aspectos que deriven del turismo en la ciudad.

CARTAGENA SOY agencia ofrecerá paquetes turísticos hacia diferentes sitios, culturales e históricos de la ciudad de Cartagena, como lo son:

- ❖ Paseo en Coche por la Ciudad Antigua
- ❖ Visita al Castillo San Felipe
- ❖ Visita al Museo De Oro
- ❖ Almuerzo en restaurantes típicos de la ciudad (Casa De Socorro, Club De Pesca)
- ❖ Visita Palacio De La Inquisición
- ❖ Paseo en chiva por la ciudad de Cartagena
- ❖ Gran Fiesta Blanca

Y también un paquete de turismo de Sol y Playa, con los mejores lugares para disfrutar de unas verdaderas vacaciones caribeñas:

- ❖ Visita al acuario en las Islas Del Rosario
- ❖ Visita a la isla escogida por el turista (Cocoliso, Portonaito, Isla Del Rosario)
- ❖ Almuerzo típico en las islas
- ❖ Juegos náuticos no motorizados (bicicleta acuática, kayak)
- ❖ Caminata ecológica por la islas
- ❖ Bar abierto todo el día (jugos naturales, gaseosas, licores, agua)

Además de lo mencionado y de la variedad de paquetes ofrecidos, se hará énfasis en la seguridad, en la capacitación de nuestro personal, en el acompañamiento al turista y en la autopromoción. Lo anterior con el ánimo de lograr un posicionamiento global de la empresa y por ende de Cartagena.

*Paquete Personalizado:*

Se proporcionará a los turistas, la capacidad de armar y combinar los paquetes con el fin de brindar una mayor gama de servicios.

### *Paquete Especial Cartagena Soy Plus:*

Además de proponer paquetes tradicionales como los anteriormente mencionados los cuales la gran mayoría de las agencias de turismo prestan a los turistas, se agregará un paquete especializado, teniendo en cuenta las diferentes actividades programadas mensualmente por los diferentes medios e instituciones públicas y privadas que promueven la venta de la ciudad de Cartagena como atractivo turístico.

Como empresa cartagenera con responsabilidad social, se quiere formar personas de estratos socio económicos bajos recién egresados de entidades afines al turismo como el SENA con el propósito que tengan bases para futuras capacitaciones realizadas por la empresa. Y aprovechar algunas de nuestras actividades programadas como lo es el S.O.S Cartagena (actividad social que se explicará mas adelante) para aportar nuestro grano de arena para la problemática socioeconómica de la ciudad.

En este aspecto Cartagena Soy Agencia, se crea como una solución a los problemas de competitividad que afectan al turismo en Colombia y en especial a Cartagena, los cuales son:<sup>1</sup> Falta de capacitación, educación o sensibilización por parte los prestadores de servicio; inseguridad de la ciudad; escasez de promoción ó mercadeo y el no diseño del producto o diversificación. También se crea con el ánimo de aportar un grano de arena a la problemática social de nuestro entorno. Dando solución a los problemas de competitividad y sociales se crea un ambiente favorable para un buen negocio como esta agencia.

---

<sup>1</sup> *Secretaria de comercio, industria y turismo, "Plan sectorial de turismo 2008 - 2010", disponible en el sitio web*

<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo/2008/PlanSectorial2007-2010-Preliminar.pdf>, consulta realizada el 3 de Febrero de 2010.

## 0.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

***¿Es la innovación en materia de servicios ofrecidos tanto a clientes externos e internos una manera de hacer más competitiva una empresa de servicios turísticos?***

El turismo ha demostrado ser una fuente de empleo y desarrollo a lo largo de los años y algunos países se han percatado de esta fuente de riquezas y han comenzado a desarrollar y realizar, carreras universitarias y estudios post universitarios, relacionados con el desarrollo, o gestión del turismo.

El turismo es un generador de empleos directos e indirectos que ocupa aproximadamente al 10%<sup>2</sup> de la población mundial activa del mundo, pero con una gran desventaja, y es que la gran mayoría de los empleos se crean durante las temporadas altas de las diferentes zonas turísticas, por lo tanto la generación de empleo no es sostenible en el tiempo.

La Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas define al turismo como las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Cartagena de Indias, por sus características geográficas, fue y sigue siendo desde la época de la colonia un puerto estratégico en el Caribe, razón por la cual se construyeron en el periodo de la colonia murallas, fuertes, iglesias, castillos, y casas con el estilo de la época de la colonia que aun hoy se conservan, todas

---

<sup>2</sup> Organización Mundial del Turismo, "Barómetro OMT del turismo Mundial", disponible en el sitio web [http://unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO\\_Barom08\\_1\\_sp.pdf](http://unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom08_1_sp.pdf), consulta realizada el 3 de Febrero de 2010

estas construcciones, junto con las playas y el complejo insular de las islas del rosario, Barú y Tierra Bomba son atractivos turísticos para Cartagena, por lo tanto es un destino turístico muy apetecido por los Colombianos y los extranjeros que llegan a Colombia. Recordemos que por tener la condición antes mencionada Cartagena de Indias fue ciudad declarada patrimonio histórico de la humanidad por la UNESCO en 1984,

Pero Según el ministerio de comercio, industria y turismo existen a nivel nacional unos problemas que afectan la competitividad turística de Colombia, entre los cuales encontramos:<sup>3</sup>

- Falta de capacitación, educación o sensibilización por parte los prestadores de servicio.
- Inseguridad
- Escasez de promoción ó mercadeo
- No diseño del producto o diversificación

Cartagena no es ajena a estos males y se pretende buscar soluciones a los problemas que presenta el turismo local especialmente a los antes mencionados, con la creación de una agencia turística en Cartagena que genere empleo sostenible en la ciudad y que pueda convertir estas desventajas en oportunidades de negocios.

---

<sup>3</sup> *Secretaria de comercio, industria y turismo, "Plan sectorial de turismo 2008 - 2010", disponible en el sitio web*

<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo/2008/PlanSectoria2007-2010-Preliminar.pdf>, consulta realizada el 3 de Febrero de 2010.

## **0.2 OBJETIVOS**

### **0.2.1 OBJETIVO GENERAL**

Formular y evaluar un plan de negocio para la creación de una agencia de servicios turísticos en Cartagena, a partir de un análisis del mercado, los aspectos técnicos, organizacionales, legales, socioeconómicos y financieros con el fin de determinar la viabilidad del proyecto.

### **0.2.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS**

- Realizar un estudio de mercado enfocado en el sector turístico de Cartagena donde se destaque el análisis del comportamiento del flujo de turistas nacionales y extranjeros que llegan a Cartagena, basándonos en los estudios de movilización de pasajeros a Cartagena realizados por el DANE con el fin de determinar la población de consumidores, competencia y demás aspectos pertinentes.
- Evaluar los aspectos técnicos a través de la identificación y diseño de los productos y/o servicios a ofrecer, definición de la localización y el tamaño de la agencia a crear.
- Analizar los aspectos organizacionales y legales requeridos para determinar si el plan de negocio propuesto es viable o no desde estos puntos de vistas.
- Evaluar la viabilidad socioeconómica y financiera del proyecto con el fin de determinar los recursos necesarios que se deben implementar para la creación de la agencia.

## **0.3 MARCO TEÓRICO**

### **0.3.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**

CARTAGENA SOY agencia ofrecerá paquetes turísticos que abarquen los lugares más exóticos, históricos y destacados de Cartagena, con el fin de satisfacer las necesidades que tienen los turistas de encontrar nuevos sitios y nuevas actividades para su esparcimiento y recreación.

En los paquetes que ofrece CARTAGENA SOY agencia se encuentran actividades innovadoras que harán que el turista se sienta a gusto y seguro adquiriendo nuestro servicio; con esto aseguraremos la calidad de esta empresa.

CARTAGENA SOY AGENCIA prestará paquetes tanto cultural como de sol y playa.

*El paquete cultural estará compuesto de la siguiente manera:*

- ❖ Paseo en Coche por la ciudad antigua
- ❖ Visita al castillo San Felipe
- ❖ Visita al museo de oro
- ❖ Almuerzo en restaurantes típicos de la ciudad (Casa de socorro, Club de pesca)
- ❖ Visita palacio de la inquisición
- ❖ Paseo en chiva por la ciudad de Cartagena
- ❖ Gran Fiesta Blanca

Con este paquete pretendemos dar a conocer los sitios turísticos más representativos de nuestra ciudad, acompañados de las verdaderas historias de

estos monumentos y lugares, nuestra cultura gastronómica e integrándolos de la mejor manera para que sus vacaciones sean un verdadero sueño hecho realidad.

*El paquete sol y playa estaría compuesto por:*

- ❖ Visita al acuario en las islas del rosario
- ❖ Visita a la isla escogida por el turista (cocoliso, portonaito, isla del rosario)
- ❖ Almuerzo típico en las islas
- ❖ Juegos náuticos no motorizados (bicicleta acuática, kayak)
- ❖ Caminata ecológica por la islas
- ❖ Bar abierto todo el día (jugos naturales, gaseosas, licores, agua)

*Paquete Personalizado:*

Se proporcionará a los turistas, la capacidad de armar y combinar los paquetes con el fin de brindar una mayor gama de servicios.

*Paquete Especial Cartagena Soy Plus:*

Además de proponer paquetes tradicionales como los anteriormente mencionados los cuales la gran mayoría de las agencias de turismo prestan a los turistas, se agregará un paquete especializado, teniendo en cuenta las diferentes actividades programadas mensualmente por los diferentes medios e instituciones públicas y privadas que promueven la venta de la ciudad de Cartagena como atractivo turístico.

### **0.3.2 SECTOR E IMPACTO ECONOMICO**

CARTAGENA SOY agencia se desenvuelve en el sector de servicio, en el área de turismo, este contribuye de una manera positiva a la imagen turística que posee la ciudad de Cartagena por la buena gestión que pretende la empresa, además de la generación de ingresos para la ciudad por medio del pago de impuestos, lo cual favorece en el fortalecimiento de la economía de nuestra ciudad. A su vez se genera empleos a familias de estratos socio económicos bajos y bienestar en la sociedad.

### **0.3.3 CLIENTES Y MERCADOS POTENCIALES**

*Determinación del mercado potencial:*

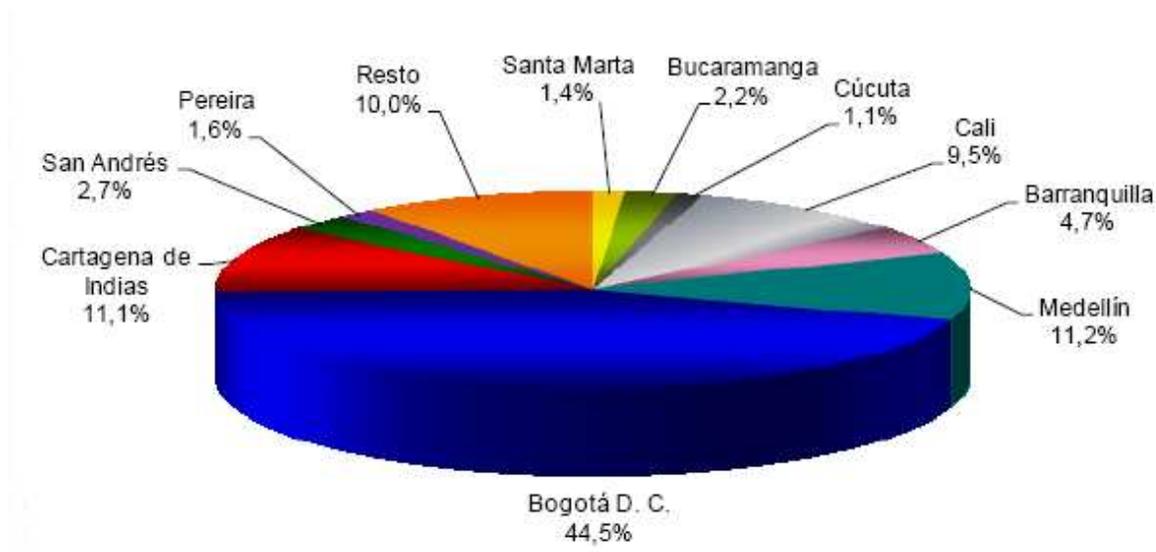
CARTAGENA SOY agencia cuenta con un mercado potencial que posee las siguientes características: personas que se encuentran en edad de 16 años en adelante y por estrato socioeconómico de 4 en adelante.

*Determinación del mercado objetivo:*

El mercado objetivo de CARTAGENA SOY agencia se encuentra dentro de aquellas personas del mercado potencial que comprendan una edad de 16 a 65 y se encuentren entre en un estrato socioeconómico comprendido del 5 en adelante.

Se debe que tener encuentra que nuestro principal objetivo son los turistas extranjeros, los cuales llegan a Cartagena en gran cantidad ubicándola en el segundo puesto en la participación de la llegada de viajeros extranjeros según ciudad de destino como se aprecia en la siguiente grafica.

*Grafica 1.4 Llegada de viajeros extranjeros sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según ciudad de destino. 2008 - 2009\*.*



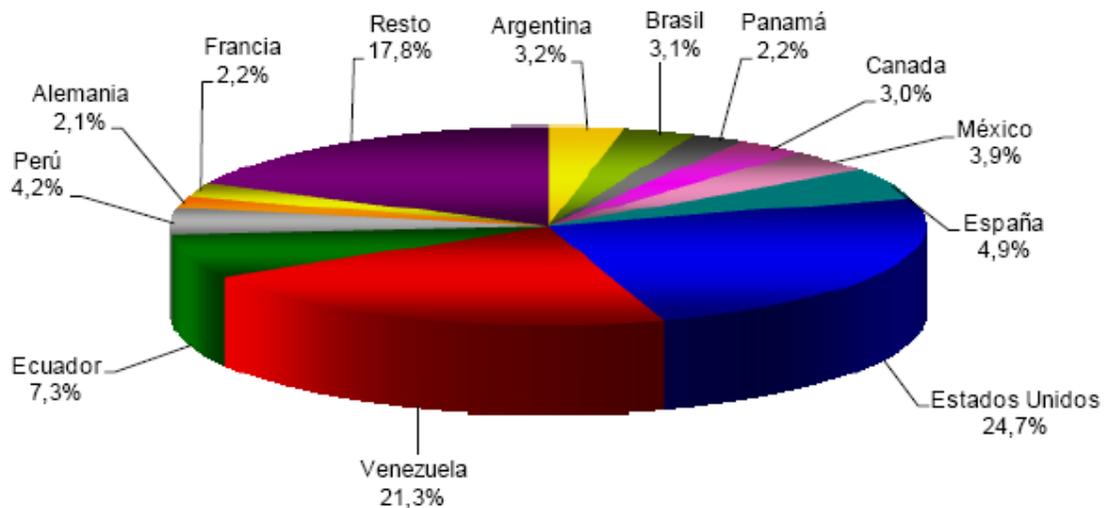
Fuente: DAS – Cálculos Viceministerio de Turismo.

