PLAN DE EMPRESA
EN LA OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESAS

AGENCIA DE VIAJES ARTESANIAS DEL AMAZONAS
EL PULMON DEL MUNDO

AUTORES:

MONICA PATRICIA GUERRERO MARTINEZ
CESAR AUGUSTO PINTO CALLE

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - DISTANCIA
CARTAGENA – BOLÍVAR

TABLA DE CONTENIDO

1. ESTUDIOS DEL MERCADO

1.1 Uso del producto
1.2 Usuarios – clientes
1.3 Presentación del producto
1.4 Consumo
1.5 Composición
1.6 Características del producto
1.7 Productos y/o servicios
1.8 Producto
1.9 Demanda
1.10 Oferta
1.11 Precio
1.12 Canales de distribución
1.13 Servicios de entretenimiento

2. ESTUDIO TECNICO

2.1. Tamaño
2.2. Insumos
2.3. Proceso
2.4. Ubicación

3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

3.1. Gerente general
3.2. Finanzas
3.3. Marketing
3.4. Diseñador de programas
3.5. Asesor de ventas

4. ANEXOS

5. BIBLIOGRAFÍA

1. ESTUDIOS DEL MERCADO

NOMBRE DE LA EMPRESA: AGENCIA DE VIAJE ARTESIANAS DEL AMAZONAS.

1.1 USO DEL PRODUCTO:

El cliente al adquirir el producto o servicio, obtendrá beneficios tales como:

Obtener un tour el cual le permitirá al turista o al cliente viajar a las amazonas para conocer todo lo relacionado a las culturas indígenas en la región, en este caso, las respectivas etnias indígenas Witoto y Tikunas por medio de la agencia de viajes artesanías del amazonas. Además, los turistas tendrán la posibilidad de poder convivir e interactuar mucho más de cerca con las etnias indígenas ya que, junto a los indígenas, podrán obtener conocimientos con respecto a la elaboración de las artesanías y así estos puedan aprender a elaborarlas, e inclusive el turista si lo desea podrá comprar la artesanía en el mismo lugar que es elaborada. El turista también tendrá la posibilidad de visitar por medio de caminatas, los diversos sitios representativos de las tribus huitotos y tikunas. Además de esto, el turista al adquirir el tour si lo desea, podrá establecer o comunicar a la agencia que esta misma le colabore con los servicios de hospedaje y transporte, y si el turista no lo desea, este podrá realizar sus reservas en otro hotel cercano al lugar sin ningún problema o ya bien sea, durante el transcurso del viaje. El tour también incluirá las 3 comidas, por lo cual, una vez el turista se encuentre en el lugar o el hotel en el que se hospede, podrá acceder sin ningún problema a este beneficio.

1.2 USUARIOS – CLIENTES

Venta de turismo: La venta del tour será dirigido a turistas nacionales y personas natales de la ciudad cartagena de indias, ya sean jóvenes, adultos, esposos, niños entre 5 años en adelante sin importar su oficio o su profesión.

Venta del paquete turístico: La venta del paquete turístico, se dará por medio online a través de una página web o directa. Es decir, gracias a este medio, las personas o clientes u/o prospectos ya sean, jóvenes, adultos, esposos, empresarios, ejecutivos o cualquier otra persona de la población en general, podrán acceder a una página en la cual, si lo desean, podrán adquirir el paquete turístico por cualquier medio de pago, ya sea tarjeta débito, tarjeta de crédito, PayPal, etc, o si el cliente lo desea, también lo puede obtener de forma presencial en nuestra oficina ubicada específicamente en el centro histórico de la ciudad.

Venta de las artesanías: La venta de las artesanías se dará en las oficinas, ya que se tendrán proveedores los cuales, se encargaran de traer las artesanías a la ciudad desde las amazonas, por lo tanto, el turista podrá comprar las artesanías de forma presencial en nuestra infraestructura o también lo podrá adquirir una vez se encuentre en las amazonas.

1.3 PRESENTACION DEL PRODUCTO:

Paquetes turísticos: Este producto será presentado una vez el cliente se acerque a nuestras oficinas o busque en la página web online en la cual podrá ver los tipos de toures que se ofrecen y los que no y por medio de volantes que se estarán entregando en las calles del centro histórico promocionando la agencia de viajes.

Artesanías: estos artículos se ofrecerán en las oficinas de la agencia de viajes artesanías de las amazonas, también por medio de la página web y una vez que hayan comprado el tour se le obsequiara un artículo artesanal.

1.4 CONSUMO

Paquetes turísticos: el turista le dará uso a los paquetes una vez haya efectuado la compra de estos mismos.

Artesanías: El turista podrá utilizar o consumir el producto una vez que haya ido a la oficina o a la amazonia.

