

 <p>LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</p>	<p>OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
--	---	---

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

CASA CULTURAL CARTAGENA



“Conoce, Aprende y Siéntete Cartagenero”.

AUTORES:

DANNA SOFIA ATENCIOBARRIOS
MILAGRO DEL CARMEN MATOS REYES
DAYANA ESTHER TORRES PUELLO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS
CARTAGENA – BOLÍVAR

Tabla de contenido

COMPONENTE ORGANIZACIONAL.....	4
Razón social	4
Logotipo	4
Descripción d la empresa:	5
MISION	5
VISION	6
Política de la empresa	6
Objetivos estratégicos.....	7
Principios.....	7
Valores.....	8
Estructura organizacional.....	9
<i>COMPONENTE DE ESTUDIO DE MERCADOS Y COMERCIAL</i>	13
Análisis de la demanda.....	13
Objetivo.....	13
Variables.....	13
Área del mercado	14
La población	14
Ingreso.....	15
Zona de influencia.....	15
Comportamiento histórico.....	16
Segmentación del mercado.....	16
<i>Estimación de la demanda</i>	17
Análisis de la oferta.....	19
<i>Estrategias Comerciales</i>	23
Estructura del canal de comercialización	23
Promoción y publicidad	23
COMPONENTE PRODUCTIVO Y TÉCNICO.....	23
Logística de actividades	23
Mapa de procesos	26
Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología).....	26

Plan de implementación	28
COMPONENTE JURÍDICO – TRIBUTARIO	29
Constitución de la empresa	29
Obligaciones tributarias.....	29
COMPONENTE FINANCIERO	32
BIBLIOGRAFÍA.....	33
LISTA DE TABLAS	34
LISTA DE GRÁFICOS	43

 LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
--	---	---

PLAN DE EMPRESA

COMPONENTE ORGANIZACIONAL

Razón social

Teniendo en cuenta que la razón social es el nombre con el que se constituye una empresa y que aparece en los documentos legales, y dado que este difiere del nombre comercial, el cual es aquel con el que se identifica una actividad económica. Nuestro nombre comercial es Casa Cultural Cartagena, este proporcionará el reconocimiento de parte del cliente hacia la empresa; y nuestra razón social, la cual nos permitirá identificarnos como persona jurídica y demostrar nuestra constitución legal será Cultura Cartagena SAS.

Logotipo

EL logotipo de una empresa es un diseño gráfico, el cual se usa para denotar el símbolo de la marca y su nombre, esto permita la identificación en el mercado y su reconocimiento. Para efectos de este logotipo, hemos creado un diseño que muestre los colores representativos de la ciudad, y sobre todo muestra las actividades que vamos a presentar en dicho lugar. Nuestro logo será el siguiente



Figura 1. Logotipo de la empresa

Fuente: Elaboración propia

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Descripción d la empresa:

El Centro Cultural Cartagena, servirá para promover la cultura de la ciudad en el turismo que circula por la misma, en dicho servicio se emplearán paquetes de actividades experienciales referentes a la gastronomía, danza, teatro y demás actividades propias de la cultura Cartagenera, de las cuales podrán disponer los usuarios por individual o complementadas como ellos escojan. Así mismo, dicha idea de negocio tendrá aplicaciones en el sector servicios, más específicamente en el turismo cultural y subsectores como gastronomía y artes.

El servicio será ofrecido en un centro comunitario presentado a través de paquetes de actividades que incluirán clases de danza, cocina típica y teatro en las que los usuarios vivirán la experiencia de la cultura de Cartagena. Cada paquete de actividades culturales de Cartagena incluirá sesiones de danza folclórica y/o champeta, clases de cocina típica de la región caribe donde el usuario podrá escoger entre diferentes menús los cuales preparará por sí mismo y, por último, podrán no solo conocer la historia de la ciudad sino también vivirla mediante presentaciones de teatro donde el mismo usuario tomará el papel del esclavo cartagenero que fue libre. Todo esto ambientado con una locación que cuente por sí misma la historia y cultura de la ciudad.

MISION

Impulsar el desarrollo cultural de la ciudad de Cartagena, a través del centro cultural ofreciendo un servicio de calidad, confiabilidad e innovación que permita a los turistas y/o visitantes vivir experiencias nuevas y completas en un mismo lugar, a precios accesibles y

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

con personal altamente capacitado, logrando superar las expectativas de nuestros clientes. Contribuir con el medio ambiente, haciendo una buena disposición final de los residuos sólidos, asistir a jornadas de limpiezas y crear programas dentro de la empresa que eviten el desperdicio de energía, agua y papel.

VISION

Llegar a ser un centro cultural reconocido no solo en nuestra región, si no a nivel nacional e internacional por la confianza y seguridad que le ofrecemos a nuestros clientes, presentando innovadores servicios y productos turísticos, promoviendo un ambiente de buenas relaciones y obteniendo la mayor satisfacción de nuestros clientes.

Política de la empresa

Prestar el mejor servicio con altos estándares de calidad y con criterios de sostenibilidad que nos permita mejorar continuamente. Satisfacer las necesidades de cada uno de nuestros clientes con la prestación de un excelente servicio, en el cual puedan apreciar, conocer, comprender y sentir la cultura de la ciudad de Cartagena, a través de la gastronomía, la danza y el teatro. Además de contar con un personal calificado y los implementos necesarios para la realización de las distintas actividades, y así generar un ambiente de confianza que propicie el crecimiento de la organización.

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Objetivos estratégicos

Creer económicamente y en posicionamiento dentro del mercado turístico, impulsando y preservando las raíces cartageneras, mediante la gastronomía, el teatro y el folclor típico. Ofreciendo servicios y productos de los más altos estándares de calidad, brindando confiabilidad y fidelidad a nuestros clientes.

Contar con personal capacitado profesionalmente y a si mismo mantener en constante capacitación del talento humano de la empresa para lograr prestar una atención personalizada y de calidad a nuestros clientes, logrando aumentar de manera efectiva las ventas de cada uno de los servicios prestados.