Vemos a Cartagena (11.1%) en el segundo lugar de viajeros extranjeros llegados a Colombia, después de la Capital (44,5%). Cartagena sobre sale entre el resto de ciudades costeras como Santa Marta, Barranquilla, y San Andrés.

---

<sup>4</sup> Ministerio de comercio industria y Turismo, "Boletín Turismo Diciembre 2009". disponible en el sitio web <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Boletin/2009-TurismoDiciembre.pdf>, consulta realizada el 18 de abril de 2010.

Grafica 2.<sup>5</sup> Llegada de viajeros extranjeros sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según nacionalidad diciembre 2009.



Fuente: DAS – Cálculos Viceministerio de Turismo.

En la grafica se aprecia claramente que la mayoría de turistas que ingresan a Colombia son de procedencia Estadounidense con el 24% por lo tanto se debe focalizar la atención en ese mercado.

Se ha elegido a los turistas extranjeros como mercado principal porque su gran mayoría proviene de países con PIB per cápita mayor al de nuestro y no solo eso, sino que también hay que tener en cuenta, que ir de turismo a otros países es un lujo, y que refleja de una manera u otra en el poder adquisitivo de estos. Claro está sin desmeritar la importancia de los turistas nacionales, que cada día se movilizan más por los terminales, peajes del país y aeropuertos del país.

Este es el motivo por el cual este estudio enfatizará con mayor fuerza en los turistas extranjeros.

---

<sup>5</sup> Ministerio de comercio industria y Turismo, "Boletín Turismo Diciembre 2009". disponible en el sitio web <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Boletin/2009-TurismoDiciembre.pdf>, consulta realizada el 18 de abril de 2010.

### 0.3.4 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

El turismo es un sector muy que va creciendo muy rápido y que está tomando mayor importancia cada día. En los últimos años han aumentando el número de estudios relacionados con él, y así mismo la cantidad de cursos o programas especializados en este:

- **“La Competitividad Turística de Cartagena de Indias: Análisis del Destino y Posicionamiento en el Mercado.”** Por: Paola Quintero Puentes, Camila Bernal Mattos, Héctor López Bandera.
- **“Plan de Negocios “Cartagena Turística” Como Estrategia de Mejoramiento Para un turismo Competitivo en la Ciudad de Cartagena”** Por: Jennifer Gyssela Montero Rodelo, Bianeys Viviana García Moreno, Dir. Luis Carlos Arraut – UTB
- **“Boletín De Notas Turísticas de Cartagena”** Publicado por: Centro de Investigaciones para el Desarrollo – CIDEs
- **“Turismo y Crecimiento Económico: Un Análisis Empírico de Colombia”** Por: M. J. Such Devesa, S. Zapata Aguirre, W. A. Risso, J. G. Brida, J. S. Pereyra.
- **“Sobre las Agencias de Viajes, los Proveedores y las Administraciones Publicas en España”** Por: J.M. Maciñeiras Presidente de AEADVE, XVIII Congreso AEDAVE, Cartagena de Indias, Colombia.
- **“Lineamientos De Política En Materia Turística – Proyecto Playa Blanca Barú.”** Publicado Por: Consejo Nacional de Política Económica y social, República de Colombia, Departamento Nacional de Planeación.

Se espera una gran facilidad para reunir información con respecto al sector del turismo en Cartagena de indias y de las diferentes agencias que ya existen, los cuales puedan ser de mucha utilidad para la gestión del plan de negocios de Cartagena Soy Agencia.

### **0.3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS.**

CARTAGENA SOY agencia cuenta con muchas ventajas en la que encontramos:

- Un servicio que muestra en todos sus ámbitos la innovación que va acompañada con una buena publicidad y sobre todo será un servicio que se prestara con buena calidad acompañada con una buena administración.
- Contaremos con un personal bilingüe, apto para atender nuestros turistas extranjeros y experimentados, puesto pretendemos contratar colaboradores que tengan experiencia en esta área, los cuales queremos nos compartan sus conocimientos para combinarlos con nuestra filosofía de empresa y así poder formar un grupo de trabajo de la más alta calidad.
- Cartagena soy agencia, cuenta con alianzas estratégicas en seguridad, transporte, alimentación y alojamiento, utilizando outsourcing con VIMARCO SA, LINE TOURS, RESTAURANTE LA CASA DE SOCORRO, CLUB DE PESCA y con hoteles como DECAMERON CARIBE, LAS AMERICAS, HILTON, ESTELAR Y SANTA TERESA . Estas alianzas generaran seguridad y confianza a nuestros turistas, agregándole valor y venta competitivas a nuestra agencia.

De igual forma Cartagena soy será una agencia nueva en el mercado y esto genera dificultad en muchos casos a la hora de ubicarla y posicionarla. Es aquí en donde nuestras ventajas competitivas jugaran un papel muy importante, de igual forma irán acompañadas de una buena publicidad y promoción del servicio.

## **1 ESTUDIO DE MERCADO**

### **1.2 Producto o Servicio**

#### **1.2.1 Descripción del servicio**

CARTAGENA SOY agencia ofrecerá paquetes turísticos hacia los principales sitios culturales e históricos de la ciudad de Cartagena. Con el fin de brindar un servicio de calidad a nuestro clientes.

La innovación será la principal herramienta para la satisfacción de cada uno de los turistas, tanto extranjeros como nacionales a los cuales se les prestara servicios, por medio de la oferta de paquetes de sol y playa, culturales e históricos y personalizados, los cuales serán armados por los turistas quienes podrán combinar o intercambiar ítems de los paquetes ya establecidos.

Como se mencionó anteriormente la empresa ofrecerá los siguientes paquetes:

*Un paquete cultural compuesto de la siguiente manera:*

- ❖ Paseo en Coche por la ciudad antigua
- ❖ Visita al castillo San Felipe
- ❖ Visita al museo de oro

- ❖ Almuerzo en restaurantes típicos de la ciudad (Casa de socorro, Club de pesca)
- ❖ Visita palacio de la inquisición
- ❖ Paseo en chiva por la ciudad de Cartagena
- ❖ Gran Fiesta Blanca

*El paquete sol y playa estará compuesto de la siguiente manera:*

- ❖ Visita al acuario en las islas del rosario
- ❖ Visita a la isla escogida por el turista (cocoliso, portonaito, isla del rosario)
- ❖ Almuerzo típico en las islas
- ❖ Juegos náuticos no motorizados (bicicleta acuática, kayak)
- ❖ Caminata ecológica por la islas
- ❖ Bar abierto todo el día (jugos naturales, gaseosas, licores, agua)

*Paquete Personalizado:*

Se proporcionará a los turistas, la capacidad de armar y combinar los paquetes con el fin de brindar una mayor gama de servicios.

*Paquetes Especiales Cartagena Soy Plus:*

Además de proponer paquetes tradicionales como los anteriormente mencionados los cuales la gran mayoría de las agencias de turismo prestan a los turistas, se agregará un paquete especializado, teniendo en cuenta las diferentes actividades programadas mensualmente por los diferentes medios e instituciones públicas y privadas que promueven la venta de la ciudad de Cartagena como atractivo turístico.

En ese sentido Cartagena Soy Agencia ofrecerá a los turistas las siguientes actividades para cada mes:

➤ **Enero: Hay Festival Cartagena De Indias.**

Teniendo en cuenta que durante esta fecha, se realiza en Cartagena el “HAY FESTIVAL CARTAGENA DE INDIAS” el cual está relacionado con la difusión de la cultura y el compromiso social, Cartagena Soy Agencia tiene previsto darle participación a nuestros clientes, por medio de la consecución de las entradas a las distintos eventos, además de ofrecerles una guía base de este evento. Por otro lado se creará una actividad, llamada “EL CUARTO DE AL LADO”, en donde nuestros usuarios participen en actividades paralelas, como foros de discusión entre otras.

➤ **Febrero: Fiesta De La Popa y Festival del Frito, Festival Internacional De Cine De Cartagena.**

En este periodo se llevan a cabo en la ciudad, las fiestas patronales de la Virgen de la Candelaria, en las cuales se realizan eventos musicales, gastronómicos, culturales, por nombrar algunos. La Agencia desarrollara una agenda para que nuestros clientes participen activamente de las actividades que se realicen en este periodo, como lo son:

- La subida al Cerro De La Popa.
- La Cabalgata
- Festival Del Frito
- Conciertos Musicales
- Actividades Religiosas

También queremos aprovechar el Festival Internacional de Cine de Cartagena, que se realiza entre los últimos días del Mes de Febrero y principios de Marzo, para también darles participación a nuestros clientes en las actividades que tienen competencia dentro del festival.

➤ **Marzo: Festival Internacional De Cine De Cartagena, Semana Santa y Festival del Dulce.**

Queremos continuar con las actividades del Festival Internacional de Cine de Cartagena, y también crear un “CUARTO DE AL LADO” igual como lo mencionamos en las actividades del Mes de Enero.

También queremos aprovechar la Semana Santa para hacer participar a nuestros clientes en las actividades que se realizan en la Ciudad para esta época del año.

- Se realizará una peregrinación por las iglesias más destacadas e históricas de la ciudad.
- Participación en los Conciertos que se realicen en la ciudad.
- Participación en el festival del dulce que se realiza siempre en Semana Santa. (Portal del Dulce).

➤ **Abril: S.O.S. Cartagena.**

Este paquete, tiene como objetivo mostrar la realidad socioeconómica de la ciudad, para que a partir de allí, nuestros clientes nos sirvan como multiplicadores en el desarrollo de propuestas, para la ayuda de los sectores menos favorecidos y deprimidos de la ciudad.

Este paquete está dirigido a aquellas personas con visión humanista, social o altruistas y filántropos o simplemente aquellas personas que quieran contribuir para la solución o mitigación de la problemática socioeconómica de la ciudad de Cartagena De Indias.

Este sería un paquete diferenciador desde el punto de vista de lo que se desarrolla normalmente dentro de las actividades turísticas de Cartagena.

➤ Mayo: **Especial: Convención De Basilea 2011.**

Para Mayo del 2011 se realizara en Cartagena la Convención De Basilea la cual es el máximo tratado ambiental internacional que busca proteger la salud de los seres humanos y el medio ambiente, frente a posibles daños ocasionados por productos químicos y desechos tóxicos.

Cartagena Soy Agencia, realizará actividades tendientes a la conservación del medio ambiente, implementando de nuevo un “CUARTO DE AL LADO”, en el cual se analicen los problemas ambientales de Cartagena, con el fin de buscando mejorías para la conservación del medio ambiente.

También queremos inculcar en nuestros clientes una responsabilidad social orientada a la preservación del medio ambiente de la ciudad en razón a la importancia que este tema reviste en la ciudad de Cartagena.

➤ Junio: **Fiesta LAN (LAN PARTY).**

Se creará un encuentro de personas interesadas en la participación de torneos de video juegos, donde Cartagena Soy Agencia proporcionara la infraestructura requerida para el desarrollo de exitoso de este evento, promoviendo la cultura Gamer. Se harán torneos de los juegos de consolas de última generación y de los juegos más destacados para la computadora.

➤ Julio: **Summer Special.**

En este mes donde el verano esta en todo su esplendor, Cartagena Soy Agencia hará especial énfasis en que sus clientes participen activamente en las actividades que se realicen en la ciudad de esparcimiento y recreación especialmente en espacios abiertos, tipo playa tales como:

- Promoción de Juegos Náuticos.
- Participación en las actividades de Rumba más destacadas para esta Época.
- Se propenderá por el desarrollo de rumbas electrónicas, Reggaetón y Parrandas Vallenatas, en los principales establecimientos de la ciudad.
- Y se hará un mayor énfasis en todas las actividades que corresponden al paquete de Sol y Playa.

➤ **Agosto: Ríase De La Vida En Cartagena.**

Se desarrollará un festival de humor con la asistencia de comediantes destacados de cada región del país, e invitados internacionales, los cuales compitan entre ellos para la satisfacción de nuestros clientes.

➤ **Septiembre: S.O.S. Cartagena, XXIX CONGRESO LATINOAMERICANO DE QUIMICA.**

Se desea que esta actividad se realice dos veces al año, dada la importancia que tiene para nosotros el S.O.S. Cartagena.

También se aprovechará el XXIX CONGRESO LATINOAMERICANO DE QUIMICA, con el fin de utilizarlo como puente para el desarrollo turístico de la zona industrial de Cartagena, donde se realice excursiones a las compañías más representativas del sector como lo son:

- Petroquímica
- La Refinería de Cartagena: REFIGAR ECOPETROL
- Abocol-Amocar
- Dow

➤ Octubre: **Deporte Arena (Arena Sports).**

Cartagena Soy Agencia promoverá distintas actividades propias de deportistas de alto rendimiento durante este periodo mediante de la habilitación de zonas y la programación de torneos en deportes tales como:

- Triatlón.
- Deportes de tabla.
- Taichi. (Arte de origen chino que se basa en el desarrollo de la energía interior).
- Snorkle (Bucear con implementos básicos, como aletas, gafas y tubo).
- Voley ball y futbol de playa.

➤ Noviembre: **Fiesta de la independencia y Coronación.**

En este mes del año, se hará énfasis en el paquete cultural, en pos de lograr un mayor conocimiento de lo acontecido durante la época colonial e independencia de Cartagena como valor agregado de la agencia.

Para ello, Cartagena Soy Agencia generará todas las facilidades para que sus turistas participen de todas las actividades que se desarrollan en el mes de noviembre en la ciudad de Cartagena.

➤ Diciembre: **Especial De Integración Familiar.**

Para el último mes del año, la empresa Cartagena Soy Agencia, incluirá como aporte a la unificación familiar mediante actividades dirigidas a la familia tales como:

- El desarrollo de Conferencias a núcleos familiares para el mejoramiento de la convivencia y la interacción familiar.
- Cenas Familiares.
- Concursos Entre Familias.

### **1.3 Consumidor**

Los consumidores serán divididos en dos grupos: Extranjeros y nacionales.

Aunque los turistas nacionales representan la gran mayoría de visitantes a la ciudad, los extranjeros son la prioridad para la empresa. Se ha llegado a esta conclusión debido a que los turistas extranjeros presentan mayor poder adquisitivo que los nacionales. Se desea que el 75% de nuestros clientes sean foráneos, y que los 25% restantes provengan del resto del país.

Normalmente los turistas extranjeros, la mayoría son turistas culturales, los cuales vienen a Cartagena por el valor histórico de la ciudad, a conocer los distintos lugares del corralito de piedra y sus alrededores y el resto de cosas quedan en un segundo lugar. A los cuales se les brindará un cuidado y un trato especial para promover su reincidencia a la Ciudad.

En cuanto a los turistas nacionales también se les brindará el mejor de los servicios dándole paquetes mixtos, brindándole todas las comodidades a su bolsillo y a su gusto. A Estos clientes se les enfatizará con mayor fuerza en los

paseos a las islas aledañas, sin descuidar las atracciones turísticas culturales e históricas que les brindaremos en nuestro servicio.

En el paquete especial Cartagena Soy Plus, la empresa contribuirá en algunas de sus actividades como lo es el paquete S.O.S Cartagena, para que sus clientes nacionales o extranjeros aporten en la solución de problemas, socioeconómicos y ambientales de la ciudad. Se trata de atraer turistas de reconocidas competencias sobre temas que aquejan a la ciudad de Cartagena, como la pobreza y la contaminación ambiental.