1.5 COMPOSICION

Paquete de viaje turístico todo incluido a la amazonia: este paquete incluirá 3 días y 2 noches en el cual incluirá los siguientes puntos:

- **Bienvenida: el turista al arribar a la región, se le recibirá con un coctel de bienvenida.**
- **Clases de artesanía: El turista podrá aprender a elaborar artesanías por parte de los Witoto y Tikunas.**
- **Recorridos: el turista podrá acceder a un recorrido por cada uno de los sitios más importantes para cada tribu.**
- **Cocina amazónica: en este apartado los turistas recibirán el menú de 3 comidas, el cual incluye una temática gastronómica basada en cada una de las tribus Witoto y Tikunas.**
- **Transporte: los turistas serán llevados a los sitios emblemáticos de la región, al lugar en donde el cliente decida hospedarse y hacia las mismas tribus. (Se incluirá la ida y la vuelta)**

- Alojamiento: los turistas tendrán la opción de escoger si se hospedara en un hotel simbólico de la amazonia o si prefiere hospedarse con las tribus de la región.

Paquete de viaje turístico básico a la amazonia: este paquete incluirá 3 días y 2 noches en la amazonia en los cuales podrá tener acceso:

- Bienvenida: el turista al arribar a la región, se le recibirá con un coctel de bienvenida.

- Recorridos: el turista podrá acceder a un recorrido por cada uno de los sitios más importantes para cada tribu.

- Transporte: los turistas serán llevados a los sitios emblemáticos de la región, al lugar en donde el cliente decida hospedarse y hacia las mismas tribus. (Se incluirá la ida y la vuelta)

- Alojamiento: los turistas tendrán la opción de escoger si se hospedara en un hotel simbólico de la amazonia o si prefiere hospedarse con las tribus de la región.
- No incluye: alimentación y clases de artesanía.

1.6 CARACTERISTICAS FISICAS DEL PRODUCTO

Artesanías:

Tamaño: El producto artesanal será de tipo variado, es decir, dependerá de la forma, figura y material; por ejemplo, una de estas piezas artesanales podrá tener la forma de cualquier animal.

Color: algunos de los productos artesanales se elaboraran con madera conocida como palo de sangre, el cual, es un árbol que posee un tallo de color rojo del cual se elaboraran las artesanías como: artesanías con figura de animales, máscaras, vasijas de madera.

Cantidad: en la agencia de viajes se contara con unos estantes en los cuales habrá variedad de artesanías a las cuales el cliente podrá decidir cuantos podrá adquirir, que cantidad, etc.

En la siguiente grafica se muestra la cantidad de productos por unidad que se encontraran en la agencia de viajes:

PRODUCTO	UNIDADES PRODUCIR / MES
PAQUETE DE VIAJE TURISTICO TODO	50
PAQUETE DE VIAJE BASICO	50
MASCARAS	30
VASIJAS DE MADERA	20
TRAJES RITUALES	20
PIPAS	15
ESCULTURAS EN ANIMALES	30
TOTAL	215

1.7 PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

- **Servicio de transporte aéreo y soporte para la compra de los tickets aéreos. Se tendrá diferentes convenios con las agencias de viajes.**

- **Servicios de transporte al aeropuerto internacional Rafael Núñez por medio de una VAN.**

- **Alojamiento y hospedaje: si el cliente lo desea puede alojarse u/o hospedarse en algún hotel que tenga convenio con nuestra agencia de turismo, por supuesto, en la respectiva ciudad de escala.**

- **Hospedaje en las viviendas de las tribus correspondientes u hoteles a los alrededores de la región en las amazonas.**

1.8 PRODUCTO

- **Se tendrá variedad de clientes como son, los mercaderes que buscan nuevas formas de productos artesanales para su beneficio capital y además los turistas que buscan la conservación del medio ambiente y la prevención en la protección de las culturas indígenas en vías de extinción.**

1.9 DEMANDA

Se observó a través de una encuesta y entrevistas a turistas y personas en la ciudad cartagena de indias, que, las artesanías son una gran fuente innovadora para la producción de ingresos y que a la vez conocer otras culturas, creencias, y otras tribus es muy satisfactorio para ellos ya que pueden adquirir conocimientos en cuanto a la protección y defensa de estas tribus representativas de la región de la amazonia.

De acuerdo a lo anterior, en estas personas se observó que para ellos es muy satisfactorio poder ir a este lugar para poder conocer y apreciar más de cerca las

grandes maravillas que se encuentran en este lugar (fauna, flora, lugares emblemáticos) y porque se le llama el pulmón del mundo.