Principios

Para el Centro Cultural se han planteado los siguientes principios:

Responsabilidad: Este es uno los principios más importantes, porque debemos garantizar el cumplimiento y la realización de las actividades que hemos de prometer a todos y cada uno de nuestros clientes.

Compromiso: Nuestro compromiso con los turistas va más allá de enseñarles acerca de la cultura, si no que estos puedan vivir una experiencia genuina dentro del Centro Cultural. Todo es de carácter experiencial y vivencial, creando los mejores recuerdos de la ciudad.

Respeto: Fomentar el respeto de y hacia nuestros clientes es para nosotros uno de nuestros pilares más importantes, dado que la cultura es muy amplia, y se conocerán personas de todas las naciones e ideologías, y es nuestro deber promover siempre un clima agradable.

 <p>LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</p>	<p>OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
--	---	---

Integridad: Nuestros colaboradores deben ser personas íntegras con valores de transparencia y honestidad en el desarrollo de cada una de nuestras labores diarias.

Valores

Amabilidad.

Calidad y excelencia en el servicio.

Puntualidad.

Confiabilidad

Diversión y trabajo en equipo.

Innovación e inspiración.

Honestidad

Integridad y respeto

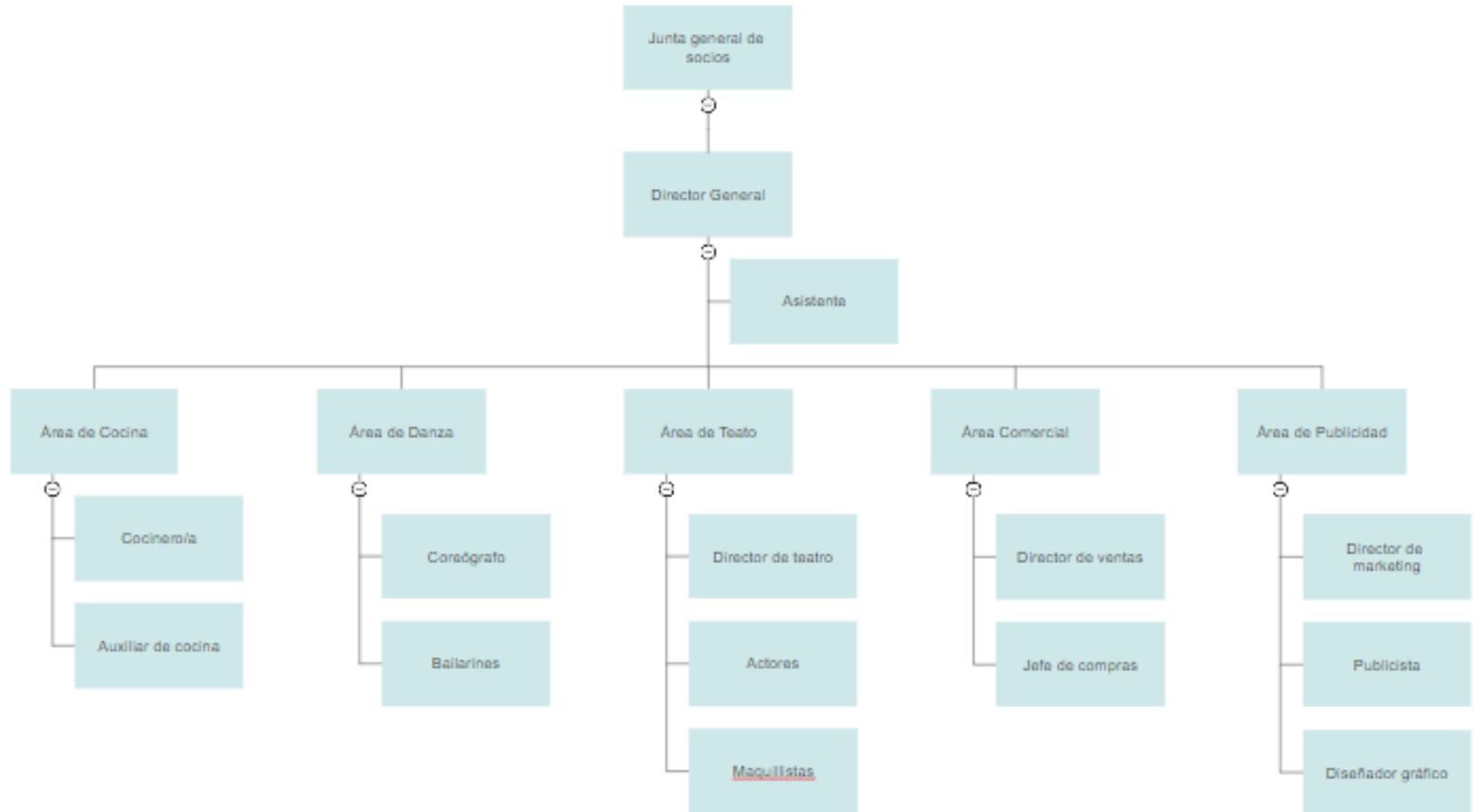
Pasión y compromiso

Solidaridad

Sentido de pertenencia

Estructura organizacional

1.1. *Portafolio de Productos y servicios*



➤ Actividad gastronómica

Una experiencia con sabor cartagenero.

1. El punto de encuentro será en la casa cultural a las 9:00am donde se les explicará todo el itinerario a los clientes.
2. De ahí iremos al mercado de Bazurto. Un lugar con muchos contrastes y variedad local.
3. En Bazurto haremos pequeñas degustaciones de los platos típicos de la ciudad como: arroz con coco, pescado, fritos, bebidas, patacones etc.

 <p>LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</p>	<p>OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
--	---	---

4. En dicho lugar, además de conocer y explorar, compraremos los productos e ingredientes para realizar nuestros platillos.