La agencia trasladará a las autoridades competentes las conclusiones logradas dentro de estas actividades.

#### **1.4 Población**

La información que se presenta a continuación fue tomada, y en algún momento modificada del diario donde.com.co, de su artículo “*Cartagena De Indias, La Más Visitada*”.

La población total de turistas alcanzó más de seis millones y medio de personas en el 2009 contando a los turistas nacionales y extranjeros.<sup>6</sup> Es decir un 51.32 por ciento más que en el 2008.

Por la Terminal de Transporte de Cartagena arribaron alrededor de 2.837.607 viajeros, 291.139 de personas más que en el año anterior.

---

<sup>6</sup> Donde.com.co, “*Cartagena de Indias, la más visitada*”, disponible en el sitio web <http://www.donde.com.co/secciones/informaci%C3%B3n-%C3%BAtil/cartagena-de-indias-la-m%C3%A1s-visitada>, consulta realizada el 1 de abril de 2010.

Este flujo se realizó en 439.380 mil vehículos de transporte intermunicipal. Por su parte, la Policía de Carreteras del Departamento afirmó que cerca de 1.587.004 carros particulares llegaron a la ciudad trayendo consigo 2.869.060 mil personas, aproximadamente.

En los muelles de la Sociedad Portuaria atracaron el año pasado 168 cruceros, 31 cruceros más que en el mismo periodo, con 277.507 turistas internacionales y 121.037 tripulantes, cifras que revelan un crecimiento del 34 y 26 por ciento, respectivamente.

El cual no es de vital importancia para el estudio, principalmente porque quienes ingresan por este tipo de vehículos a la ciudad, ya poseen un itinerario que les brinda la línea del crucero.

#### *Desde el aire*

En la parte aérea se estima que 124.100 pasajeros internacionales y 701.530 nacionales hayan hecho su ingreso por el Aeropuerto Internacional Rafael Núñez en el mismo lapso de tiempo, para un total de 825.630 visitantes. Eso significa que la Heroica tuvo un crecimiento del 13 y 23 por ciento, respectivamente, el arribo de personas por esta Terminal.

#### *Puntos de información*

En esta ocasión más de 35 mil turistas acudieron a los cinco Puntos de Información Turística, PIT ubicados en cinco lugares estratégicos de la ciudad como: Plaza de la Aduana, Plaza San Pedro, Plaza de Los Coches, Terminal de Transportes y Aeropuerto. El crecimiento de turistas atendidos fue del 184%, unos 23 mil más que en 2008.

Se ratifica una vez más el incremento significativo de turistas a Cartagena, lo cual da seguridad para que se enfoque en este tipo de negocios.

Cabe resaltar que para efectos de estudios y análisis, solo vamos a tener en cuenta, los datos de los turistas ingresados por vía aérea, puesto que son más verídicos y puntuales

Por lo tanto la población estimada será de 160.000 turistas extranjeros porque se cree va a seguir en aumento para el 2010 y del mismo modo para los turistas nacionales estimando será de 3,000.000 de estos posibles clientes. Dando un total de 3160.000.

## **1.5 Análisis de la Demanda.**

### **1.5.1 Diagnostico de la situación actual**

Cartagena es el destino turístico de Colombia por excelencia, vemos que el turismo es uno de los sectores que más se está apoyando en los últimos años y que más auge está teniendo. Los esfuerzos por sacarlo adelante crecen con él y si la proyección es que *“en el 2010 Colombia será el quinto país más turístico de América Latina, incrementando a 4 millones el número de turistas internacionales. En el 2007 esta cifra llego a 1 millón 200 mil turistas”*<sup>7</sup>, palabras dichas por el ministro de comercio, industria y turismo, Luis Guillermo Plata en una reunión con la alcaldesa de Cartagena Judith Pinedo. 2007, investigar un proyecto de negocio aprovechando esto, es una buena oportunidad.

---

<sup>7</sup> Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, *“Mincomercio da nuevo impulso al turismo de Cartagena”*, <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=6253&IDCompany=1>, consulta realizada el 19 de septiembre del 2008.

*TABLA 1.º Llegada de viajeros extranjeros sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según ciudad de destino. 2008 - 2009\*.*

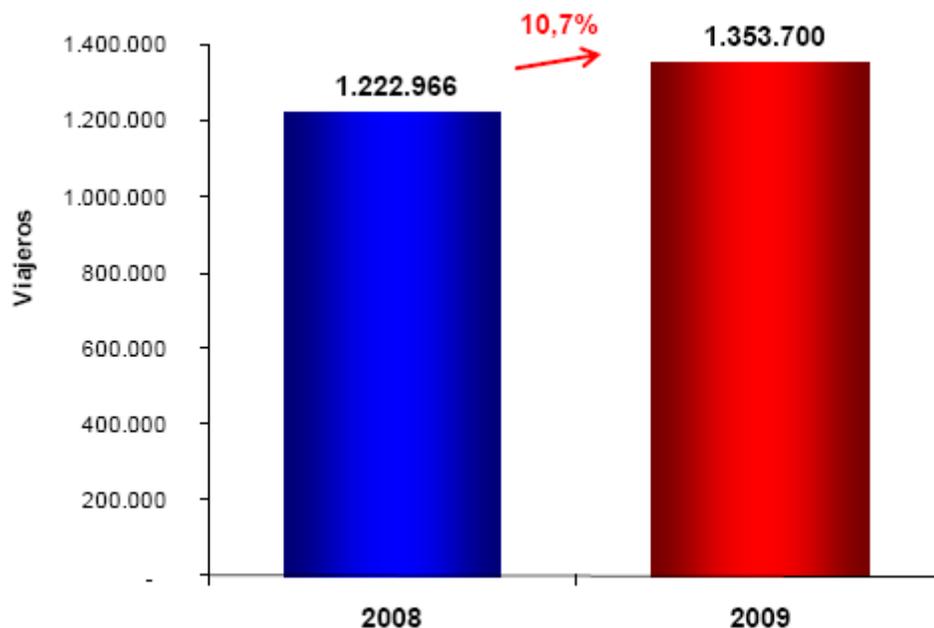
<b>No.</b>	<b>Ciudad</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>Diferencia</b>	<b>Var%</b>
1	Bogotá D.C.	627.056	692.800	65.744	10,5
2	Cartagena de Indias	141.367	155.259	13.892	9,8
3	Medellín	107.841	143.084	35.243	32,7
4	Cali	99.149	98.056	-1.093	-1,1
5	Barranquilla	57.941	50.870	-7.071	-12,2
6	San Andrés	48.020	47.526	-494	-1,0
7	Bucaramanga	24.738	23.005	-1.733	-7,0
8	Santa Marta	22.342	17.078	-5.264	-23,6
9	Cúcuta	14.695	15.928	1.233	8,4
10	Pereira	12.662	15.878	3.216	25,4
11	Ipiales	6.898	6.511	-387	-5,6
12	Armenia	4.903	5.936	1.033	21,1
13	Manizales	4.363	5.004	641	14,7
14	Valledupar	2.978	3.484	506	17,0
15	Maicao	4.350	3164	-1.186	-27,3
16	Resto	43.663	70117	26.454	60,6
	<b>Total</b>	<b>1.222.966</b>	<b>1.353.700</b>	<b>130.734</b>	<b>10,7</b>

Fuente: DAS – Cálculos Viceministerio de Turismo

Para el año 2008 ingresaron al país un total de 1.222.966 turistas, de los cuales 141.367 eligieron a Cartagena como ciudad de destino, ubicándola como la segunda ciudad más visitada por los turistas extranjeros; mostrando un aumento con respecto al año anterior.

<sup>8</sup> Ministerio de comercio industria y Turismo, "Boletín Turismo Diciembre 2009". disponible en el sitio web <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Boletin/2009-TurismoDiciembre.pdf>, consulta realizada el 18 de abril de 2010.

Grafica 3. <sup>9</sup> Llegada de viajeros extranjeros sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros\* 2008 - 2009\*\*



Fuente: DAS – Cálculos Viceministerio de Turismo.

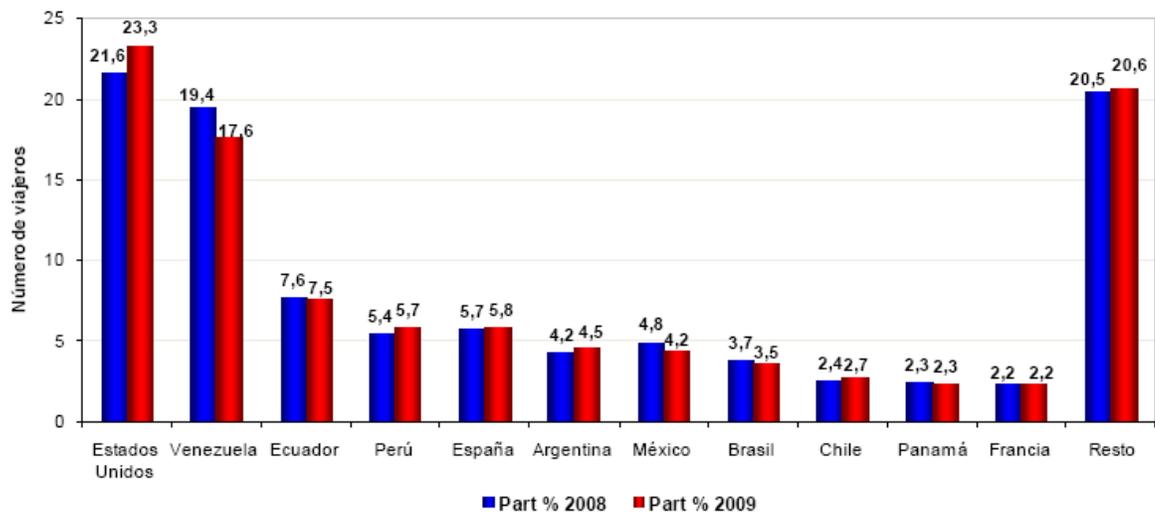
En el 2009 las cifras en turismo siguieron aumentando, gracias a las buenas políticas que ha implementado el gobierno en materia de turismo como: *Plan Sectorial De Turismo 2008-2010 Y Colombia Destino Turístico De Clase Mundial*, también con la promoción de Colombia y en la especialización como es el caso de la buena labor de proexport y Colombia es pasión, que han trabajado con el mismo objetivo de convertir al país en un destino competitivo internacional está dando sus frutos.

---

<sup>9</sup> Ministerio de comercio industria y Turismo, "Boletín Turismo Diciembre 2009". disponible en el sitio web <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Boletin/2009-TurismoDiciembre.pdf>, consulta realizada el 18 de abril de 2010.

Así lo dio a conocer el Ministro de Comercio, Industria y Turismo Luis Guillermo Plata cuando afirma que “El crecimiento en el número de viajeros internacionales que llegaron a Colombia en 2009, reafirma que el país está definitivamente en el mapa del turismo mundial”.

*Grafica 4.<sup>10</sup> Llegada de viajeros extranjeros sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según nacionalidad 2008 – 2009\*.*



Fuente: DAS – Cálculos Viceministerio de Turismo.

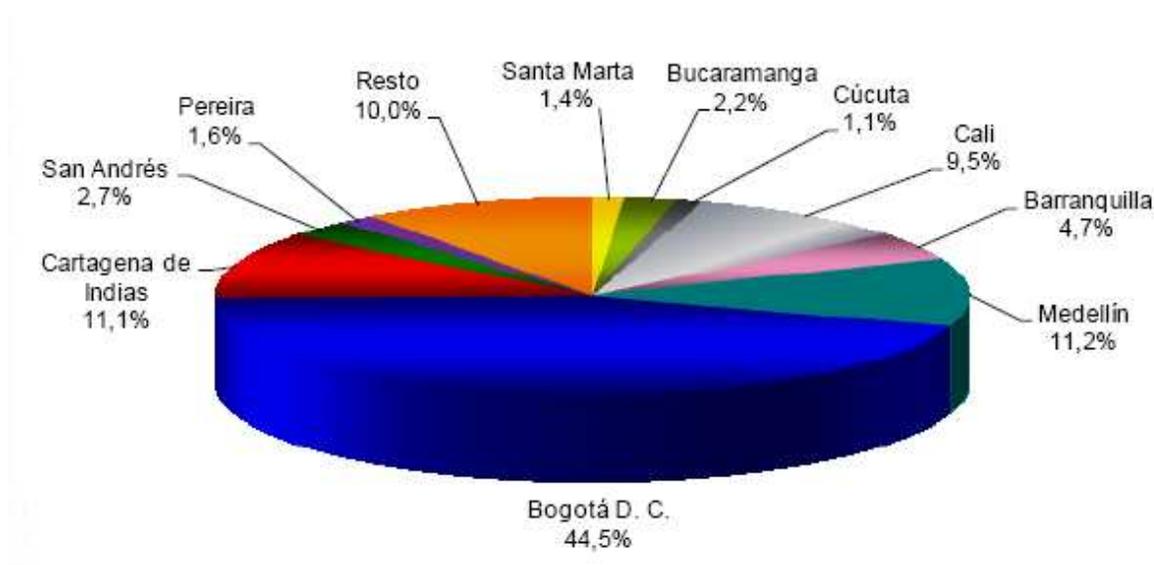
“Los mayores crecimientos en el número de ciudadanos extranjeros que nos visitaron en 2009 se dieron en Estados Unidos, con un incremento del 19,1%, en relación con 2008; Perú, con el 17,2%; y España, con el 11,7%, mientras que el cuarto lugar lo ocupó Ecuador, con un aumento del 9%, explicó Plata.”<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Ministerio de comercio industria y Turismo, “Boletín Turismo Diciembre 2009\*”, disponible en el sitio web <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Boletin/2009-TurismoDiciembre.pdf>, consulta realizada el 18 de abril de 2010.

<sup>11</sup> Revista Portafolio, “Llegada de viajeros extranjeros a Colombia creció 10,4% en el 2009, anunció Mincomercio”, disponible en el sitio web, [http://www.portafolio.com.co/economia/pais/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR\\_PORTA-6995467.html](http://www.portafolio.com.co/economia/pais/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-6995467.html), consulta realizada 18 de abril de 2010.

Se debe que tener encuentra que nuestro principal objetivo son los turistas extranjeros, los cuales llegan a Cartagena en gran cantidad ubicándola en el segundo puesto en la participación de la llegada de viajeros extranjeros según ciudad de destino como se aprecia en la siguiente grafica.