1.10 OFERTA:

De acuerdo al estudio que realizamos a través de la página web ANATO (asociación en agencias de viajes y turismo), pudimos encontrar u observar que se encuentran registradas 750 agencias de viajes en el país, y además de esto, la mayoría cuenta con la venta de paquetes turísticos a la amazonia, pero estas agencias se enfocan más en el turismo natural, biodiversidad y aventura. La agencia de viajes artesanías del amazonas, aparte de ofrecer turismo natural y de biodiversidad ofrece también la posibilidad de poder interactuar más de cerca con las tribus de la región (huitotos y tikunas) que se encuentran aisladas de la sociedad.

1.11 PRECIO

La prolongación de los precios de venta de la venta de los paquetes turísticos, será de acuerdo a los costos y gastos que se tendrán a la hora de realizar estas ventas, sin embargo, hay que tener en cuenta que el turismo cuenta con dos secciones: temporada baja y temporada alta, al cual, no se tendrá la misma cantidad de turistas en estas dos secciones, por ende en las temporadas bajas se realizara un descuento en los toures para que los turistas o clientes puedan tener una mayor accesibilidad para la compra de estos paquetes turísticos.

1.12 CANALES DE DISTRIBUCION

Se dará por medio de dos vías:
Directo: el cliente podrá obtener los paquetes turísticos por medio de la página web.
Indirecto: proveedores de transporte, se contara con socios en alojamiento, restaurante y sitios emblemáticos (guías turísticos)

1.13 SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO

Este será un servicio tanto turístico como cultural en el cual, los turistas conocerán y además también podrán interactuar con los habitantes de cada una de las tribus Witoto y Tikunas. Añadiendo a esto, aprenderán algunas de sus costumbres tales como, los ritos, el diario vivir u otras costumbres; e inclusive, cual es la razón por la que los indígenas correspondientes a cada una de las tribus, elaboran cada uno de estos elementos o productos artesanales.

2. ESTUDIO TÉCNICO

2.1 TAMAÑO

La agencia de viajes artesanías de las amazonas contará con 6 personas o 6 empleados que se distribuirán de la siguiente forma:

1 Gerente general
1 asesor en finanzas
1 asesor en marketing
1 asesor en diseño de programas
2 asesores de ventas

Este personal es muy necesario para hacer de este mercado mucho más demandante para el mercado el mercado turístico y tener un servicio de buena calidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes y hacer de este servicio más apetitoso.

2.2 INSUMOS

La agencia de viajes contara con los siguientes implementos:
Mesa
Sofá (sala de espera)
Estantes
Vitrinas (grandes)
Mesas de centro
Datafono
Computadores
Impresora
Papelería

2.3 PROCESO

Desde el momento en el que el cliente se acerque a las instalaciones de la agencia de viajes artesanías de las amazonas, entre a la página web o se comunique, se le brindara toda la información relacionada a lo que se ofrece la agencia sobre los toures y la venta de las artesanías elaboradas por las tribus huitotos y tikunas, aclarándoles cualquier duda o inquietudes que tengan. Una vez el cliente tenga claro todos los factores de como adquirir el producto, se le especificara cual será o cómo será el medio de pago de los paquetes turísticos y las artesanías; ya sea por transacción, tarjeta de crédito, débito PayPal, etc y los beneficios que tendrá por la compra de cualquiera de los productos.

2.4 UBICACIÓN:

La agencia de viajes tendrá una oficina ubicada en el centro histórico de la ciudad Cartagena de Indias aparte de que contará con una página web en la cual, podrá ver y observar los servicios y los productos que estarán a la venta. Esta ubicación se tiene en cuenta a que la mayoría de los turistas al querer comprar artesanías o paquetes turísticos se trasladan hacia el centro de la ciudad para tener variedad de opciones y precios. Aparte de lo anterior, uno de los lugares mayor poblado por turistas es el centro histórico de la ciudad.

3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

3.1 Gerente general

Perfil: El director de agencia de viajes es el responsable de la buena marcha de su oficina. Se encarga de que la agencia obtenga beneficios por la venta de paquetes de vacaciones en el nombre de operadores turísticos, que les pagan una comisión por cada venta.

- **Excelente capacidad de comunicación y don de gentes, para estar en contacto con el personal y con los clientes.**
- **Capacidad de organización para coordinar distintos aspectos del trabajo y para asegurarse de que la oficina sea productiva.**
- **Actitud de confianza en sí mismo.**
- **Dotes de liderazgo y motivación.**
- **Capacidad de trabajar con miras a la consecución de objetivos de ventas y de rentabilidad.**

Funciones: El gerente suele tener parte activa en la contratación y selección de nuevos empleados. También poner en marcha programas de formación para asegurarse de que todo el personal tenga una amplia gama de conocimientos y experiencia.