5. Volveremos al centro cultural alrededor de la 11:00am para preparar y disfrutar de las mejores recetas de la gastronomía local, de la mano de un chef profesional.

Incluye

- Guía bilingüe
- Transporte de Bazurto-centro-Bazurto
- Degustaciones
- Clase de cocina
- Almuerzo.

Duración: 5 horas

➤ Danza y folclor

Una experiencia con mucho ritmo cartagenero.

1. Punto de encuentro será en la casa cultural a las 2.00pm.
2. Se realizará una breve reseña sobre el folclor, como: de donde viene, porqué esos ritmos, significado de cada movimiento en el caso de la cumbia y el mapalé, y de igual forma explicación de los vestuarios.
3. Luego, se dividirá el grupo en subgrupos, dependiendo del ritmo que quieran aprender, es decir, cumbia, mapalé y/o champeta, también habrá un grupo “remix” para los que quieran aprender todos los ritmos.
4. Se dictarán las clases de mano de bailarines profesionales y expertos en cada ritmo mencionado.

 <p>LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</p>	<p>OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
--	---	---

5. En medio de las clases se les ofrecerá 2 cervezas nacionales.

Incluye

- Acompañamiento de guía bilingüe
- Vestuarios de cada ritmo folclórico
- Clases grupales- individuales
- 2 cervezas nacionales

Duración:

2 horas y media

Inicio: 2:00pm – finalización: 4:30pm

➤ Actividad teatral

Vive y siente la historia de Cartagena.

1. Punto de encuentro en la casa cultural a las 5:30pm
2. se explicará la actividad en general para que los clientes decidan si quieren ser parte del elenco teatral o espectadores.
3. se procederá a caracterizar a los personajes, con maquillajes y vestuario.
4. En medio de la caracterización se les explicara la historia de manera breve para entendimiento y comprensión de los personajes.
5. Se comenzará a relatar la historia, para empezar la dramatización, todo esto con acompañamiento de profesionales expertos en el tema teatral, historia y actuación.

Incluye

 <p>LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</p>	<p>OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
--	---	---

- Acompañamiento de guía bilingüe
- Vestuarios de acuerdo al personaje a representar
- maquillaje
- dirección de un profesional del teatro

Duración:

2 horas y media

Inicio: 4:45pm – finalización: 6:45pm

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

COMPONENTE DE ESTUDIO DE MERCADOS Y COMERCIAL

Análisis de la demanda

Objetivo

Ya identificado el servicio a ofrecer, la cuestión en este punto es analizar la cantidad de servicios que los clientes potenciales estarían dispuestos a adquirir, y estudiar este comportamiento actual y futuro, teniendo en cuenta datos informativos de entidades turísticas y complementando con la aplicación de una encuesta a dichos clientes potenciales (turistas).

Variables

Teniendo en cuenta que la demanda no es aislada, sino que está condicionada por una serie de elementos que varían su comportamiento, a continuación, se mencionan las variables que pueden influir en la adquisición del servicio objeto de este estudio.

- Nivel de ingreso de los consumidores
- Patrón de gastos
- Tasa de crecimiento de la población
- Comportamiento de precios
- Preferencias de los consumidores
- Acciones de los entes gubernamentales

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Área del mercado

El segmento del mercado al cual está dirigido este estudio, como se ha mencionado anteriormente, es el de turistas nacionales e internacionales de los cuales se estudiarán y analizarán las características que pueden limitar o facilitar la decisión de participar en el Centro Cultural Cartagena, para lo cual se tomará información estadística proveniente de fuentes confiables y además los resultados que arrojó la encuesta realizada a una muestra de población, en este caso los turistas. Se tomó una muestra de 50 turistas. Teniendo en cuenta que a Cartagena llegan un promedio de 360.000 turistas al año, y que al mes son un promedio de 30.000 turistas.

La población

Según el Centro de Información Turística de Colombia, CITUR (2019) en lo que va corrido de este año la llegada de visitantes extranjeros al departamento de Bolívar que no residen en el mismo ha sido de 322.167. Por otro lado, el motivo de viaje con más participación desde el año 2012 ha sido de vacaciones, recreo y ocio, alcanzando este 2019 un 72,64% frente a otros motivos de viaje; y según la encuesta realizada a la muestra de 50 personas, se determinó que la mayoría de personas efectivamente visitan la ciudad por motivo de recreación y vacaciones. (*Figura 1.*)

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Por otra parte, según un estudio publicado por SITUR Bolívar (2018), el gasto diario promedio del turismo receptor fue de \$216.871 en recreación, cultura y deporte.

Según la encuesta realizada a los 50 turistas, se muestra que la mayoría de personas eran provenientes de Europa (50%), en segundo lugar, América del sur (38%) y en tercer lugar América del norte (4%). (Figura 2.) De los cuales el 58% ha visitado alguna vez un centro cultural. (Figura 3.)

Otros datos arrojados por la encuesta nos muestran que 98% de la muestra de turistas está interesado en conocer sobre la cultura, más específicamente sobre la historia, costumbres y tradiciones (18%) y las muestras gastronómicas (8%), pero existe una particularidad y es que el porcentaje mayor que equivale al 64% de la muestra, están interesado en todo lo referente a la cultura: muestras gastronómicas, muestras folclóricas, muestras de arte, historia, costumbres y tradiciones, y artesanías. (Figura4)

Ingreso

Según los datos arrojados por la encuesta, se estimó cuanto estarían dispuestos a pagar los turistas por una experiencia en un Centro Cultural, esto nos dio un resultado en el cual el 64%, de la muestra estaría dispuesta a pagar entre \$20 y \$50 dólares.

Zona de influencia

Dado que, según la encuesta, la mayoría de turistas provienen de Europa y América del sur, se tomarán como la zona de mayor influencia para el presente estudio.