*Grafica 1.<sup>12</sup> Llegada de viajeros extranjeros sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según ciudad de destino. 2008 – 2009\*.*



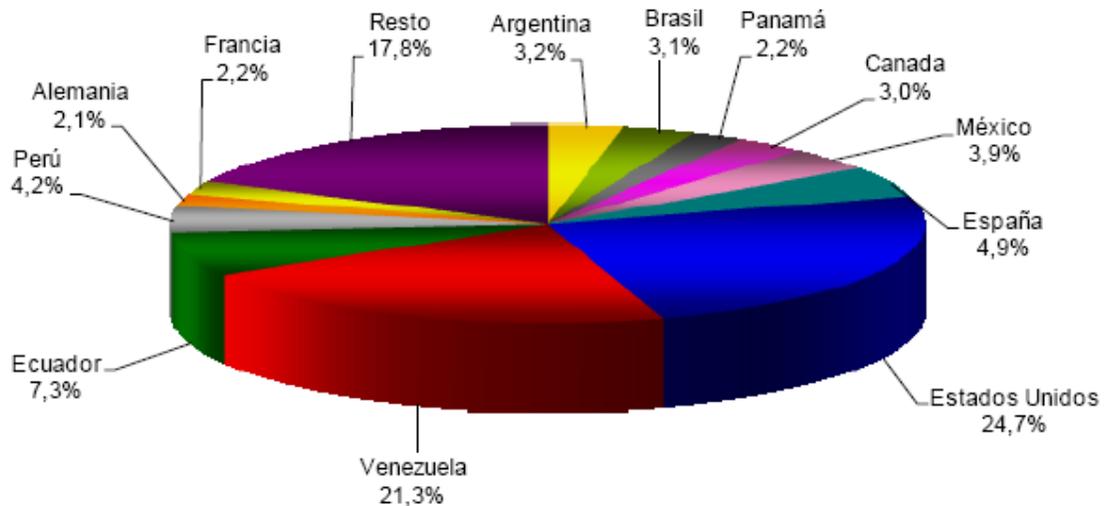
Fuente: DAS – Cálculos Viceministerio de Turismo.

Vemos a Cartagena (11.1%) en el segundo lugar de viajeros extranjeros llegados a Colombia, después de la Capital (44,5%). Cartagena sobre sale entre el resto de ciudades costeras como Santa Marta, Barranquilla, y San Andrés.

---

<sup>12</sup> Ministerio de comercio industria y Turismo, "Boletín Turismo Diciembre 2009". disponible en el sitio web <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Boletin/2009-TurismoDiciembre.pdf>, consulta realizada el 18 de abril de 2010.

Grafica 2.<sup>13</sup> Llegada de viajeros extranjeros sin incluir ingresos por puntos fronterizos y cruceros, participación según nacionalidad diciembre 2009.



Fuente: DAS – Cálculos Viceministerio de Turismo.

En la grafica se aprecia claramente que la mayoría de turistas que ingresan a Colombia son de procedencia Estadounidense con el 24% por lo tanto se debe focalizar la atención en ese mercado.

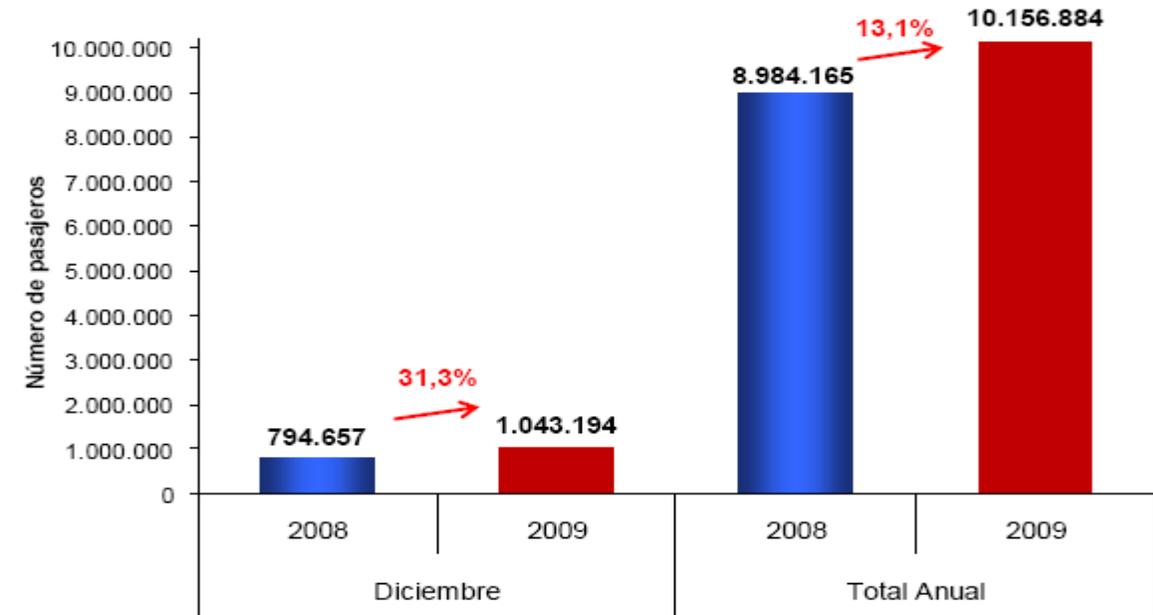
Se ha elegido a los turistas extranjeros como mercado principal porque su gran mayoría proviene de países con PIB per cápita mayor al de nuestro y no solo eso, sino que también hay que tener en cuenta, que ir de turismo a otros países es un lujo, y que refleja de una manera u otra en el poder adquisitivo de estos. Claro está sin desmeritar la importancia de los turistas nacionales, que cada día se movilizan más por los terminales, peajes del país y aeropuertos del país.

<sup>13</sup> Ministerio de comercio industria y Turismo, "Boletín Turismo Diciembre 2009". Disponible en el sitio web <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Boletin/2009-TurismoDiciembre.pdf>, consulta realizada el 18 de abril de 2010.

Hoy en día Colombia recibe el premio al mejor stand en FITUR 2010.<sup>14</sup> Que es no más ni menos que una de las ferias de turismo más importante del mundo con sede en Madrid, España. Siendo esta la segunda vez puesto que la primera vez había sido en el 2008.

Por otro lado vemos que el tráfico aéreo nacional aumento en el 2009 en un 13.1% con respecto al 2008.

Grafica 5<sup>15</sup>. Tráfico Aéreo De Pasajeros Nacionales Diciembre Y Total 2008 - 2009



Fuente: Aerocivil.

<sup>14</sup> Colombiaespacion.com, "Colombia ganó premio al mejor stand en FITUR 2010, disponible en la pagina web, <http://www.colombiaespacion.com/index.php/es/sala-de-prensa/73-contenido-principal/621-colombia-gano-premio-al-mejor-stand-en-fitur-2010.html>, consulta realizada 18 de abril de 2010.

<sup>15</sup> Ministerio de comercio industria y Turismo, "Boletín Turismo Diciembre 2009", disponible en el sitio web <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Boletin/2009-TurismoDiciembre.pdf>, consulta realizada el 18 de abril de 2010.

## 1.6 Análisis de la Oferta.

Las principales agencias de viajes que encontramos legalmente en la ciudad de Cartagena que realizan excursiones a los diferentes destinos turísticos de la ciudad son:

- AGENCIA DE VIAJES LIZATOURS
- MUNDO CARIBE
- VIAMUNDO TOURS
- AGENCIA OPERADORA FIESTA TOURS
- EXCURSIONES RAFAEL PÉREZ Y CÍA. LTDA.

Los diferentes precios que manejan cada una de las agencia operadoras varían de acuerdo al paquete turístico ofrecido.

En promedio estos son algunos de los precios según servicios ofrecidos:

### Tour cultural

Se recoge a los pasajeros en el hotel a las 2:00 p.m. hacen un recorrido con un guía por los barrios de Bocagrande.

Castillogrande, Muelle de los Pegasos, los principales sitios históricos y monumentos de la ciudad como El Castillo de San Felipe,

Monumento a los Zapatos Viejos, India Catalina, Bóvedas. Regreso al hotel a las 6:00 p.m. Duración 4 horas.

Precio por persona. En Chiva: (bus típico)

Temporada baja: \$45.000 / US\$25

Precio por persona En vanes con aire acondicionado (mínimo 10 personas)

Temporada baja: \$65.000 / US\$35

### Isla Cocoliso

(Ubicada en las Islas del Rosario) Transporte en Yate Alcatraz Deben estar en el muelle a las 7:30a.m. No incluye transporte hotel –muelle. Permanencia en la Isla la cual ofrece Piscina, playa privada, sillas playeras y almuerzo típico. Recorrido por las 27 islas del Rosario y parada de 30 minutos en la Isla San Martín de Pajarales donde se encuentra el Acuario (show de delfines. Entrada Opcional) Salida a las 4:30 p.m. hacia Cartagena. No incluye transporte muelle-hotel.

Precio por persona

Temporada Baja: \$85.000 / US\$45

### Playa Blanca

Transporte por Mar

Las mejores playas de las Islas. Yate Alcatraz (150 personas) y/o Yate Bekia (150 personas) Deben estar en el muelle a las 7:00a.m. No incluye transporte hotel – muelle. Recorrido por las 27 islas del Rosario y parada de 30 minutos en la Isla San Martín de Pajarales donde se encuentra el Acuario (show de delfines. Entrada Opcional) Almuerzo típico y resto de la tarde en Playa Blanca.

Salida a las 4:30 p.m. hacia Cartagena.

No incluye transporte muelle-hotel.

Temporada Baja: \$40.000 / US\$20.

Transporte por Tierra

Salida desde las 8:00 a.m. en vanes con aire acondicionado.

Parada en pasacaballos en donde se abordara el Ferry que pasa por el Canal del Dique para dirigirnos hacia playa blanca en donde disfrutaremos de las mejores playas.

El canal del Dique es un brazo del rio Magdalena construido durante el siglo XVII para comunicar la bahía de Cartagena con el Rio Magdalena.

Baja temporada: \$60.000 US\$30.

Estos precios no incluyen el impuesto, el cual tiene un valor de \$ 9.600 pesos. Y teniendo en cuenta que estos precios son de la temporada baja. En temporadas altas pueden subir hasta un 50% del coste normal.

## **1.7 Mercado potencial**

### **1.7.1 Determinación del mercado potencial**

CARTAGENA SOY agencia cuenta con un mercado potencial que posee las siguientes características: personas que se encuentran en edad de 16 años en adelante y por estrato socioeconómico de 4 en adelante.

### **1.7.2 Determinación del mercado objetivo**

El mercado objetivo de CARTAGENA SOY agencia se encuentra dentro de aquellas personas del mercado potencial que comprendan una edad de 16 a 65 y se encuentren entre en un estrato socioeconómico comprendido del 5 en adelante.

Como se ha establecido anteriormente, los turistas extranjeros serán el mercado principal su gran mayoría proviene de países con PIB per cápita mayor al de nuestro y no solo eso, sino que también hay que tener en cuenta, que ir de turismo a otros países es un lujo, y que refleja de una manera u otra en el poder adquisitivo de estos. Claro está Sin desmeritar la importancia de los turistas nacionales, que cada día se movilizan más por los terminales y peajes del país.

### *Ingresos*

Se debe evaluar y conocer cuáles son los ingresos en promedio de nuestros posibles usuarios, por lo cual se presenta a continuación el ingreso per. Cápita de los países de donde provienen la mayoría de los turistas que ingresan a nuestro territorio.

Cabe resaltar que se ha elegido el utilizar el PIB (PPA) per cápita, porque muestra de una manera más realista el nivel de vida entre distintos países.

*Tabla 2. <sup>16</sup> PIB (PPA) per cápita en 2008 en dólares, de los países de los turistas que más ingresan al territorio colombiano.*

<b>País</b>	<b>EST.</b>
USA	\$ 46,859
Venezuela	\$12,804
Ecuador	\$ 8,008
Perú	\$9,525
España	\$ 31,954
Argentina	\$ 14,33
México	\$14,495

<sup>16</sup> Extracto. PIB (PPA) per cápita en 2009 (en inglés), en World Economic Outlook Database, Fondo Monetario Internacional. Disponible en el sitio web, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/01/weodata/index.aspx>, consulta realizada 19 de abril de 2010.

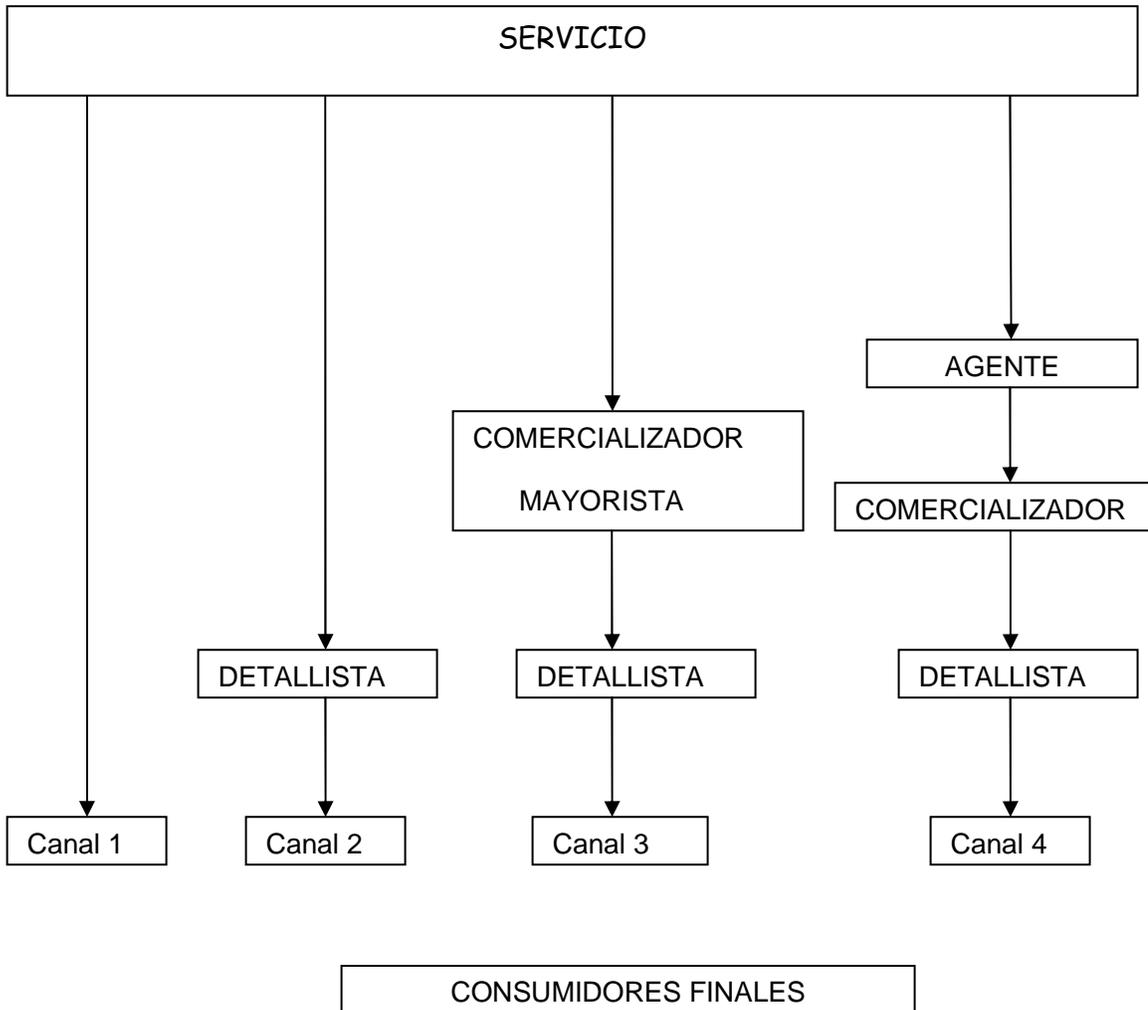
Brasil	\$10,296
Chile	\$14,484
Panamá	\$12,503
Francia	\$34,045
Canadá	\$36,444
Italia	\$30,756
Alemania	\$41,254
Costa Rica	\$11,024
Reino Unido	\$35,444
Colombia	\$8,884

Fuente: Fondo Monetario Internacional.