- **El gerente siempre debe alcanzar los objetivos de ventas establecidos por la oficina central, y preparar las cuentas y cifras de ventas.**

Finanzas

Perfil y funciones:

- **Conversar con clientes para decidir el destino, medios de transporte, fechas de viaje, cuestiones financieras y alojamiento necesario.**

- **Aconsejar a los clientes sobre opciones de viaje y paquetes organizados, seguros, etc., y facilitan información sobre el viaje.**
- **Calcular costes de viaje y alojamiento, utilizando calculadora, ordenador, tarifas del transportista y libro de tarifas del hotel, o estimar precios de paquetes de viaje.**
- **Hacer reservas (p. e., vender billetes y viajes organizados a los clientes o reservar hoteles) utilizando ordenador o teléfono.**
- **Imprimir o solicitar billetes a la compañía de transportes, utilizando por ejemplo un sistema de impresión por ordenador o un sistema de enlace con la compañía de transporte.**
- **Recibir de los clientes el pago por el transporte y alojamiento, y mantener registros de las reservas y los pagos.**
- **Confirmar reservas y notificar a los clientes acerca de temas tales como límites de equipaje, seguros, temas médicos, pasaporte, requisitos de visa y moneda, y proporcionan al cliente folletos y publicaciones que contengan información sobre el viaje.**
- **Ayudar con los cambios en los planes del viaje.**
- **Ocuparse de las quejas.**
- **Llevar a cabo el trabajo administrativo y de oficina, por ejemplo mantener la base de datos de clientes.**

3.2 Marketing

Perfil: responsable de definir la estrategia de comercialización y promoción de un territorio o destino, de un servicio turístico o de una empresa o institución de promoción turística y de ocio. Posee un profundo conocimiento del mercado turístico e interviene directamente en las decisiones relativas a la manera y el momento de comercializar un producto turístico.

Funciones:

- **Elabora el Plan de marketing estratégico y operativo.**
- **Prioriza las acciones que se deben ejecutar en función de los objetivos programados.**
- **Define las estrategias de promoción y comercialización, el público objetivo, los mensajes, los medios y los canales de comunicación.**
- **Se informa acerca de los productos y servicios turísticos de la competencia.**
- **Oferta actividades complementarias considerando los diferentes tipos de público.**
- **Elabora la campaña promocional, de publicidad y relaciones públicas.**
- **Elabora un presupuesto detallado con todas las partidas del Plan de Marketing y establece mecanismos de control.**
- **Aplica el Plan de marketing operativo.**
- **Crea vínculos y estrategias de negociación con las empresas e instituciones involucradas en el espacio o la actividad que se quiere promocionar.**
- **Gestiona y controla el presupuesto de marketing.**
- **Promociona y comercializa el producto turístico.**
- **Asiste a ferias de promoción turística.**

- **Realiza un seguimiento de las ventas y evalúa los resultados.**
- **Diseña estrategias alternativas en función de los resultados y la evolución del mercado.**

3.3 Diseñador de programas

Perfil:
- **Tener interés por las tecnologías de la información y por internet.**
- **Mostrar habilidades para el diseño.**
- **Ser creativo y entusiasta.**
- **Mantenerse al día con las nuevas tecnologías y tendencias web.**
- **Saber utilizar aplicaciones informáticas, herramientas y lenguajes especializados.**
- **Ser capaz de planificar, priorizar y organizar su trabajo para cumplir los plazos, y a menudo debe trabajar bajo presión.**
- **Pensar en nuevas formas de utilizar las tecnologías multimedia, tales como gráficos, vídeo digital, animaciones y sonido.**
- **Prestar atención a los detalles.**
- **Mostrar habilidades comunicativas y capacidad de trabajar en equipos.**

Funciones
- **Analiza las necesidades con gerentes y clientes.**
- **Aptitudes para la planificación.**
- **Bien organizado.**
- **Capacidad para priorizar tareas.**
- **Capacidad para trabajar en equipo.**
- **Capaz de mantenerse al día de los avances tecnológicos.**
- **Capaz de prestar atención al detalle.**
- **Capaz de tomar la iniciativa.**
- **Creativo.**
- **Destrezas en informática.**
- **Diseña gráficos, sonido, multimedia, colores y estilo de páginas web.**
- **Diseña la interactividad de páginas web.**
- **Diseña la navegación y los enlaces de sitios web.**
- **Emplea técnicas de TI y diseño para montar sitios web.**
- **Experiencia y conocimientos en software.**
- **Gestiona sitios web.**
- **Habilidad para el diseño.**
- **Habilidad para los negocios.**
- **Habilidad para realizar presentaciones.**
- **Habilidades comunicativas.**
- **Hace que el sitio web sea accesible para todo tipo de usuario.**
- **Se asegura de que la información sea segura.**

3.4 Asesor de ventas:
Perfil: Habilidades para relacionarse con las personas, espíritu de trabajo en equipo, disposición amplia de servicio al cliente, capacidad de negociación.