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Comportamiento histórico

Según el Ministerio de comercio, industria y turismo (2019), el turismo ha continuado creciendo desde año 2014 el crecimiento total de visitantes no residentes es del 8% en comparación con 2017. De este total, los pasajeros en cruceros aumentaron cerca de 10%, los extranjeros no residentes crecieron 9%. Estas cifras confirman el dinamismo del turismo receptivo, pues el crecimiento de turistas en Colombia sigue por encima del promedio mundial del 6% y regional del 3%".

Ahora bien, así como se ha comportado el turismo en los últimos años se espera que éste continúe creciendo, según proyecciones realizadas por BBVA Research en el publicadas en el año 2018, para el año 2023 el turismo en Colombia se habrá convertido en un sector clave para el comercio exterior del país. Recibirá cerca de 5 millones de turistas anuales frente a los 2,5 millones actuales, sin incluir la creciente llegada de venezolanos. (García, 2018)

Segmentación del mercado

Con el objetivo de identificar detalladamente la posible demanda y de esta manera, establecer planes, estrategias y demás acciones con las que se pueda satisfacer su necesidad de la mejor manera, se establecerá un segmento del mercado, es decir, turistas nacionales e internacionales con características en común. En este orden de ideas se establecen las respuestas arrojadas por la encuesta anteriormente mencionada:

- El 56% de los encuestados está interesado en conocer acerca de la cultura de Cartagena, de los cuales el 39% son personas entre 26 y 35 años, el 28% son personas entre 36 y 45 años,

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

el 21% son personas entre 15 y 25 años, y solo el 12% son personas de más de 45 años, por lo cual nuestro mercado potencial está en las personas con rangos de edades entre los 26 y 35 años, de cualquier sexo.

- a mayoría de personas encuestadas eran provenientes de Europa y América del sur, por lo que nuestro enfoque debe ser hacia esos dos mercados con el fin de atraer más personas al centro cultural.

- El 64% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre \$20 y \$50 dólares, y el 34% estaría dispuesto a pagar entre \$50 y \$100 dólares. Según la encuesta ningún turista estaría dispuesto a pagar más de \$100 dólares por una experiencia completa en un centro cultural, por lo que se concluye que debe ser un turista con niveles de gasto no más de \$100 dólares por día.

Estimación de la demanda

Teniendo en cuenta que Cartagena es una de las ciudades más turísticas de Colombia, y que anualmente llegan aproximadamente 360.000 personas, se tomó una muestra de esta población potencial, en este caso los turistas que llegan a la ciudad. La encuesta realizada a las 50 personas/turistas arrojó la siguiente información que nos permitirá visualizar la demanda potencial para este centro cultural, es decir, aquellas personas que estén dispuestas a utilizar nuestros servicios. Siguiendo los siguientes parámetros de medición:

Donde:

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Q: Demanda potencial

n: número de compradores posibles para el mismo del producto y/o servicio en un determinado mercado

p: precio promedio del producto en el mercado

q: Cantidad promedio del consumo per cápita en el mercado

i. Para el primer parámetro (n) se tomó en cuenta las respuestas arrojadas por la encuesta acerca de las personas que les interesa conocer acerca de la cultura de Cartagena, de las cuales el 98% estaba interesado, el cual equivale a 49 personas.

ii. Para el segundo parámetro (p) se tuvo en cuenta las respuestas de la encuesta acerca de cuanto estaría dispuesto a pagar por una experiencia en un centro cultural, de lo cual el porcentaje mayor fue de un 64%, en el cual los turistas manifestaban el estar dispuesto a pagar entre \$20 y \$50 dólares. El promedio entre estos dos valores nos da como resultado \$35 dólares.

iii. Y el tercer parámetro (q) se estima que el promedio de tiempo que el turista necesita para vivir la experiencia completa en la casa cultural es de seis (6) horas, teniendo en cuenta que se necesita un promedio de dos (2) horas para cada actividad (gastronomía, danza y teatro).

Una vez definidos los parámetros anteriormente expuestos se procede a hacer la operación, la cual nos da como resultado lo siguiente:

n: 49 n° de personas

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

p: \$35 dólares precio

q: 6 cantidad de horas por mes

Q: \$10,290 dólares al mes

El resultado de la demanda potencial es de \$10,290 equivalentes a la unidad monetaria, en este caso dólares americanos que son la moneda global, lo cual equivale a \$33,957,000 pesos colombianos.

Análisis de la oferta

Dado que la oferta de un servicio que satisfaga la necesidad de un turismo cultural de tipo experiencial no ha sido creada incluyendo lo más destacado de la región, es decir, la gastronomía, la danza, el arte y teatro. Por ende, se procederá a identificar los posibles proveedores de servicios turísticos de tipo cultural más relevantes.

2.5.1. Listado de Proveedores

- City Sightseeing: tour por la ciudad en bus de dos pisos incluye una caminata guiada por las calles de Cartagena y la visita a lugares de interés, abarca todo el centro histórico y su precio está entre los 20 y 40 dólares.

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Agencias de viajes que ofrecen tours culturales:

- Turifets: A demás de ofrecer tours para dar a conocer la historia y cultura de Cartagena a través de coches, buses o paseos, ofrece un tour gastronómico por las calles de Cartagena y clases de cocina con almuerzo.
- Amazing Cartagena: Ofrece una variedad de tours culturales en los que enseña la historia de Cartagena en caminatas o bicicletas, incluyen también la gastronomía en paseos visitando plazas y calles de la ciudad mientras que se degusta de la comida callejera local.
- Vivamos Colombia Travel: muestra la historia de Cartagena a través de City-tours en bus o bicicleta.
- Alternative Travel Cartagena: Posee ofertas interesantes que buscan crear experiencias y a su vez enseñar la cultura de la región, como lo son taller de tambores, taller de coco, pesca, clases de baile, clases de cocina caribeña, tour con experto en arte, entre otros.
- This is Cartagena: Entre sus ofertas culturales se encuentran tour por la Cartagena real, tour de arte y clases de danza latina.