Solo Ecuador que representa el 7% de los turistas extranjeros, posee menor PIB (PPA), que Colombia, el cual no es de gran diferencia. Por lo tanto vemos que en su gran mayoría estos países de donde provienen los visitantes, poseen mayores PIB (PPA), que nuestro país.

### 1.7.3 Comercialización

Grafica 6. Canales de Distribución.



Fuente: Autores del proyecto.

Debido a los diferentes canales de distribución y comercialización mostrados anteriormente, CARTAGENA SOY agencia, utilizara el **canal 1 y el 2** ya que nuestro servicio lo haremos llegar a los consumidores finales de ambas formas, distribución directa por medio de la página de internet y por nuestra publicidad en

el exterior de la ciudad. También puede ser por medio del detallista el cual ofrecerá nuestros paquetes turísticos.

**CARTAGENA SOY** agencia cuenta con una gama amplia de proveedores pues esta agencia se constituye principalmente gracias la reorganización de cada uno de las personas que se encuentra trabajando individualmente para prestación de este servicio. Formando de esta manera un organización integral, capacitada y sobre todo especializada en cada uno de las actividades que presta.

De esta manera CARTAGENA SOY AGENCIA causara un impacto positivo en nuestra ciudad, pues generara trabajos estables y seguros. Por otro lado podemos ver como generara CARTAGENA SOY agencia un impacto social positivo a Cartagena, pues la reorganización de cada uno de los vendedores y prestadores de este servicio que lo ejercían de forma individual, permitirá una mayor organización y seguridad para el turistas y los habitantes de Cartagena, factores que se verán reflejado en el aumento paulatino de visitas y reincidencia de turistas extranjeros y nacionales.

En nuestra gama de proveedores podemos en encontrar dos grandes subgrupos:

- Proveedores directos
- La reorganización de oferentes

Proveedores directos encontramos:

- Restaurante LA CASA DE SOCORRO
- Line tours (transporte).
- Licores el Rancho
- La alcaldía de Cartagena (Castillo, Museo De Oro, Palacio De La Inquisición).
- Buzos de Barú (juegos náuticos).

La reorganización de oferentes encontramos:

- Lancheros
- Los nativos de las islas (preparación de los almuerzos)

#### **1.7.4 Alianzas Estratégicas**

##### *HOSPEDAJE*

Cartagena Soy Agencia contará con alianzas con los mejores hoteles 5 y 4 estrellas de la ciudad, con el fin de brindar el mejor servicio los clientes.

##### *SEGURIDAD*

La empresa tendrá alianza en la parte de seguridad con una empresa de la ciudad que pueda brindar el mejor servicio tanto para los clientes externos como internos.

##### *ALIMENTACION*

RESTAURANTE LA CASA DE SOCORRO

##### *TRANSPORTE*

LINE TOUR

## **2 ESTUDIO TÉCNICO**

### **2.2 LOCALIZACIÓN**

CARTAGENA SOY agencia estará ubicada en la ciudad de Cartagena de indias, en Bocagrande carrera 3 N 6-40. Escogimos este lugar pues consideramos un lugar óptimo para la localización de nuestro proyecto por brindar muchas ventajas, brindándole valor y calidad a nuestra agencia.

Cartagena de Indias dispone de una gran infraestructura hotelera con excelentes comodidades, principalmente concentrada en el sector turístico de Bocagrande, y es aquí precisamente en donde se encuentran en su mayoría los hoteles que Cartagena soy agencia tendrá como aliados, convirtiéndose esto en una gran ventaja competitiva respecto a las demás agencias.

### **2.3 DISPONIBILIDAD DE TERRENO**

A la hora de escoger un lugar en donde ubicar y localizar un proyecto, es necesario tener en cuenta la disponibilidad y las posibilidades que esta área tenga. Para nosotros ubicarnos en la dirección carrera 3 N 6-40 implicó analizar cada uno de los factores que estaban entrelazados con esta área, tomando como resultados puntos positivos.

Es válido recordar que Bocagrande es uno de los lugares de Cartagena en donde se recopila la gran mayoría de los turistas tanto extranjeros como nacionales que llegan a la ciudad, es precisamente ese contacto directo que CARTAGENA soy agencia busca, y aquí en Bocagrande lo encontramos.

Para la elección de nuestra localización de nuestro proyecto tuvimos en cuenta también factores como extensión, topografía, posibilidad de ampliaciones, requisitos legales, molestia a terceros, etcétera.

Esta área se encuentra en total disponibilidad para el uso, en la actualidad se encuentra en venta o alquiler, con precios muy cómodos, una excelente ubicación, y sobre todo la gran facilidad que tenemos a su acceso, gracias a uno de nuestros socios; permitiéndonos de esta manera obtener con mayor facilidad y comodidad para nosotros esta área.

## **2.4 TAMAÑO**

Cartagena soy agencia se desarrollara en un área de 70 M2, que estará distribuida de la siguiente manera:

- ✓ Sala de venta
- ✓ Oficina de contabilidad
- ✓ Oficina administrativa
- ✓ Sala de juntas
- ✓ Oficina de Servicio al cliente
- ✓ Baños
- ✓ Parqueaderos

Nuestra agencia contra con lo esencial, necesario e importante para desarrollar este servicio con excelencia y calidad.

## 2.5 COSTO DEL TERRENO

Esta área ubicada en Bocagrande en la carrera 3 N 6-40, se encuentra en venta por \$105.000.000 pesos, es decir; 1500.000 m2.

Gracias a uno de nuestros socios quien es dueño de esta área, nos permitirá cancelar el valor de dicho terreno, en unas módicas cuotas de 3.000.000 mensuales durante 36 meses.

## 2.6 COSTOS Y MATERIALES PARA LA CONSTRUCCION

Para llevar a cabo la construcción de nuestra área donde se desarrollara el proyecto necesitaremos los siguientes materiales

*Cuadro 1. Costo de Construcción para reformas y adecuaciones.*

Artículos	Unidad	Cantidad	Precio	Total
Arena gruesa	VOLQUETA DE 4MT	4	130.000	520.000
Varilla 1/2"	C/u	18	45.000	810.000
Baldosas (porcelanatto español)	METRO	20	20.000	400.000
Ladrillo gris con textura NUMERO 4	C/U	100	15.000	1.500.000
Aluminio	C/u	50	293.900	14.695.000
Vidrios 1.50X1	METRO	12	100.000	1.200.000
Baterías sanitarias (inodoro, lavamanos)	COMBO	4	350.000	1.400.000
Laminas de superboard 6mm.	c/u	50	26.500	1.325.000
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 21.850.000,00</b>

Calculo: Autores del Proyecto.

La suma de todos estos materiales, teniendo en cuenta los cálculos se realizaron por metro cuadrado es de: \$ 21.850.000.

## 2.7 MUEBLES Y ENSERES

La presentación física es uno de los pilares fundamentales para el buen funcionamiento de cualquier negocio. Una empresa debe transmitir al cliente la idea de lo que se encontrará en el interior, está lleno de calidad y excelencia igual que su servicio, aquí es válido recordar el popular dicho '*todo entra por los ojos*'. Por esta razón Cartagena soy agencia se preocupa por una excelente planta física equipada de la mejor manera.

Por lo tanto para un equipamiento adecuado y que cumpla con los requisitos para una buena adecuación y sobre todo una buena presentación que le proporcione seguridad a nuestros clientes, utilizaremos los siguientes equipos, muebles y enseres:

*Cuadro 2. Muebles y Enceres*

<b>Unidades</b>	<b>Muebles y equipos</b>	<b>Valor unidad</b>	<b>Valor total</b>
4	Computadores	1.300.000	5.200.000
1	Video beam	1.100.000	1.100.000
1	Impresora multiusos (escáner, fotocopiadora)	84.000	84.000
2	Escritorios tipo secretaria	73.000	146.000
1	Escritorios tipo L	1.300.000	1.300.000
7	Sillas giratorias	74.000	518.000
1	Sofás	280.000	280.000
1	Sillas de espera (tándem) 4 puestos	270.000	270.000
1	Mesa de juntas (10 puestos)	2.500.000	2.500.000
1	Cafetera 'expreso'	200.000	200.000
4	Teléfonos	25.000	100.000
1	Nevera pequeña	270.000	270.000
1	Televisor plasma 32'	1.300.000	1.300.000
1	Ambientación (cuadros, arreglos florales)	1.000.000	1.000.000

<b>Total</b>	<b>14.268.000</b>
--------------	-------------------

Calculo: Autores del Proyecto.

Para el equipamiento de la agencia se utilizará los muebles y enseres mencionados anteriormente que suma un total de: \$ 14.268.000.

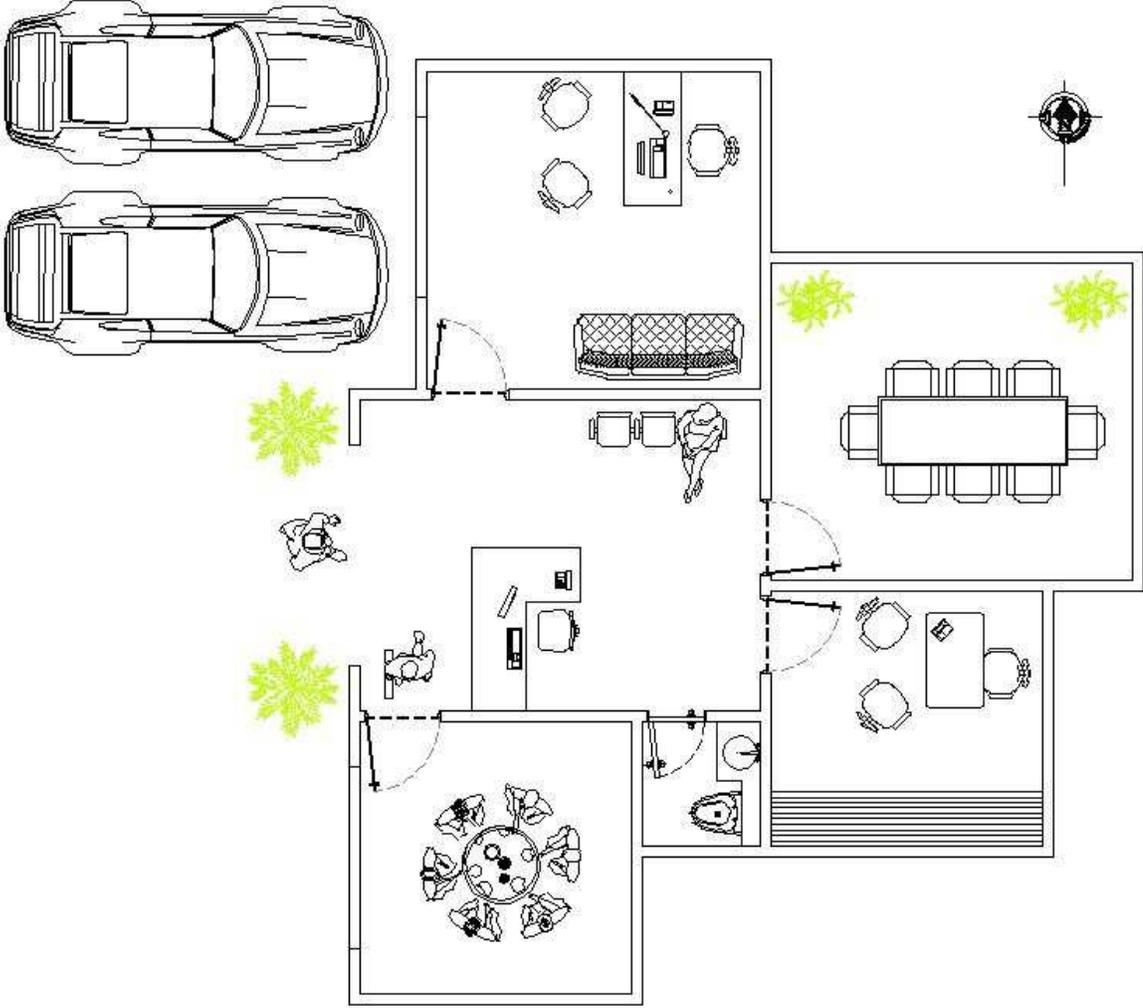
**2.8 INVERSION INICIAL**

Costo de construcción .....	\$ 21.850.000
Costo equipamiento .....	\$ 14.268.000
Cuota mensual compra terreno.....	\$ 3.000.000
<b>TOTAL.....</b>	<b>\$ 39.118.000</b>

Calculo: Autores del proyecto.

**2.9 DISEÑO EN PLANTA**

*GRAFICA 7*



Fuente: Arquitecto Felipe Luna – Diseño de Planta.

## 2.10 PAQUETES

*Cuadro. 3 Paquete de Sol y Playa.*

Paquetes 1			
Paquete de Sol y Playa	Costo	Ganancia	Precio
Visita a la isla escogida por el turista (Cocoliso, Portonaito, Isla Del Rosario)	6.000	4.000	10.000
Almuerzo en la isla	8.000	5.000	13.000
Juegos náuticos	10.000	7.000	17.000
Visita al acuario en las Islas del Rosario	15.000	5.000	20.000
bar. abierto todo el día (jugos naturales, gaseosas, licor, agua)	30.000	10.000	40.000
Alianza Con Lancheros	5.000	5.000	10.000
<b>Total</b>	<b>74.000</b>	<b>36.000</b>	<b>110.000</b>

Calculo: Autores del proyecto.

*Cuadro 4. Cultural.*

Paquete 2			
Paquete Cultural	Costo	Ganancia	Precio
Paseo en Coche por la Ciudad Antigua	25.000	10.000	35.000
Visita al Sastillo San Felipe	10.000	5.000	15.000
Visita al Museo De Oro (Guía)	10.000	5.000	15.000
Almuerzo en restaurantes típicos de la ciudad (Casa De Socorro)	30.000	15.000	45.000
Visita Palacio De La Inquisición	10.000	5.000	15.000
Paseo en chiva por la ciudad de Cartagena	20.000	10.000	30.000

Fiesta Blanca	80.000	40.000	120.000
---------------	--------	--------	---------

Total	185.000	90.000	275.000
-------	---------	--------	---------

Calculo: Autores del proyecto.

*Cuadro 5. Paquete Personalizado.*

Es un promedio de los primeros 2 paquetes más un 20% del este valor, puesto que en éste, los clientes podrán elegir a su antojo actividades de los dos paquetes.