Funciones:

- **Conocer el mercado**
- **Conocer el producto o servicio que se ofrece**
- **Ser un asesor activo**
- **Proporcionar información pertinente**
- **Mantener una comunicación eficiente**
- **Estar muy bien informado**
- **Hacer seguimiento de los clientes**

4. Anexos

ENCUESTA AGENCIA DE VIAJES ARTESANIAS DEL AMAZONAS

1. ¿Conoce o ha escuchado hablar de las tribus witoto y tikunas?

A. Si

B. no

El 10 % conoce o ha escuchado hablar de las tribus witoto y tikunas

El 90 % no ha escuchado acerca de las tribus witoto y tikunas

2. ¿le gustaría convivir con las tribus witoto y tikunas para aprender y conocer de ellos?

A. Si

B. No

El 90 % de la población le gustaría convivir con las tribus

El 10 % de la población no le gustaría convivir con las tribus

3. ¿tomaría un curso de artesanías y de manualidades con las tribus witoto y tikunas?

A. Si

B. No

El 100% de la población tomaria un curso de manualidades ya que esto les permitiría adquirir habilidades y aprender una nueva cultura

4. ¿Piensa que las culturas de estas tribus se deben dar a conocer a las demás personas?

A. Si

B. No

El 100% de la población está de acuerdo con que las poblaciones se deben dar a conocer ya que los seres humanos son libres y se deben reportar sus derechos

5. ¿Realizaría un tour por la región amazónica para conocer las artesanías de las tribus witoto y tikunas?

A. Si

B. No

90 % de la población asegura que si le gustaría realizar un tour

El 10% de la población no está de acuerdo con la idea

6. ¿Qué tipo de artesanía de los witoto y tikunas le gustaría tener en su hogar?

A. flores y fauna

B. animales

C. instrumentos

D. medios de transporte

El 30 % de la población desea obtener flora y fauna

El 20 % de la población desea o tener artesanías de animales

El 30% desea adquirir instrumentos artesanales

Sólo el 10% le gustaría tener artesanías de transportes

7. ¿Qué tipo de sitios emblemáticos le gustaría conocer de las tribus witoto y tikunas en las amazonas?

A. sitios naturales

B. sitios religiosos

C. sitios arquitectónicos

D. sitios culturales

El 20% de la población prefiere ir a los sitios naturales

El 10 % de la población prefieren sitios religiosos

El 20% de la población prefieren sitios arquitectónicos

El 70% de la población prefiere los sitios culturales

8. ¿Qué tipo de tour le gustaría realizar en las amazonas con el fin de conocer las tradiciones culturales de los witoto y tikunas?

A. turismo aéreo

B. turismo marítimo

C. turismo terrestre

D. turismo en transportes terrestres

0% de la población prefiere el turismo aéreo

30% de la población prefiere el turismo marítimo

50% de la población prefiere el turismo terrestre o caminatas

10% de la población prefiere el turismo por medios e transportes terrestres

9. ¿Cuáles de las siguientes opciones le gustaría probar de la gastronomía que ofrecen las tribus witoto y tikunas en las amazonas?

A. Comida marítima

B. Bebidas

C. Cocteles

D. Carnes

El 30% de la población prefiere comida marítima

El 20% de la población prefieren bebidas

El 20 % de la población prefieren cócteles

El 10 % de la población prefieren carnes

10. ¿Cómo cree usted que sería el aumento en la productividad del turismo conociendo a las culturas witoto y tikunas?

A. Excelente

B. buena

C. regular

D. mala

El 50% de la población le parecería excelente para la productividad en el turismo

El 30 % de la población le parece buena idea para la productividad en el turismo

5. BIBLIOGRAFIA

http://isbelg.over-blog.com/article-definicion-de-cliente-potencial-y-caracteristicas-90392608.html
https://es.wikipedia.org/wiki/Tikunas
https://es.wikipedia.org/wiki/Uitoto
https://connectamericas.com/es/content/la-exportaci%C3%B3n-de-artesan%C3%ADas-una-oportunidad-para-am%C3%A9rica-latina
https://policonomics.com/es/oferta-demanda/
https://www.econlink.com.ar/bienes-sustitutos
https://www.economiasimple.net/glosario/segmento-de-mercado
https://sites.google.com/site/analisisdeventa/participacion-de-mercado
https://www.anato.org/es/buscador-de-agencias