Por último, guías de turismo de los cuales se sabe que suman aproximadamente los 289 y sus precios por día varían de \$200.000 – \$350.000 pesos colombianos

2.5.2 Régimen de mercado.

La estructura del mercado corresponde a una situación de competencia debido a que existen numerosos y variados ofertantes de este tipo de servicios que actúan en pro de maximizar el bienestar de los demandantes, donde no se manipula el precio, sino que este depende de la oferta y demanda.

Según Procolombia (2013) la clave para sobrevivir a este mercado tan competitivo es plantear la venta como un proceso en el que se conduzca a las personas a través de su experiencia de viaje y en esa idea reside su valor.

2.5.3. Régimen del mercado de insumos

En el mercado de insumos se da la misma situación de competencia en la que los insumos necesarios para la prestación del servicio, es decir, mano de obra, elementos y sitios culturales se pueden adquirir por cualquier proveedor de estos servicios turísticos.

2.5.4. Proyección de la oferta

Según datos estadísticos obtenidos de CITUR (2019), se presenta la siguiente tabla de prestadores de servicios turísticos en el departamento de Bolívar en los últimos 5 años.

AÑO	2014	2015	2016	2017	2018
PRODUCTO					

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Establecimiento de gastronomía y similares	114	132	138	171	166
Agencia de viajes	182	217	247	292	360
Guía de turismo	316	263	266	268	292
TOTAL	612	612	651	731	818

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos de CITUR, 2019.

A partir de lo anterior se realizará un análisis de regresión lineal, de la misma forma que en la demanda, tomando como variable independiente (X) el número de periodos y como variable dependiente (Y) la oferta de productos turísticos.

Para la realización de este análisis se utilizó la herramienta Excel para el cálculo de la ecuación de regresión a partir de los datos históricos de los 5 años anteriores como se muestra a continuación (ver grafica 5)

Una vez dada la ecuación se obtuvo el pronóstico de los 5 años siguientes con la herramienta de análisis de datos de Excel como se muestra en el siguiente cuadro:

<i>Observación</i>	<i>Pronóstico para Y</i>
1	578,6

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

2	631,7
3	684,8
4	737,9
5	791

Estrategias Comerciales

Estructura del canal de comercialización

Se sabe que el servicio de turismo cultural presentado en este proyecto, es de consumo inmediato y por lo tanto requiere de un contacto de principio a fin con el cliente, por tan razón se establece un canal de comunicación directo entre productor, es decir el Centro Cultural Cartagena y el consumidor final.

Promoción y publicidad

Partiendo de que la promoción y la publicidad generan un valor agregado al servicio se define como medio principal el internet, el uso de páginas web y redes sociales para atraer clientes, esta será el principal medio a principio, dado que los usuarios podrán acceder a información de la empresa a cualquier hora del día y sin ningún costo. Es decir, que el uso de marketing digital representará un costo adicional para la empresa.

COMPONENTE PRODUCTIVO Y TÉCNICO

Logística de actividades

3.1.2. Actividad gastronómica:

 <p>LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</p>	<p>OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
--	---	---

Una experiencia con sabor cartagenero.

1. El punto de encuentro será en la casa cultural a las 9:00am donde se les explicará todo el itinerario a los clientes.
2. De ahí iremos al mercado de Bazurto. Un lugar con muchos contrastes y variedad local.
3. En Bazurto haremos pequeñas degustaciones de los platos típicos de la ciudad como: arroz con coco, pescado, fritos, bebidas, patacones etc.
4. En dicho lugar, además de conocer y explorar, compraremos los productos e ingredientes para realizar nuestros platillos.
5. Volveremos al centro cultural alrededor de la 11:00am para preparar y disfrutar de las mejores recetas de la gastronomía local, de la mano de un chef profesional.

Incluye:

- Guía bilingüe
- Transporte de Bazurto-centro-bazurto
- Degustaciones
- Clase de cocina
- Almuerzo.

Duración: 5 horas

3.1.3. *Danza y folclor:*

Una experiencia con mucho ritmo cartagenero.

1. Punto de encuentro será en la casa cultural a las 2.00pm.

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

2. Se realizará una breve reseña sobre el folclor, como: de donde viene, porqué esos ritmos, significado de cada movimiento en el caso de la cumbia y el mapalé, y de igual forma explicación de los vestuarios.
3. Luego, se dividirá el grupo en subgrupos, dependiendo del ritmo que quieran aprender, es decir, cumbia, mapalé y/o champeta, también habrá un grupo “remix” para los que quieran aprender todos los ritmos.
4. Se dictarán las clases de mano de bailarines profesionales y expertos en cada ritmo mencionado.
5. En medio de las clases se les ofrecerá 2 cervezas nacionales.

Incluye:

- Acompañamiento de guía bilingüe
- Vestuarios de cada ritmo folclórico
- Clases grupales- individuales
- 2 cervezas nacionales

Duración:

2 horas y media

Inicio: 2:00pm – finalización: 4:30pm

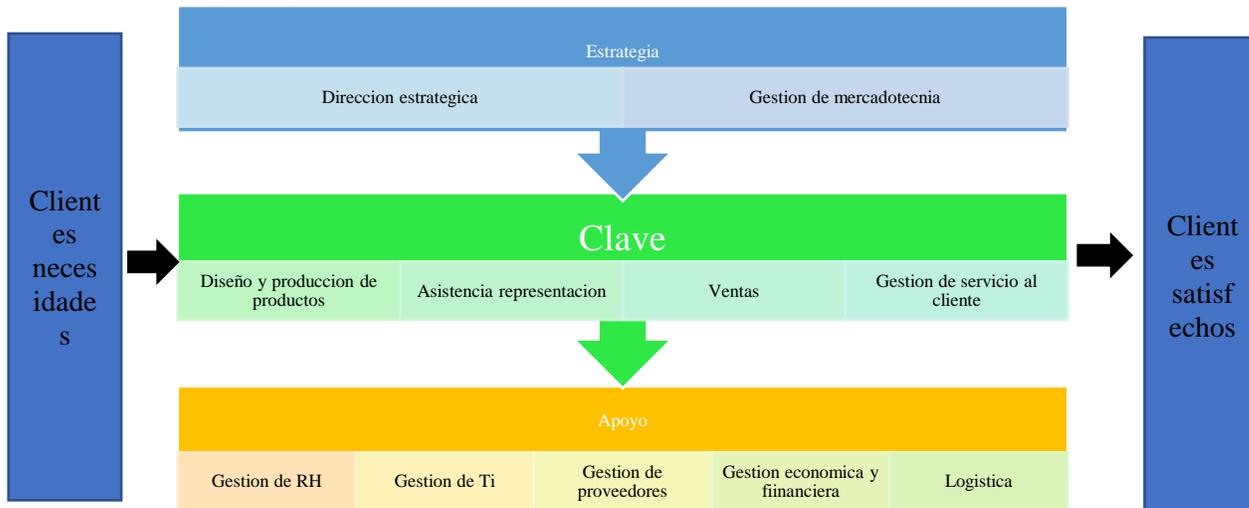
3.1.4. Actividad teatral:

Vive y siente la historia de Cartagena.

1. Punto de encuentro en la casa cultural a las 5:30pm
2. se explicará la actividad en general para que los clientes decidan si quieren ser parte del elenco teatral o espectadores.

3. se procederá a caracterizar a los personajes, con maquillajes y vestuario.
4. En medio de la caracterización se les explicara la historia de manera breve para entendimiento y comprensión de los personajes.
5. Se comenzará a relatar la historia, para empezar la dramatización, todo esto con acompañamiento de profesionales expertos en el tema teatral, historia y actuación

Mapa de procesos



Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología)

Tamaño físico.

Para la determinación de las dimensiones de nuestro local es necesario tener en cuenta cuantas personas se van a atender en dicho local y en cada una de las actividades a realizar.

 <p>LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</p>	<p>OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
--	---	---

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta realizada para nuestro estudio de mercado, en la cual se pudo visualizar que la mayoría de las personas les gustaría conocer sobre la cultura de la ciudad y pagarían por ir a un Centro Cultural que le ofrezca parte de la cultura de la ciudad. De una muestra de 50 personas, el 98% de estas personas iría a conocer la cultura de la ciudad.

Dado que estas personas contaban con intereses diferentes acerca de la cultura, se decidió trabajar con un total de **30 personas máximo**, en total en el Centro Cultural, distribuyéndolo de tal forma que fueran 10 personas máximo para cada actividad: 10 personas máximo para el área de cocina, 10 personas máximo para el área de danza, y 10 personas máximo para el área de teatro.

Entonces, el local debe contar con 3 áreas diferentes: una sala de cocina, una sala de teatro, una sala de danza, además, debe contar un área de recepción, y por supuesto un área de baños y vestieres.

Para que nuestro local pueda satisfacer las necesidades de 30 personas debe contar con un área máxima de aproximadamente 120m² si es de una sola planta, y si en dadas circunstancias no hay un lugar con dichas dimensiones en una localización adecuada, se optaría por un lugar de 3 plantas de aproximadamente 40m². En este caso, se toma como primera alternativa la adquisición de un local de una planta de aproximadamente 120m², en el cual suponiendo que el área de danza, de teatro y cocina tengan aproximadamente 25m² cada una, y los otros 45m² se distribuyan entre lo que sería el lobby, recepción y el área de baños y vestieres. Este plano está sujeto a cambios y modificaciones dependiendo del lugar y locación adecuada para el Centro Cultural.

Figura 6. Plano aproximado de las dimensiones del centro cultural.

 <p>LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</p>	<p>OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
--	---	---

Estas son dimensiones aproximadas en las cuales se estima como se dijo anteriormente la prestación de servicio para máximo 10 personas por cada área. Teniendo así un total de máximo 30 personas en todo el local.

Plan de implementación

Página web

Se espera contar con una página web que permita la promoción y publicidad del Centro Cultural, y así atraer clientes potenciales que vendrán en sus próximas vacaciones a la ciudad y que les gustaría conocer y vivir una experiencia cultural de la ciudad.

También, se espera contar con la promoción a través de plataformas digitales como las redes sociales (Instagram, Twitter, Facebook) para esto se tendría una persona del área comercial encargada de esta tarea, y así atraer clientes potenciales utilizando todos los medios posibles.

estimación de crecimiento

Se espera que el Centro Cultural tenga un desarrollo exponencial que permita su crecimiento, para lo cual se tendría que ampliar sus dimensiones, y dependiendo de dicho crecimiento se tomaría medidas para poder suplir la demanda de turistas que estén interesados en conocer sobre la cultura de la ciudad.

Insumos y suministros

Para la realización de esta idea de negocios se necesitan distintos insumos y suministros que permitirán que el producto y/o servicio se ofrezca de la manera más óptima y con altos estándares de calidad. Teniendo en cuenta lo anterior y dado que la idea de negocio presenta

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

3 enfoques (gastronomía, teatro, danza), resulta necesario identificar todos y cada uno de los insumos que necesitan para cada una de las actividades, en qué presentación vienen, las cantidades necesarias para suplir la demanda de turistas, el costo por unidad, y el costo total de todos los insumos necesarios. (Ver tablas de la 1 a la 6)

COMPONENTE JURÍDICO – TRIBUTARIO

Constitución de la empresa

Se decidió que el Centro Cultural se constituiría como una empresa de forma jurídica, siendo así una Sociedad Anónima Simplificada (SAS) dado que cuenta con las siguientes ventajas: no tiene límite mínimo de socios, lo cual nos favorece puesto que al ser un proyecto grande se necesita la participación de distintos socios inversionistas para la puesta en marcha; el capital social se divide por acciones, y estas pueden transmitirse libremente, lo cual motiva a la inclusión de nuevos socios.