Paquete Personalizado	Costo	Ganancia	Precio
Personalización (20% +)	25.900	12.600	38.500
Promedio de los 2 primeros paquetes	129.500	63.000	192.500
Total	155.400	75.600	231.000

Calculo: Autores del proyecto.

*Cuadro 6. Paquete Especial Cartagena Soy Plus.*

Mes	Paquete Especial Cartagena Soy Plus	Costo	Ganancia	Precio	Participación
Enero	Hay Festival Cartagena De Indias	80.000	40.000	120.000	15%
Febre ro	Fiesta De La Popa y Festival del Frito, Festival Internacional De Cine De Cartagena	50.000	25.000	75.000	10%
Marzo	Festival Internacional De Cine De Cartagena, Semana Santa y Festival del Dulce.	70.000	35.000	105.000	7%
Abril	S.O.S. Cartagena	100.000	50.000	150.000	3%
Mayo	Especial: Convención De Basilea 2011	100.000	50.000	150.000	3%
Junio	Fiesta LAN (LAN PARTY)	100.000	50.000	150.000	6%
Julio	Summer Special	80.000	40.000	120.000	11%
Agost o	Ríase De La Vida En Cartagena	30.000	15.000	45.000	7%

Septiembre	S.O.S. Cartagena, XXIX CONGRESO LATINOAMERICANO DE QUIMICA.	60.000	30.000	90.000	2%
Octubre	Deporte Arena (Arena Sports)	60.000	30.000	90.000	7%
Noviembre	Fiesta de la independencia y Coronación	90.000	45.000	135.000	16%
Diciembre	Especial De Integración Familiar	250.000	125.000	375.000	13%
Total		89.167	44.583	133.750	100%

Calculo: Autores del proyecto.

Los Cálculos de la Participación en los Ingresos, radican en el comportamiento de la actividad turística la cual tiene una estacionalidades durante el año.

### **3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

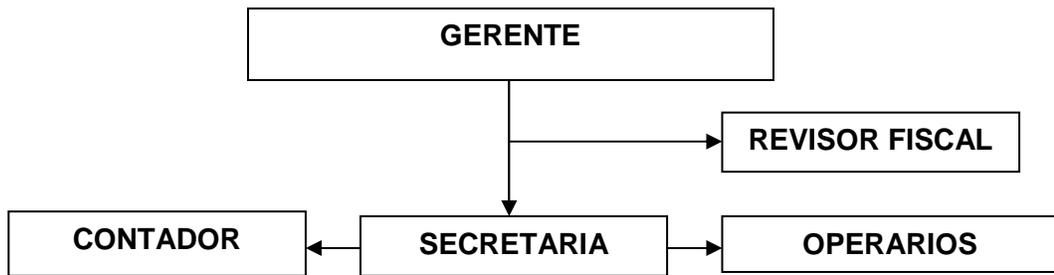
Al ser una agencia al principio pequeña esta estructura es la ideal, es rápida, flexible, con mantenimiento de bajo costo y su contabilidad es clara, esto por tener una relación directa entre el jefe y el subordinado.

La estructura organizacional de la empresa permitirá aplicar un principio que ayudara a atraer cada vez más a los clientes, este principio es: “abrace a sus clientes” de Jack Mitchell (2004). Toda la organización debe estar comprometida con el cliente, hasta el gerente; para llevar a cabo estos principios consignados en el libro antes mencionado una organización lineal es la indicada.

“A los perros se les entrena, a la gente se le educa” un principio que servirá a la hora de las capacitaciones para los guías.

### 3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Tabla 5. Organigrama



Fuente: Autores del proyecto.

### 3.3 MANUAL DE FUNCIONES

**GERENTE:** Le corresponde al gerente en forma especial la administración y representación de la sociedad, así como el uso de la razón social con las limitaciones contempladas en los estatutos, y tendrá las siguientes funciones:

1. Representar a la sociedad judicial y extrajudicialmente.
2. Convocar a la junta de socios cada vez que sea necesario.
3. Ejecutar las órdenes e instrucciones que le imparte la junta de socios.
4. Presentar las cuentas y balances a la junta de socios.
5. Abrir y manejar cuentas bancarias.
6. Obtener los créditos que requiera la sociedad, con previa aprobación de la junta de socios.
7. Contratar, controlar y remover los empleados de la sociedad.

**REVISOR FISCAL:** Es el representante de los accionistas que vigila que las actuaciones de la junta directiva y del gerente general se ajusten a los estatutos y a las directrices de los accionistas.

**SECRETARIA:** Esta persona es la encargada realizar varias funciones como lo son: elaborar el pago de nominas y realizar la facturación, será la responsable de la vinculación y pagos de salud, pensión y riesgos profesionales.

**OPERARIOS:** Son los encargados de vender y promocionar los paquetes turísticos, que ofrece la empresa, en las distintas partes de la ciudad, principalmente en el muelle turístico de Cartagena. Así como servir de guías turísticos.

**ASESOR CONTABLE:** Este es contratado por medio de una firma de contadores, el cual tendrá las siguientes funciones:

1. Llevar la contabilidad de los recursos asignados para el desarrollo del Programa, de conformidad con la normatividad contable vigente en el país.
2. Preparar los documentos contables que le sean solicitados y llevar adecuadamente los libros de contabilidad que reflejen las operaciones del Programa.
3. Preparar los estados financieros periódicos del Programa registrando y procesando la información que sustente las operaciones, de acuerdo con las políticas, normas y procedimientos definidos por la empresa.
4. Llevar y custodiar los archivos de toda la documentación contable del Programa.
5. Elaborar el plan de cuentas del Programa.

### **3.4 PERFIL DEL TRABAJADOR:**

Para la Empresa Cartagena Soy el talento humano es muy importante, debido a que el personal que trabaje en la empresa deberán ser personas capacitadas en el área de atención al cliente y por tanto tener experiencia en cuanto a ofrecer planes turísticos. Este personal debe ser creativo, debe tener sentido de liderazgo, ser emprendedor, persuasivo y sobre todo debe tener valores como la honestidad y lealtad

La selección debe tener tres etapas, la primera es la etapa de convocatoria en la cual como primera instancia a través de entrevistas se escogerán a los que cuenten con el perfil para trabajar en la empresa y estos pasarán a la siguiente fase. Luego la etapa de selección específica en la que a través de pruebas se elegirán a los que tengan y demuestren mayores habilidades para desempeñar el cargo. Luego la etapa de contratación en las que los escogidos en la segunda etapa serán contratados para laborar en nuestra empresa, nuestro contrato será a término indefinido.

Cabe mencionar que la empresa al tener responsabilidad social hará mayor énfasis en el reclutamiento de personal de estratos bajos.

### **3.5 TECNOLOGÍA ADMINISTRATIVA**

CARTAGENA SOY agencia al ser una empresa con proyección internacional, contará con una página Web completa en la cual a nuestros clientes y posibles clientes se les brindará toda la información relacionada a los servicios y a nuestra empresa. A su vez estos servicios podrán ser adquiridos en línea reduciendo costos de papeleo y tiempo.

## **4 ESTUDIO LEGAL**

El estudio legal es de gran importancia para este proyecto, ya que al tratarse de una agencia de turismo, se ofrecen paquetes, donde se involucra el contacto directo con el medio ambiente, personas, y se utilizan distintos medios de transporte.

Se debe tener conocimiento de todas las leyes y normas que se aplican para que no se vean afectadas las operaciones de la agencia y no incurra en ningún tipo de infracción. Algunos de estos trámites que por ley se deben realizar son:

### **NOTARIA:**

Le transcribirán su minuta conformando así la Escritura Pública, firmada por el notario con los sellos respectivos y adicionalmente por los socios con la cédula y sus huellas. Lo siguiente es realizar el pago del impuesto de registro sobre la escritura de constitución en la oficina de Rentas Departamentales

### **CAMARA DE COMERCIO:**

Adquirir en la Cámara de Comercio el formulario de Matrícula Mercantil “Sociedades Comerciales”, posteriormente debe presentar en la ventanilla de la Cámara de Comercio lo siguiente:

- El formulario de matrícula mercantil diligenciando, junto con el volante de “consulta de nombres” aprobado.
- Dos copias autenticadas de la escritura pública de constitución de la sociedad, en la que debe aparecer el nombramiento del representante legal. En el caso de ser empresa unipersonal, el documento privado sino se constituyó por escritura pública.
- Recibo de pago del impuesto de Registro expedido por Rentas Departamentales.

- Obtener copia del certificado de existencia y representación legal de la sociedad.
- Registrar los libros en la Cámara De Comercio

#### **DIAN:**

Dirigirse a la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para que la empresa obtenga el número de identificación tributaria (NIT), el cual es necesario para identificarse en el desarrollo de las actividades comerciales. Para este número de identificación, expedido en una tarjeta, se debe realizar el trámite correspondiente, en la DIAN que se encuentre en el municipio donde se está domiciliado.

#### **AFILIACION A LA ARP:**

Una vez elegida la ARP, el empleador debe llenar una solicitud de vinculación de la empresa al sistema general de riesgos profesionales, dicha solicitud es suministrada sin ningún costo por la ARP, dependiendo el grado y la clase de riesgo de las actividades de la empresa, ellos establecen la tarifa de riesgo, que es un porcentaje total de la nómina y debe ser asumida por el empleador, dicho valor se debe pagar cada mes.

Adicionalmente debe vincular a cada trabajador, llenando la solicitud de vinculación del trabajador al sistema general de riesgos profesionales.

#### **AFILIACION A LA SEGURIDAD SOCIAL**

El empleador deberá inscribir a alguna entidad promotora de salud (EPS) a todos sus trabajadores, los empleados podrán elegir libremente a que entidad desean vincularse. Una vez elegida el empleador deberá adelantar el proceso de afiliación tanto de la empresa como para el trabajador, mediante el diligenciamiento de los formularios, los cuales son suministrados en la EPS elegida.

El formulario de afiliación del trabajador deberá diligenciarse en original y dos copias, el original es para la EPS, una copia para el empleador y la otra para el trabajador.

El porcentaje total de aportes a salud es de un 12% del salario devengado por el trabajador. El valor resultante se divide en tres partes iguales, de las cuales el trabajador debe pagar una y el empleador las dos restantes.

#### **AFILIACION AL FONDO DE PENSIONES Y CESANTÍAS:**

El empleador debe afiliar a todos los miembros de la empresa al fondo de pensiones, el cual podrá ser elegido por el trabajador. Una vez elegido se llena la solicitud de vinculación suministrada por el fondo.

Ya vinculado se debe pagar mensualmente el 13.5% del salario devengado por el trabajador, dicho valor se divide en cuatro y de estas, el empleador paga tres y una el trabajador.

#### **AFILIACION PARA EL PAGO DE APORTES PARAFISCALES:**

Son pagos a que está obligado todo empleador a cancelar sobre el valor de la nómina mensual a través de las cajas de compensación familiar para: Subsidio familiar, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y SENA.

Para realizar la respectiva inscripción, se debe adquirir un formulario en la Caja donde desea afiliarse, donde le entregarán adjunto el formulario de afiliación al ICBF y al SENA.

#### **INSCRIPCION EN EL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO:**

Toda persona natural o jurídica que habitualmente proporciona, intermedia o contrata directa o indirectamente con el turista la prestación de algún servicio turístico, o relacionado para poder operar legalmente en Colombia, debe

inscribirse previamente en el Registro Nacional de Turismo, presentando la solicitud respectiva ante el Grupo de Análisis Sectorial y Registro Nacional de Turismo del Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.<sup>17</sup>

**Tipo de sociedad:** Será una Sociedad por Acciones Simplificada.

El ministro de Comercio, Industria y Turismo, Luis Guillermo Plata, informó que el nuevo tipo societario brinda a los empresarios las ventajas de las sociedades anónimas e incluso en algunos aspectos la mejora. También señaló que este tipo de sociedades son un vehículo flexible y menos costoso para hacer negocios, ya que le sirve a las empresas para crecer, con todas las posibilidades de recibir capitales de inversionistas ángel, de riesgo y semilla.<sup>18</sup>

Unas de las ventajas dadas por este tipo de sociedad son: unipersonalidad, término de duración indefinido, limitación de la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales, no es obligatoria la revisoría fiscal.

Para la constitución de esta sociedad se puede por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

### **RAZÓN SOCIAL: CARTAGENA SOY AGENCIA S.A.S**

**Objeto social de la empresa:** La finalidad será la promoción y participación en la actividad turística de Cartagena abarcando operaciones en materia de recreación, capacitación, desarrollo de eventos, educación, gastronomía, preparación de foros y eventos relacionados con la orientación turística de la ciudad. Estos servicios se

---

<sup>17</sup> *MisionPyme, "Las Sas Gana Terreno en Colombia", disponible en el sitio web, <http://www.misionpyme.com/cms/content/view/3351/44/>, consulta realizada el 16 de abril de 2010.*

<sup>18</sup> *IBID*

prestarán independientemente o en alianzas estratégicas con otras empresas habilitadas para tal fin.

**Domicilio de la empresa:** Bocagrande Avenida San Martín Edf. Los Delfines 606.

**Duración de la Sociedad:** La duración de la sociedad será por 20 años.

**Distribución de utilidades:** La distribución de utilidades se hará de la siguiente manera: Anualmente será repartido el 70% de las utilidades entre los accionistas, el 25% será capitalizado a la empresa y el otro 5% será destinado para obras sociales.

A continuación mostraremos las normas bajo las cuales se debe regir la empresas Cartagena soy agencia, teniendo en cuenta a la actividad que esta realiza.

### **La Constitución Política de Colombia de 1991**

Artículos 8 y 95: Obligación del Estado y de las personas de proteger las riquezas naturales y culturales.

Artículos 44 y 52: Reconocimiento de las actividades del tiempo libre, como derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El turismo es considerado como una de las actividades del tiempo libre.

Artículo 67: Definición de la educación como función social y desde allí el acceso a los bienes y valores de la cultura, guarda relación con la actividad turística en la medida que se debe impulsar la forma para llegar a los bienes y valores de la cultura, muchos de ellos generadores de atracción para visitantes. De ahí el significado de la promoción y el fomento de la educación como deber del Estado (artículo 70), al igual que su inclusión de la educación en los planes de desarrollo económico y social (artículo 71) de las entidades territoriales.

Artículos 63 y 72: Protección de los bienes de uso público, el patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional

pertenecen a la nación, son inalienables, inembargables e imprescriptibles, representa un aspecto que refuerza la realización de actividades turísticas en la medida que permite que los bienes enunciados puedan disfrutarse por todos - residentes y visitantes- en el mejor sentido de apreciación y uso mediante actividades permitidas y controladas para evitar su deterioro o desaparición.

Artículos 79 y 80: El concepto de desarrollo sostenible está planteado en la garantía del derecho de todas las personas tiene de gozar de un ambiente sano y en la obligación del Estado de ‘proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines’ y en ‘planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales...’ y prevenir los factores que ocasionen riesgos a su conservación o conduzcan a su deterioro.