http://isbelg.over-blog.com/article-definicion-de-cliente-potencial-y-caracteristicas-90392608.html
https://es.wikipedia.org/wiki/Tikunas
https://es.wikipedia.org/wiki/Uitoto
https://connectamericas.com/es/content/la-exportaci%C3%B3n-de-artesan%C3%ADas-una-oportunidad-para-am%C3%A9rica-latina
https://policonomics.com/es/oferta-demanda/
https://www.econlink.com.ar/bienes-sustitutos
https://www.economiasimple.net/glosario/segmento-de-mercado
https://sites.google.com/site/analisisdeventa/participacion-de-mercado
https://es.slideshare.net/Prof.AntonioCanchola/estructura-agencias-de-viajes-1882199
http://albertolacalle.com/hci/funcionalidad-usabilidad.htm
http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2014/151171.pdf
https://es.slideshare.net/Prof.AntonioCanchola/estructura-agencias-de-viajes-1882199
http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2014/151171.pdf
https://es.slideshare.net/Prof.AntonioCanchola/estructura-agencias-de-viajes-1882199
http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2014/151171.pdf
https://prezi.com/6h5xer9jueaf/organigrama-agencia-de-viajes/

5. FINANCIACIÓN Y ESTRUCTU

FINANCIACION

MONTO	$ 20,000,000
TASA E.A.	10%
PLAZO	30

TASA M.V.	0.80%
CUOTA	$ 2,121,585
CUOTA MES	$ 169,178

PERIODO	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERES
0	$ 17,864,400		
1	$ 17,864,400	$ 2,121,585	$ 1,786,440
2	$ 17,529,255	$ 2,121,585	$ 1,752,926
3	$ 17,160,596	$ 2,121,585	$ 1,716,060
4	$ 16,755,070	$ 2,121,585	$ 1,675,507
5	$ 16,308,992	$ 2,121,585	$ 1,630,899

INCREMENTO UNID. (AÑO)	0.00%	5.00%	5.00%
INCREMENTO EN $ (AÑO)	0.00%	5.00%	5.00%
IPC	0.00%	1.92%	1.92%

PRODUCTO	UNIDADES PRODUCIR / MES	% PARTICIPACION	PRECIO DE VENTA
PAQUETE DE VIAJE TURISTICO TODO	50	23.3%	$ 1,600,000
PAQUETE DE VIAJE BASICO	50	23.3%	$ 1,000,000
MASCARAS	30		$ 150,000
VASIJAS DE MADERA	20	9.3%	$ 80,000
TRAJES RITUALES	20	9.3%	$ 70,000
PIPAS	15	7.0%	$ 170,000
ESCULTURAS EN ANIMALES	30	14.0%	$ 165,000
TOTAL	215	86.0%	
TOTAL PONDERADO			$ 653,488

COSTOS IND. FABRICACION

NOMINA	FIJO	VARIABLE
DATAFONO		$ 35,000
COMPUTADOR		$ 25,000
AIRE ACONDICIONADO		$ 50,000
IMPRESORA		$ 40,000
TOTAL NOMINA	$ 0	$ 150,000

OTROS	FIJO	VARIABLE
TOTAL OTROS	$ 0	$ 0

CIF VARIABLES	$ 698	

ALERTAS / OBSERVACIONES II

RA DE COSTOS

CAPITAL	SALDO FINAL
	$ 17,864,400
$ 335,145	$ 17,529,255
$ 368,659	$ 17,160,596
$ 405,525	$ 16,755,070
$ 446,078	$ 16,308,992
$ 490,686	$ 15,818,306

5.00%	5.00%
5.00%	5.00%
1.92%	1.92%

COSTO MP	MOD	CIF (VARIABLES)	TOTAL COSTO PRODUCCION
	$ 829	$ 698	$ 1,527
		$ 698	$ 698
		$ 698	$ 698
		$ 698	$ 698
		$ 698	$ 698
		$ 698	$ 698
$ 0	$ 829		$ 5,015
			$ 793

COSTOS FIJOS

GASTOS ADMON.	FIJO
LUZ	$ 200,000
AGUA	$ 105,000
WIFI	$ 84,000
PAGO DE SALARIO	$ 829,000
SEGURO DE SALUD	$ 200,000
ARRIENDO DE LOCAL	$ 6,000,000
TOTAL NOMINA ADMON.	$ 7,418,000

COSTOS FIJOS	$ 7,418,000

GASTOS VENTAS	FIJO
TOTAL GASTO VENTAS	$ 0

DENTIFICADAS

6. PROYECCIÓN DE VENTAS, CALCULO DE COSTOS Y PUNTO DE EQUILIBRIO

PROYECCION DE VENTAS

VENTAS MES	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MOCHILAS	$ 12,600,000	$ 151,200,000	$ 158,760,000	$ 166,698,000	$ 175,032,900	$ 183,784,545
AMACAS	$ 6,660,000	$ 79,920,000	$ 83,916,000	$ 88,111,800	$ 92,517,390	$ 97,143,260
SOMBREROS	$ 2,700,000	$ 32,400,000	$ 34,020,000	$ 35,721,000	$ 37,507,050	$ 39,382,403
TRAJES RITUALES	$ 8,500,000	$ 102,000,000	$ 107,100,000	$ 112,455,000	$ 118,077,750	$ 123,981,638
#REF!	$ 7,440,000	$ 89,280,000	$ 93,744,000	$ 98,431,200	$ 103,352,760	$ 108,520,398
TOTAL VENTAS P/S mens	$ 37,900,000	$ 454,800,000	$ 477,540,000	$ 501,417,000	$ 526,487,850	$ 552,812,243