También tiene como ventaja que la responsabilidad de cada socio es limitada al capital que este aporte a la creación de esta empresa, lo cual favorece al momento de la toma de decisiones. Este tipo de sociedad es más flexible y menos costosa; según la revista Dinero (2009) “Otra de las ventajas que ofrece la referida sociedad es que el pago de los aportes puede diferirse hasta por un plazo máximo de dos años y no se exige una cuota o porcentaje mínimo inicial”. Esto nos favorece puesto que como somos una empresa nueva que apenas entrará a funcionar en el mercado, nos permite reutilizar nuestros recursos financieros para consolidarnos y solidificarnos en el mercado.

Obligaciones tributarias

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

El personal de la empresa será contratado por medio de contrato laboral. Esos colaboradores seria: cocinero/chef, coreógrafo, director de teatro, bailarines, maquilladora y productor audiovisual. A continuación, se especificará las características del contrato laboral:

Características de un contrato de trabajo

- Su naturaleza es de contenido laboral.
- El trabajo siempre debe ser realizado por una persona natural y de forma personal.
- La ejecución de la actividad se realiza mediante la constante subordinación por parte del empleador.
- Debe cumplir horario

Salud

La cotización corresponde al 12.5 por ciento del salario mensual de cada trabajador, distribuida en un 4 por ciento aportado por el trabajador y un 8.5 por ciento, por el empleador.

Pensión

Corresponden al 16 por ciento del salario mensual de cada trabajador, en donde el 4 por ciento debe ser aportado por el trabajador y el 12 por ciento, por el empleador.

Prestaciones Sociales

Estos pagos adicionales al salario (cesantías, intereses a la cesantía, prima de servicios, vacaciones, etc.) solo emanan de un contrato de trabajo, nunca de un contrato de prestación de servicios.

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Cuando se firma un contrato de trabajo (y no se ha pactado un salario integral), la persona recibe por ley:

- 12 sueldos al año
- Prima (un sueldo más dividido en dos pagos, uno en junio y otro en diciembre). Algunas empresas otorgan primas extralegales.

Cesantías

Un salario mensual que recibe el empleado por cada año de trabajo. Se consignan en la cuenta individual del fondo que el trabajador elija, a más tardar el 14 de febrero.

Intereses de cesantías

Corresponden al 12 por ciento y se pagan en enero.

Vacaciones

Un descanso remunerado de 15 días hábiles. Algunas empresas pagan una prima extra de vacaciones, pero no están obligadas a hacerlo.

- Afiliación a EPS
- Afiliación a riesgos profesionales
- Afiliación a Caja de compensación familiar

Otros

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

- Si el empleado devenga hasta dos salarios mínimos tiene derecho a dotación tres veces al año.
- Si el empleado muere, la empresa tiene la obligación de pagar una suma igual al último mes de salario por gastos de entierro.
- En caso que se presente una incapacidad, debe ser remunerada, al igual que la licencia de maternidad.

Indemnizaciones

En un contrato de trabajo hay derecho a indemnización cuando se termina la relación laboral por parte del empleador de forma injustificada. La indemnización incorpora el valor del lucro cesante y lo correspondiente al daño emergente que cause la decisión en la esfera económica del trabajador.

La indemnización se diferencia según el valor del salario devengado y el tipo de contrato laboral, es decir, si se trata de un contrato a término fijo o indefinido. Los detalles están en el artículo 64 del Código Sustantivo Del Trabajo.

COMPONENTE FINANCIERO

4.1. Análisis de costos y gastos

5.1.1. Activos fijos

mobiliario y utensilios de cocina, uniformes y mantelería, vestuarios de danza, equipos complementarios, otros mobiliario (ver tabla de 1 a 6)

5.1.2. Costos fijos

Una vez constituido el Centro Cultural, se incurren en diferentes costos/gastos fijos mensuales, los cuales no varían mucho. En estos costos, se tiene en cuenta todo lo relacionado con las nóminas del personal, servicios públicos, arrendamiento del local y todos aquellos gastos de oficina u otros se requieren de forma constante. Estos costos son:

- Costos de arrendamiento
- Gastos por servicios públicos
- Costos de nomina

(ver tabla 7,8 y 9)

4.2. Punto de equilibrio y VPN

Punto Equilibrio	Precio Unitario	Cvu	CF
	\$ 180.000	\$ 155.000	\$ 103.383.841
TOTAL UND	\$ 4.135		
TOTAL \$	\$ 744.363.655		

Tasa de INV

3% según el banco de la republica

BIBLIOGRAFÍA

- Centro de información turística colombiana, (2019). Estadísticas nacionales.

Recuperado de:

<http://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental/georeferenciacion>

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

- DANE, (2018). Encuesta a viajeros internacionales. Recuperado de:
<http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/2018/20181011211054000000ENCUESTA%20DE%20VIAJEROS%20INTERNACIONAL%20-DANE.pdf>
- García, Fabian (2018). El Sector Turismo en Colombia. Recuperado de:
<https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/el-sector-turismo-en-colombia/>
- Instituto Distrital de turismo, (2018). Viajeros 2017. Recuperado de:
http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/viajeros_2017_0.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, (2019). El turismo obtuvo resultados históricos en 2018. Recuperado de:
<http://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/el-turismo-obtuvo-resultados-historicos-en-2018>
- Procolombia, (2018). Impuestos en Colombia. Recuperado de:
<https://www.inviertaencolombia.com.co/como-invertir/impuestos.html>
- SITUR Bolívar (2018). Turismo receptor. Recuperado de:
<http://siturbolivar.com/publications/viewpublication/7/48>

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.