Artículo 82: Protección y destinación al uso común del espacio público, el cual prevalece sobre el interés particular, al tiempo que determina la participación de las entidades públicas en la plusvalía que genere su acción urbanística, apoya la calidad en los destinos turísticos.

Artículo 300: Facultad a las asambleas departamentales para expedir disposiciones para la planeación, desarrollo económico y social del turismo, constituye el marco para dirigir el desarrollo turístico con sentido económico y social, es decir en armonía con estos campos.

### **La Ley del medio ambiente (Ley 99 de 1993)**

Esta ley los asume los siguientes principios como base para la política ambiental: (artículo 1).

- Orientar el proceso de desarrollo por los principios del desarrollo sostenible Declaración de Río de Janeiro de 1992.

- Proteger la biodiversidad -patrimonio nacional y de la humanidad-, las fuentes de agua -páramos, sub páramos, nacimientos, zonas de recarga de acuíferos- y el paisaje como patrimonio común.
- Orientar las políticas poblacionales hacia el derecho de los seres humanos a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.
- Prioridad del uso de los recursos hídricos para el consumo humano.
- Atención al principio de precaución ante el desconocimiento.
- Incorporación de los costos ambientales para prevenir y conservar los recursos naturales renovables.
- Prevención de desastres será materia de interés colectivo y sus medidas para evitarlo o mitigarlos serán obligatorias.
- Protección y recuperación ambiental son conjuntas: Estado, ONGs, comunidad y sector privado.
- Estudios de impacto ambiental base en la toma de decisiones en la construcción de obras y actividades que afecten el ambiente.
- Manejo ambiental descentralizado, participativo y democrático.
- El SINA para el manejo ambiental y actuación pública y de la sociedad civil.
- Instituciones ambientales públicas considerarán criterios de manejo integral del medio ambiente y relación con procesos de planificación económica, social y física.

**SINA:** Conjunto de orientaciones, normas, actividades, recursos, programas e instituciones para poner en marcha los principios ambientales. Integrado por entidades de la política y acción ambiental, organizaciones comunitarias y ONGs relacionadas, las fuentes y recursos para el manejo y recuperación del medio ambiente (artículo 4).

Ordenamiento ambiental del territorio: Función del Estado de regular y orientar el proceso de diseño y planificación de uso del territorio y de los recursos naturales renovables para garantizar su adecuada explotación y su desarrollo (artículo 7).

Licencia ambiental: autorización para ejecutar un proyecto que pueda producir deterioro grave de los recursos naturales renovables o medio ambiente o modificar el paisaje, y en la cual se fijan los requisitos u obligaciones para prevenir, mitigar, corregir, compensar y manejar efectos del proyecto autorizado (Decreto 1753 de 1994, artículo 2).

Estudio de impacto ambiental: instrumento para la toma de decisiones y planificación ambiental para definir las medidas de prevención, corrección, compensación, mitigación de efectos negativos de un proyecto (Decreto 1753 de 1994, artículo 22).

Planes de ordenamiento ambiental permiten caracterizar -posibilidades y limitaciones-, el territorio para examinar las articulaciones entre las actividades económicas y la población residente, entre lo natural y lo construido, el uso, manejo e importancia de los recursos naturales en actividades económicas; construir indicadores y definir estrategias según las directrices del Ministerio del Medio Ambiente y el caso.

### **Ley orgánica del plan de desarrollo (Ley 152 de 1994)**

El Plan Nacional de Desarrollo se soporta en la CP (artículos 339 a 344) y debe contener una Parte General y el Plan de Inversiones de las entidades públicas del orden nacional. En la parte general se incluyen los propósitos y objetivos nacionales de largo plazo, las metas y prioridades de la acción estatal a mediano plazo y las estrategias y orientaciones generales de la política económica, social y ambiental que adoptará el Gobierno.

Aspectos fundamentales:

- Articulación entre el plan nacional de desarrollo y los planes territoriales.
- Incorporación de la sociedad civil en el proceso de planeación -consejos de planeación.
- Definición de contenidos, procedimientos y plazos para estructurar los planes.
- Reconocimiento de la planificación regional
- Interacción entre plan nacional y territoriales.

Objetivo: conformar sistema nacional de planeación con apoyo de los consejos de planeación nacional y territoriales, instrumento de articulación de instancias y grupos poblacionales.

La planificación es concebida mas como proceso que incluye a los diferentes actores sociales que tiene la tarea de formular los planes, estrategias, programas e inversiones para proporcionar las directrices políticas, sociales y ambientales que orientan el desarrollo del territorio en el corto plazo (3 o 4 años), el uso eficiente de los recursos y desempeño adecuado de funciones.

Principios: participación de la sociedad civil, sostenibilidad ambiental, desarrollo armónico de las regiones, proceso de planeación, eficiencia y complementariedad (Ministerio de Desarrollo Económico, 1997).

### **Ley de desarrollo territorial (Ley 388 de 1997)**

Los municipios y Distritos deben seguir las indicaciones de esta ley para la formulación de los respectivos planes de ordenamiento territorial -POTs según el tamaño del municipio:

- ❖ Menor de 30 habitantes: Esquemas de Ordenamiento Territorial
- ❖ Entre 30.000 y 100.000 habitantes: Planes Básicos de Ordenamiento
- ❖ Superior a 100.000 habitantes: Planes de Ordenamiento Territorial

*Determinantes en los POTs:*

Conservación y protección del medio ambiente

Conservación, preservación y uso de áreas e inmuebles considerados patrimonio cultural.

*Contenido estructural:*

Señalamiento y medidas entre otras de las áreas para la protección del medio ambiente y conservación de los recursos naturales y defensa del paisaje (...), conservación y protección del patrimonio histórico, cultural y arquitectónico (...)' (artículo12).

### **Ley de cultura -Ley 397 de 1997**

Esta ley expide normas sobre el patrimonio cultural y los estímulos y fomentos a la cultura además de la creación del Ministerio de Cultura.

Obligación del Estado y de las personas de valorar, proteger y difundir el Patrimonio Cultural de la Nación' (artículo 1º).

Objetivos primordiales de la política cultural: preservación del Patrimonio Cultural de la Nación y el apoyo y estímulo a los promotores de expresiones artísticas y culturales (artículo 2).

Objetivos de la política para el patrimonio cultural: preservación, protección, conservación, rehabilitación y divulgación, como testimonio actual y futuro (artículo 5), esto expresa la responsabilidad con las generaciones futuras para que el patrimonio sirva como testimonio de la identidad cultural nacional.

Preservación del patrimonio es un deber nacional puesto que 'los planes de desarrollo de las entidades territoriales dispondrán los recursos para la conservación y recuperación del patrimonio cultural' (artículo 8).

Criterios para valorar y clasificar el patrimonio cultural construido -bienes inmuebles-: antigüedad, autenticidad, singularidad, monumentalidad, pieza fundamental, aporte cultural, creador de la obra, representatividad, relación con hechos históricos o del proceso cultural o testimonio. Criterios que aplican el Ministerio de Cultura y el Consejo de Monumentos Nacionales para efectuar las declaratorias de bienes de interés cultural de carácter nacional, en los demás niveles territoriales.

### **Ley General de Turismo -Ley 300 de 1996-**

Reconocimiento de la industria del turismo como industria de servicios, de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia y esencial para el desarrollo social y económico del país y en especial para las entidades territoriales, regiones y provincias, por lo cual es la referencia legal más importante en este campo (artículos 1 y 2).

### **Principios:**

- Concertación: Participación y acuerdo para asumir responsabilidades será de todos los agentes públicos y privados comprometidos.
- Coordinación: Entidades públicas que integran el sector

- Descentralización: Responsabilidad de la actividad de los diferentes niveles del Estado según su ámbito de acción y competencia bajo los principios de coordinación, concurrencia y subsidiaridad.
- Planeación: Planes y actividades inscritas en el marco del plan sectorial de turismo y el plan nacional de desarrollo. Directrices específicas para los programas de turismo especializado. En los planes sectoriales territoriales la consideración de programas de ecoturismo será coordinada con las Corporaciones autónomas regionales.
- Protección del medio ambiente: Desarrollo del turismo en armonía con los principios del desarrollo sostenible.
- Desarrollo social: el turismo es una actividad que permite la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre derechos sociales consagrados en la Constitución.
- Libertad de empresa: Las autoridades turísticas preservarán el mercado libre la competencia abierta y leal y la libertad de empresa dentro de un marco normativo de idoneidad, responsabilidad y relación equilibrada con los usuarios.
- Protección al consumidor: Por parte de entidades públicas y privadas para el cabal desarrollo del turismo
- Fomento: protección y prioridad al desarrollo integral de actividades turísticas y recreativas en todo el territorio.
- Turismo especializado: ecoturismo, etnoturismo, turismo metropolitano, agroturismo, acuaturismo, turismo de interés social, de la tercera edad, pensionados y juveniles.

## **Registro Nacional de Turismo**

### Objetivos:

- ✓ Llevar la inscripción de los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia.
- ✓ Establecer mecanismos de identificación y regulación de los prestadores de los servicios turísticos
- ✓ Establecer un sistema de información sobre el sector turístico.

### **Estructura institucional del turismo: (decreto 219 de 2000)**

#### Ministerio de Desarrollo Económico:

##### *Consejo Consultivo Asesor de Turismo*

Instancia de concertación, asesora del Ministerio de Desarrollo Económico para definir y formular políticas, programas y proyectos de desarrollo y competitividad de sectores productivos.

## 5 ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

Para hacer la evaluación financiera del proyecto se utilizó la herramienta valor presente neto, que es desde el punto de vista financiero, la metodología más acertada para determinar la viabilidad de un proyecto.

El método de Valor Presente Neto (VPN) consiste en traer todos los flujos de efectivo positivos o negativos netos según sea el caso, a valor presente a una tasa de interés dada (la mínima tasa de la que se descuenten dichos flujos debe ser la del costo de capital), y compararlos con el monto de la inversión; si el resultado es positivo la inversión es factible económicamente, si es negativo, no conviene llevar a cabo el proyecto, si es igual a cero realizarlo es indiferente.

Ahora bien, es importante tener en cuenta que se pueden utilizar dos criterios de evaluación: Análisis del proyecto desde el punto de vista *Puro* y Análisis del proyecto desde el punto de vista del *Inversionista*: Desde el punto de vista Puro, lo que se analiza es qué pasaría si el proyecto se realiza con recursos propios, es decir, los socios aportan el 100% del capital y desde el punto de vista del inversionista, los socios acuden a fuentes externas para su desarrollo.

Para calcular el Valor Presente Neto (VPN), es necesario estimar el Estado de Resultados anual y convertirlos en Flujos de Efectivos Operacionales. Para el caso de Cartagena Soy Agencia, los ingresos operacionales son el resultado de multiplicar el número de turistas tanto Nacionales como Extranjeros por el Precio de Ventas de los Paquetes ofertados para cada horizonte tiempo, análogamente se realiza una operación similar con el cálculo de los Costos de ventas, es decir, número de turistas nacionales o Extranjeros por el costo de cada paquete. La diferencia entre los ítems Ingresos y Costos de ventas refleja el Margen Bruto del negocio. Luego se obtienen los Gastos Operacionales y/o de Administración los cuales están integrados por todas las actividades propias de la administración entre las cuales se cuenta el renglón de personal, Servicios Públicos, Diversos,

Gastos de depreciación, Útiles de Oficinas, entre otros, también calculados en consonancia con el periodo de análisis. Al relacionar el Margen Bruto con los Gastos Operacionales observamos si efectivamente existe un beneficio de las operaciones, es decir, obtenemos la Utilidad Operativa, convirtiéndose este indicador en el más importante para la administración, toda vez que indica que los precios, costos y gastos muestran la eficiencia de la administración. Determinada la parte de la Utilidad Operacional se deduce la provisión de impuestos y el resultado es igual a la utilidad Neta de los periodos proyectados.

Finalmente para estimar el Valor Presente Neto (VPN), convertimos la Utilidad Neta en Flujos de efectivo Operacionales mediante la adición de los Gastos de Depreciación en razón a que éstos no son salidas de efectivo. En esas circunstancias se procede a descontarlos a una Tasa de Oportunidad (Tasa de Rendimiento Esperada por el inversionista), que para nuestro caso se estimó en un 25%, arrojando un resultado positivo lo cual significa que el proyecto le ofrece a sus inversionistas la posibilidad de recuperar la inversión, pagar sus costos y sus gastos pagar sus préstamos, sus impuestos y al mismo tiempo ofrecer un remanente para su distribución o apropiación. Se hace la salvedad que cuando se trata del cálculo del Valor Presente Neto (VPN) desde el punto de vista del Inversionista lo único que se le adiciona a la estimación de los Flujos Operacionales son los rubros por las amortizaciones e intereses por los créditos utilizados.

## 5.2 INVERSION INICIAL

*Cuadro 1. Costo de Construcción para reformas y adecuaciones.*

Artículos	Unidad	Cantidad	Precio	Total
Arena gruesa	VOLQUETA DE 4MT	4	130.000	520.000
Varilla 1/2"	C/u	18	45.000	810.000

Baldosas (porcelanatto español)	METRO	20	20.000	400.000
Ladrillo gris con textura NUMERO 4	C/U	100	15.000	1.500.000
Aluminio	C/u	50	293.900	14.695.000
Vidrios 1.50X1	METRO	12	100.000	1.200.000
Baterías sanitarias (inodoro, lavamanos)	COMBO	4	350.000	1.400.000
Laminas de superboard 6mm.	c/u	50	26.500	1.325.000
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 21.850.000,00</b>

Calculo: Autores del proyecto.

### *Cuadro 2 Muebles y Enceres*

<b>Unidades</b>	<b>Muebles y equipos</b>	<b>Valor unidad</b>	<b>Valor total</b>
4	Computadores	1.300.000	5.200.000
1	Video beam	1.100.000	1.100.000
1	Impresora multiusos (escáner, fotocopiadora)	84.000	84.000
2	Escritorios tipo secretaria	73.000	146.000
1	Escritorios tipo L	1.300.000	1.300.000
7	Sillas giratorias	74.000	518.000
1	Sofás	280.000	280.000
1	Sillas de espera (tándem) 4 puestos	270.000	270.000
1	Mesa de juntas (10 puestos)	2.500.000	2.500.000
1	Cafetera 'expreso'	200.000	200.000
4	Teléfonos	25.000	100.000
1	Nevera pequeña	270.000	270.000
1	Televisor plasma 32'	1.300.000	1.300.000
1	Ambientación (cuadros, arreglos florales)	1.000.000	1.000.000

<b>Total</b>	<b>14.268.000</b>
--------------	-------------------

Calculo: Autores del proyecto.

Para el equipamiento de la agencia se utilizará los muebles y enseres mencionados anteriormente que suma un total de: \$ 14.268.000

Costo de construcción .....	\$ 21.850.000
Costo equipamiento .....	\$ 14.268.000
Cuota mensual compra terreno.....	\$ 3.000.000
<b>TOTAL.....</b>	<b>\$ 39.118.000</b>

Calculo: Autores del proyecto.