ESTRUCTURA COSTOS

PRECIO DE VENTA UNIDAD	$ 653,488
COSTO VARIABLE PRODUCCIÓN UNITARIO	$ 793
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	$ 652,695
INDICE DE CONTRIBUCIÓN	99.88%
% COSTO DE VENTAS	0.12%
COSTOS FIJOS	$ 7,418,000
PUNTO EQUILIBRIO (UNIDADES / MES)	11
PUNTO EQUILIBRIO ($)	$ 7,427,014

ALERTAS / OBSERVACIONES IDENTIFICADAS

7. Plan de Inversión

Rubro	Cantidad	Valor unitario	Inversión Total
1. Activo Fijo			
Terrenos			$ 6,000,000
CENTRO HISTORICO DE CARTAGENA	1	$ 6,000,000	$ 6,000,000
Maquinarias			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
Equipos			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
Equipos Computo			$ 4,822,400
DATAFONO	3	$ 263,000	$ 789,000
COMPUTADOR	2	$ 1,699,000	$ 3,398,000
IMPRESORA	2	$ 299,700	$ 599,400
MOUSE	2	$ 18,000	$ 36,000
			$ 0
Herramientas			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
Muebles y Enseres			$ 5,766,804
MESAS	2	$ 524,000	$ 1,048,000
SOFA (SALA DE ESPERA)	1	$ 2,568,804	$ 2,568,804

ESTANTES	3	$ 350,000	$ 1,050,000
VITRINAS (GRANDE)	1	$ 850,000	$ 850,000
MESAS DE CENTRO	1	$ 250,000	$ 250,000
Total Activos Fijos			$ 16,589,204

2. Gastos Pre Operativos

			$ 0
			$ 0
			$ 0
Total de Gastos Pre Operativos.			$ 0

Total	**$ 16,589,204**

PROYECCION EVALUACION PROYECTO	5	AÑOS

RESUMEN ACTIVOS FIJOS	VR. ACTIVO	AÑOS VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	PERIODO PROYECCION	VR. SALVAMENTO
Terrenos	$ 6,000,000	NA	NA		
Maquinarias	$ 0	10	$ 0	5	$ 0
Equipos	$ 0	10	$ 0	5	$ 0
Equipos Computo	$ 4,822,400	3	$ 1,607,467	3	$ 0
Herramientas	$ 0	10	$ 0	5	$ 0
Muebles y Enseres	$ 5,766,804	10	$ 576,680	5	$ 2,883,402
TOTAL	$ 16,589,204		$ 2,184,147		$ 2,883,402

8. Flujo de Efectivo

ESTADO DE RESULTADOS

	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
VENTAS	$ 145,000,000	$ 1,740,000,000	$ 1,827,000,000	$ 1,918,350,000	$ 2,014,267,500
COSTO DE VENTA	$ 41,450	$ 497,400	$ 522,270	$ 548,384	$ 575,803
Materia Prima Utilizada	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Salarios mano de Obra Directa	$ 41,450	$ 497,400	$ 522,270	$ 548,384	$ 575,803
UTILIDAD BRUTA	$ 144,958,550	$ 1,739,502,600	$ 1,826,477,730	$ 1,917,801,617	$ 2,013,691,697
GASTOS ADMON	$ 7,418,000	$ 89,016,000	$ 90,725,107	$ 95,261,363	$ 100,024,431
GASTOS VENTAS	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
UTILIDAD OPERATIVA	$ 137,540,550	$ 1,650,486,600	$ 1,735,752,623	$ 1,822,540,254	$ 1,913,667,267
Gastos Financieros	$ 0	$ 1,786,440	$ 1,752,926	$ 1,716,060	$ 0
Otros Ingresos	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$ 137,540,550	$ 1,648,700,160	$ 1,733,999,697	$ 1,820,824,194	$ 1,913,667,267
IMPUESTOS 33%	$ 45,388,382	$ 544,071,053	$ 572,219,900	$ 600,871,984	$ 631,510,198
UTILIDAD NETA	$ 92,152,169	$ 1,104,629,107	$ 1,161,779,797	$ 1,219,952,210	$ 1,282,157,069
Cuota Crédito CONFIAR	$ 169,178	$ 2,121,585	$ 2,121,585	$ 2,121,585	$ 2,121,585
SALDO EFECTIVO	$ 91,982,990	$ 1,102,507,522	$ 1,159,658,212	$ 1,217,830,625	$ 1,280,035,484