### 5.3 PAQUETES

*Cuadro. 3 Paquete de Sol y Playa*

Paquetes 1	Costo	Ganancia	Precio
Paquete de Sol y Playa			
Visita a la isla escogida por el turista (Cocoliso, Portonaito, Isla Del Rosario)	6.000	4.000	10.000
Almuerzo en la isla	8.000	5.000	13.000
Juegos náuticos	10.000	7.000	17.000
Visita al acuario en las Islas del Rosario	15.000	5.000	20.000
bar. abierto todo el día (jugos naturales, gaseosas, licor, agua)	30.000	10.000	40.000
Alianza Con Lancheros	5.000	5.000	10.000
<b>Total</b>	<b>74.000</b>	<b>36.000</b>	<b>110.000</b>

Calculo: Autores del proyecto.

*Cuadro 4. Cultural*

Paquete 2			
Paquete Cultural	Costo	Ganancia	Precio
Paseo en Coche por la Ciudad Antigua	25.000	10.000	35.000
Visita al Sastillo San Felipe	10.000	5.000	15.000
Visita al Museo De Oro (Guía)	10.000	5.000	15.000
Almuerzo en restaurantes típicos de la ciudad (Casa De Socorro)	30.000	15.000	45.000
Visita Palacio De La Inquisición	10.000	5.000	15.000
Paseo en chiva por la ciudad de Cartagena	20.000	10.000	30.000
Fiesta Blanca	80.000	40.000	120.000
<b>Total</b>	<b>185.000</b>	<b>90.000</b>	<b>275.000</b>

Calculo: Autores del proyecto.

*Cuadro 5. Paquete Personalizado.*

Es un promedio de los primeros 2 paquetes más un 20% del costo, puesto que en éste, los clientes podrán elegir a su antojo actividades de los dos paquetes.

Paquete Personalizado	Costo	Ganancia	Precio
Personalización (20% +)	25.900	12.600	38.500
Promedio de los 2 primeros paquetes	129.500	63.000	192.500
<b>Total</b>	<b>155.400</b>	<b>75.600</b>	<b>231.000</b>

Calculo: Autores del proyecto.

*Cuadro 6. Paquete Especial Cartagena Soy Plus.*

Mes	Paquete Especial Cartagena Soy Plus	Costo	Ganancia	Precio	Participación
-----	-------------------------------------	-------	----------	--------	---------------

Enero	Hay Festival Cartagena De Indias	80.000	40.000	120.000	15%
Febrero	Fiesta De La Popa y Festival del Frito, Festival Internacional De Cine De Cartagena	50.000	25.000	75.000	10%
Marzo	Festival Internacional De Cine De Cartagena, Semana Santa y Festival del Dulce.	70.000	35.000	105.000	7%
Abril	S.O.S. Cartagena	100.000	50.000	150.000	3%
Mayo	Especial: Convención De Basilea 2011	100.000	50.000	150.000	3%
Junio	Fiesta LAN (LAN PARTY)	100.000	50.000	150.000	6%
Julio	Summer Special	80.000	40.000	120.000	11%
Agosto	Ríase De La Vida En Cartagena	30.000	15.000	45.000	7%
Septiembre	S.O.S. Cartagena, XXIX CONGRESO LATINOAMERICANO DE QUIMICA.	60.000	30.000	90.000	2%
Octubre	Deporte Arena (Arena Sports)	60.000	30.000	90.000	7%
Noviembre	Fiesta de la independencia y Coronación	90.000	45.000	135.000	16%
Diciembre	Especial De Integración Familiar	250.000	125.000	375.000	13%
<b>Total</b>		<b>89.167</b>	<b>44.583</b>	<b>133.750</b>	<b>100%</b>

Calculo: Autores del proyecto.

Los Cálculos de la Participación en los Ingresos, radican en el comportamiento de la actividad turística la cual tiene una estacionalidades durante el año.

Con respecto a la fijación de precios, si bien existen diferentes métodos tales como, precios desde el punto de vista de la obtención de un margen, precios de supervivencia, la empresa Cartagena Soy Agencia, utilizó el método de fijación de precios desde el punto de vista de la competencia más un margen del 50% en algunos casos.

## 5.4 INGRESOS OPERACIONALES

Cuadro 7.

	Turistas Extranjeros	Turistas Nacionales
Demanda	160.000	3.000.000
% de ventas	0,70%	0,15%
Total Ventas	1.120	4.500

Paquete 1	110.000
Paquete 2	275.000
Paquete 3	231.000
Paquete 4	133.750

### Ventas

Paquete 1	30%	40%
Paquete 2	40%	30%
Paquete 3	10%	10%
Paquete 4	20%	20%

### Turistas por Paquetes

Paquete 1	336	1.800
Paquete 2	448	1.350
Paquete 3	112	450
Paquete 4	224	900

### Ingresos

Paquete 1	36.960.000	198.000.000
Paquete 2	123.200.000	371.250.000
Paquete 3	25.872.000	103.950.000
Paquete 4	29.960.000	120.375.000

Total	215.992.000	793.575.000
-------	-------------	-------------

Ingresos Operacionales	1.009.567.000
------------------------	---------------

Calculo: Autores del proyecto.

## 5.5 COSTOS DE VENTAS

Cuadro 8.

Paquete 1	74.000
Paquete 2	185.000
Paquete 3	155.400
Paquete 4	89.167

### Ventas

Paquete 1	30%	40%
Paquete 2	40%	30%
Paquete 3	10%	10%
Paquete 4	20%	20%

### Turistas por Paquetes

Paquete 1	336	1.800
Paquete 2	448	1.350
Paquete 3	112	450
Paquete 4	224	900

### Egresos

Paquete 1	24.864.000	133.200.000
Paquete 2	82.880.000	249.750.000
Paquete 3	17.404.800	69.930.000
Paquete 4	19.973.333	80.250.000

Total	145.122.133	533.130.000
-------	-------------	-------------

Costos de Ventas	\$ 678.252.133
------------------	----------------

Calculo: Autores del proyecto.

## 5.6 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO SIN FINANCIACIÓN

Cuadro 9.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ingresos Operacionales	1.009.567.000	1.029.758.340	1.050.353.507	1.071.360.577	1.092.787.788	
Costos de Ventas	678.252.133	691.817.176	705.653.520	719.766.590	734.161.922	
Utilidad Bruta	331.314.867	337.941.164	344.699.987	351.593.987	358.625.867	
Gastos de Administración	315.456.000	321.765.120	328.200.422	334.764.431	341.459.719	
Gastos Depreciación	2.853.600	2.853.600	2.853.600	2.853.600	2.853.600	
Utilidad Operacional	13.005.267	13.322.444	13.645.965	13.975.956	14.312.547	
Provisión de Impuestos	4.161.685	4.263.182	4.366.709	4.472.306	4.580.015	
Utilidad Neta	8.843.581	9.059.262	9.279.256	9.503.650	9.732.532	
Gastos Depreciación	2.853.600	2.853.600	2.853.600	2.853.600	2.853.600	
Flujo Neto Operacional	11.697.181	11.912.862	12.132.856	12.357.250	12.586.132	
Inversión	-39.118.000	11.697.181	11.912.862	12.132.856	12.357.250	12.586.132
<b>VPN</b>	<b>(\$ 6.738.248)</b>					

Calculo: Autores del proyecto.

## 5.7 FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

Cuadro10.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales	1.009.567.000	1.029.758.340	1.050.353.507	1.071.360.577	1.092.787.788
Costos de Ventas	678.252.133	691.817.176	705.653.520	719.766.590	734.161.922
Utilidad Bruta	331.314.867	337.941.164	344.699.987	351.593.987	358.625.867
Gastos de Administración	315.456.000	321.765.120	328.200.422	334.764.431	341.459.719
Gastos Depreciación	2.853.600	2.853.600	2.853.600	2.853.600	2.853.600
Utilidad Operacional	13.005.267	13.322.444	13.645.965	13.975.956	14.312.547
Gasto Financiero	7.220.000	5.776.000	4.332.000	2.888.000	1.444.000
Utilidad Antes de Impuestos	5.785.267	7.546.444	9.313.965	11.087.956	12.868.547
Provisión de Impuestos	2.024.843	2.641.255	3.259.888	3.880.785	4.503.992
Utilidad Neta	3.760.423	4.905.189	6.054.077	7.207.172	8.364.556
Gastos de depreciación	2.853.600	2.853.600	2.853.600	2.853.600	2.853.600
Amortización del crédito	7.600.000	7.600.000	7.600.000	7.600.000	7.600.000
Flujo Neto Operacional	-985.977	158.789	1.307.677	2.460.772	3.618.156

Inversión	-1.118.000	-985.977	158.789	1.307.677	2.460.772	3.618.156
<b>VPN</b>	<b>\$ 1.057.903</b>					

Calculo: Autores del proyecto.

### *IPC*

El IPC utilizado para los cálculos, fue el del 2009, 2%.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> DANE, "IPC 2009", disponible en el sitio [http://www.actualicese.com/herramientas/IPC/IPC\\_2009.xls](http://www.actualicese.com/herramientas/IPC/IPC_2009.xls), consulta realizada el 20 de Abril de 2010.

## **6. CONCLUSIONES**

A través de una buena gestión administrativa e implementando una filosofía innovadora una empresa podrá sobrevivir en el mercado y alcanzar la competitividad.

Cartagena es un mercado perfecto para una agencia de turismo por sus características geográficas las cuales la convierten desde la época colonial en un puerto estratégico, esta es la razón por la cual se construyeron todas esas murallas, iglesias, castillos, casas en aquella época, las cuales le dan hoy a Cartagena la posibilidad de ser patrimonio histórico de la humanidad.

Tampoco podemos olvidar de las excelentes playas y del complejo insular del cual está rodeado.

La finalidad de Cartagena Soy Agencia será la promoción y participación en la actividad turística de Cartagena abarcando operaciones en materia de recreación, capacitación, desarrollo de eventos, educación, gastronomía, preparación de foros y eventos relacionados con la orientación turística de la ciudad. Estos servicios se prestarán independientemente o en alianzas estratégicas con otras empresas habilitadas para tal fin.

Financieramente el estudio es viable desde el punto de vista del inversionista porque presenta un valor presente neto positivo descontado a una tasa del 25%.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

SECRETARIA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, “Plan sectorial de turismo 2008 - 2010”, disponible en el sitio web <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo/2008/PlanSectoria2007-2010-Preliminar.pdf>, consulta realizada el 3 de Febrero de 2010.

Organización Mundial del Turismo, “Barómetro OMT del turismo Mundial”, disponible en el sitio web [http://unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO\\_Barom08\\_1\\_sp.pdf](http://unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom08_1_sp.pdf), consulta realizada el 3 de Febrero de 2010.

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, “Boletín Turismo Diciembre 2009”. Disponible en el sitio web <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/turismo/Boletin/2009-TurismoDiciembre.pdf>, consulta realizada el 18 de abril de 2010.

“LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE CARTAGENA DE INDIAS: ANÁLISIS DEL DESTINO Y POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO.” Por: Paola Quintero Puentes, Camila Bernal Mattos, Héctor López Bandera. Consulta realizada el 1 de Marzo de 2010.

“PLAN DE NEGOCIOS “CARTAGENA TURÍSTICA” COMO ESTRATEGIA DE MEJORAMIENTO PARA UN TURISMO COMPETITIVO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA” Por: Jennifer Gysela Montero Rodelo, Bianeys Viviana García Moreno, Dir. Luis Carlos Arraut – UTB. Consulta realizada el 1 de Marzo de 2010.

“BOLETÍN DE NOTAS TURÍSTICAS DE CARTAGENA” Publicado por: Centro de Investigaciones para el Desarrollo – CIDEs. Consulta realizada el 1 de Marzo de 2010.

“TURISMO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO: UN ANÁLISIS EMPÍRICO DE COLOMBIA” Por: M. J. Such Devesa, S. Zapata Aguirre, W. A. Risso, J. G. Brida, J. S. Pereyra. Consulta realizada el 1 de Marzo de 2010.

“SOBRE LAS AGENCIAS DE VIAJES, LOS PROVEEDORES Y LAS ADMINISTRACIONES PUBLICAS EN ESPAÑA” Por: J.M. Maciñeiras Presidente de AEADVE, XVIII Congreso AEDAVE, Cartagena de Indias, Colombia. Consulta realizada el 1 de Marzo de 2010.

“LINEAMIENTOS DE POLÍTICA EN MATERIA TURÍSTICA – PROYECTO PLAYA BLANCA BARÚ.” Publicado Por: Consejo Nacional de Política Económica y social, República de Colombia, Departamento Nacional de Planeación. Consulta realizada el 1 de Marzo de 2010. Consulta realizada el 1 de Marzo de 2010.

DIARIO DONDE, “Cartagena de Indias, la más visitada”, disponible en el sitio web <http://www.donde.com.co/secciones/informaci%C3%B3n-%C3%BAtil/cartagena-de-indias-la-m%C3%A1s-visitada>, consulta realizada el 1 de abril de 2010.

Revista Portafolio, “Llegada de viajeros extranjeros a Colombia creció 10,4% en el 2009, anunció Mincomercio”, disponible en el sitio web, [http://www.portafolio.com.co/economia/pais/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR\\_PORTA-6995467.html](http://www.portafolio.com.co/economia/pais/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-6995467.html), consulta realizada 18 de abril de 2010.

FONDO MONETARIO INTERNACIONAL, Extracto. PIB (PPA) per cápita en 2009 (en inglés), en World Economic Outlook Database, disponible en el sitio web, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/01/weodata/index.aspx>, consulta realizada 19 de abril de 2010.

CAMACOL, consulta para los Costos de Construcción para Reformas y Adecuaciones, precios extraídos de <http://www.camacol.org.co/inicio/inicio.php>, consulta realizada el 7 de abril del 2010.

MisionPyme, “Las Sas Gana Terreno en Colombia”, disponible en el sitio web, <http://www.misionpyme.com/cms/content/view/3351/44/>, consulta realizada el 16 de abril de 2010.

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. “Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996”, disponible en el sitio web [http://www.mincomercio.gov.co/econtent/Documentos/turismo/Normatividad/leyes/Ley\\_300\\_1996.pdf](http://www.mincomercio.gov.co/econtent/Documentos/turismo/Normatividad/leyes/Ley_300_1996.pdf), consulta realizada el 5 de Febrero de 2010.

ALTA CONSEJERÍA PARA LA COMPETITIVIDAD Y LAS REGIONES. CONSEJOS COMUNALES DE GOBIERNO. “Historia De Cartagena De Indias, Bolívar”. Disponible en el sitio web [http://regiones.presidencia.gov.co/regiones/publicaciones/inforegiones/241\\_cartagena-bolivar.pdf](http://regiones.presidencia.gov.co/regiones/publicaciones/inforegiones/241_cartagena-bolivar.pdf), consulta realizada el 27 de Febrero de 2010.

ADMINISTRACION FINANCIERA. Por Oscar León García. . Consulta realizada el 21 de Abril de 2010.

DANE, “IPC 2009”, disponible en el sitio [http://www.actualicese.com/herramientas/IPC/IPC\\_2009.xls](http://www.actualicese.com/herramientas/IPC/IPC_2009.xls), consulta realizada el 20 de Abril de 2010.