FLUJO DE TESORERÍA	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Ingresos por Ventas	$ 0	$ 1,740,000,000	$ 1,827,000,000	$ 1,918,350,000	$ 2,014,267,500
Ingresos por Aportes de Socios	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Ingresos por prestamos	$ 20,000,000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
TOTAL INGRESOS	$ 20,000,000	$ 1,740,000,000	$ 1,827,000,000	$ 1,918,350,000	$ 2,014,267,500
Egresos Compras de Materia Prima	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Egresos por Salarios, Mano de Obra Directa	$ 41,450	$ 497,400	$ 522,270	$ 548,384	$ 575,803
Egresos por Administración	$ 7,418,000	$ 89,016,000	$ 90,725,107	$ 95,261,363	$ 100,024,431
Egresos Gastos de Ventas	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Egresos por Impuestos	$ 0	$ 0	$ 544,071,053	$ 572,219,900	$ 600,871,984
Egresos Adquisición de inversión	$ 16,589,204	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Egresos por publicidad	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0

Pago Cuotas Créditos Actuales	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Capital Trabajo	-$ 4,048,654	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
Cuota Crédito CONFIAR	$ 0	$ 2,121,585	$ 2,121,585	$ 2,121,585	$ 2,121,585
TOTAL EGRESOS	$ 20,000,000	$ 91,634,985	$ 637,440,015	$ 670,151,231	$ 703,593,802
SALDO FINAL DE CAJA	$ 0	$ 1,648,365,015	$ 1,189,559,985	$ 1,248,198,769	$ 1,310,673,698
SALDO INICIAL DE CAJA	$ 0	$ 0	$ 1,648,365,015	$ 2,837,925,000	$ 4,086,123,769
SALDO FINAL POR AÑO FLUJO DE TESORERÍA	$ 0	$ 1,648,365,015	$ 2,837,925,000	$ 4,086,123,769	$ 5,396,797,466

FLUJO DE CAJA LIBRE	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
SALDO FINAL POR AÑO FLUJO DE TESORERÍA	$ 0	$ 1,648,365,015	$ 2,837,925,000	$ 4,086,123,769	$ 5,396,797,466
MENOS APORTES SOCIOS	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
MENOS PRESTAMOS	$ 20,000,000	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
MAS AMORTIZACIÓN DE PRESTAMOS (K)	$ 0	$ 335,145	$ 368,659	$ 405,525	$ 446,078
MAS PAGO DE INTERESES PRESTAMO (i)	$ 0	$ 1,786,440	$ 1,752,926	$ 1,716,060	$ 1,675,507
MENOS AHORRO IMPUESTOS POR INTERESES	$ 0	$ 0	$ 589,525	$ 578,465	$ 566,300
VR. SALVAMENTO					
FLUJO DE CAJA LIBRE	-$ 20,000,000	$ 1,650,486,600	$ 2,839,457,060	$ 4,087,666,888	$ 5,398,352,752

FACTOR		0.909	0.909	0.909	0.909
FACTOR DE DESCUENTO		0.909	0.826	0.751	0.683
VPN	$ 14,793,337,466				
TIR	8323.9%	693.66%	TIR MES		
PERIODO RECUPERACIÓN INVERSIÓN	0.01				
MARGEN BRUTO	99.97%	99.97%	99.97%	99.97%	99.97%
MARGEN OPERATIVO	94.86%	94.86%	95.01%	95.01%	95.01%
MARGEN NETO	63.55%	63.48%	63.59%	63.59%	63.65%

COSTO CAPITAL PROMEDIO PONDERADO	10.00%				
TASA DE DESCUENTO		10.00%	10.00%	10.00%	10.00%

ALERTAS / OBSERVACIONES IDENTIFICADAS

AÑO 5
$ 2,114,980,875
$ 604,593
$ 0
$ 604,593
$ 2,114,376,282
$ 105,025,652
$ 0
$ 2,009,350,630
$ 0
$ 0
$ 2,009,350,630
$ 663,085,708
$ 1,346,264,922

$ 2,121,585
$ 1,344,143,337

AÑO 5
$ 2,114,980,875
$ 0
$ 0
$ 2,114,980,875
$ 0
$ 604,593
$ 105,025,652
$ 0
$ 631,510,198
$ 0
$ 0

$ 0
$ 0
$ 2,121,585
$ 739,262,028
$ 1,375,718,847
$ 5,396,797,466
$ 6,772,516,313

AÑO 5
$ 6,772,516,313
$ 0
$ 0
$ 490,686
$ 1,630,899
$ 552,917
$ 2,883,402
$ 6,776,968,383

0.909
0.621

99.97%
95.01%
63.65%

10.00%