INSUMOS	PRESENTACIÓN	PROVEEDOR	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Estufa industrial 6 puestos	Acero inoxidable	❖ Exhibir Equipos Industriales S.A.S.	2	\$3.944.000	\$7.888.000
Set Cuchillos X5	Acero inoxidable	❖ Universal	4	\$54,900	\$219.000
Set cubiertos Cucharas, cuchillos, tenedores X24	Acero inoxidable	❖ Universal	4	\$52.900	\$211.600
Cafetera	Acero inoxidable	❖ Universal	1	\$49.000	\$49.000
Vajillas 16 piezas plato llano, hondo, de postre y pocillos	Cerámica	❖ Homecenter	4	\$50.000	\$200.000
Batería antiadherente de 9 piezas ollas, cacerola, sartén y perol	1 olla de 24 cm de ancho 1 olla de 20 cm de ancho 1 perol de 18 cm 1 cacerola de 16 cm de ancho 1 sartén de 24 con de ancho	❖ Universal	2	\$144,900	\$289.800

 LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
--	---	---

Rallador	4 caras acero inoxidable	❖ Universal	4	\$19,600	\$78,400
Especieros para cocina	X4	❖ Éxito	1	\$19,000	\$19,000
Utensilios de cocina x6	Cuchillo, Cucharón Cuchara, Pala, Batidor y Tenedor	❖ Universal	4	\$37,030	\$148,120
Tabla de picar	38X23	❖ Éxito	4	\$25,000	\$100,000
Vasos x6	325cc	❖ Éxito	6	\$21,900	\$131.400
Congeladores	520 litros	❖ Alkosto	1	\$1,786,410	\$1,786,410
Freidoras	1 tanque dos canastas M-25 Acero Inoxidable	❖ Joserrago S.A.	2	\$3,000,000	\$6,000,000
Licuada	Jarra vidrio	❖ Ktronix	3	\$59,940	\$179,820
Nevera	663 litros	❖ Homecenter	1	\$3,779,900	\$3,779,900

Cucharas medidoras x5	Acero inoxidable	❖ Homecenter	2	\$16,900	\$33,800
Coladores en acero	22cm	❖ El MAYORISTA	4	\$8,500	\$34,000
Uniformes para cocinero	Pantalón y suéter unisex	❖ Almacenes Si	4	\$119,990	\$479,960
Comedor	4 puestos en madera	❖ Homecenter	2	\$449,900	\$899,800
Manteles	4 puestos	❖ Homecenter	4	\$24,900	\$99,600
Delantales	De tela unisex	❖ Homecenter	6	\$25,900	\$155,400
Portavaso x4	X4	❖ Ambiente gourmet	9	\$9,950	\$89,550
Servilleteros	Metálico	❖ El MAYORIST A	6	6,500	\$39.000

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Molino para grano	Tradicional de acero inoxidable	❖ Universal	1	\$78,900	\$78,900
Jarras	1,5 litros plástico	❖ Estra ❖	6	\$5,400	\$32,400
Bandeja	Pequeña, plástico	❖ Estra	10	\$6,400	\$64,000
Guantes de cocina PAR	100% algodón	❖ Easy Cencosud	5	\$15,992	\$79,960
Molde de arepa	Plástico	❖ Easy Cencosud	5	\$6,293	\$31,465
TOTAL					\$23,198,285

INSUMOS	PRESENTACIÓN	PROVEEDOR	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Vestuarios de cumbia	Blusa/Camisa o falda/pantalón	❖ Roy Confecciones	10	\$90,000	\$900,000
Vestuario champeta	Camiseta/Short o Leggins	❖ Roy Confecciones	10	\$65,000	\$650,000
Vestuario mapalé	Falda corta + blusa o camiseta + pantalón	❖ Roy Confecciones	10	\$80,000	\$800,000

 LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
--	---	---

Equipo de sonido	Sistema de audio de alta potencia Sony MHC V82D	❖ Sony	1	\$1,998,833	\$1,998,833
Computador	315-53g 5018-es acer	❖ Compulago	1	\$1,295,000	\$1,295,000
Ropero	206x180x49 Madera	❖ Homecenter	1	\$749,000	\$749,000
TOTAL					\$6,392,833

INSUMOS	PRESENTACIÓN	PROVEEDOR	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Vestuarios Antiguos	Vestidos mujer	❖ Roy Confecciones	10	\$60,000	\$600,000
Vestuarios Antiguos	Pantalón y suéter hombre	❖ Roy Confecciones	10	\$80,000	\$800,000
Tablero iterativo	191cm	❖ Éxito	3	\$209,000	\$627,000
Iluminación	Luz Seguidora	❖ Ktronix	1	\$2,459,900	\$2,459,900
Proyector	Benq MX550	❖ C&C Electrónica	1	\$1,899,000	\$1,899,900
Sonido	Sistema de audio de alta potencia Sony MHC V82D	❖ Sony	1	\$1,998,833	\$1,998,833

 LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
--	---	---

Sillas de teatro	Plástico y madera	❖ HOMECENTER	10	\$140,000	\$1,400,000
Cuadros	90x65	❖ DeKosas	4	\$123,830	\$495,320
Alfombras	170x120 Polipropileno	❖ Homecenter	6	\$99,900	\$599,400
Muebles	Madera y Tela	❖ HOMECENTER	2	\$1,099,990	\$2,199,980
Micrófono	Sistema dual inalambrico con micrófonos de solapa	❖ Tienda del músico	10	\$278,900	\$2,789,000
Mezcladores de audio	Numark Party Mix DJ Controller with Built-In Light Show	❖ Left importaciones	2	\$460,000	\$920,000
TOTAL					\$16,789,433

INSUMOS	PRESENTACIÓN	PROVEEDOR	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Papeles	Resma caja x10 tamaño carta	Lasus	3	\$82,334	\$247,012
Carpetas A-Z	Tamaño carta	Lasus	10	\$4,740	\$47,400
Escritorio	Madera 170x145x75	Homecenter	2	\$699,900	\$1,399,800

 LOS LIBERTADORES <small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</small>	OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA	Código: F2-CEE Versión: 02
---	---	---

Sillas	Tandem Butterfly 3 puestos	Lasus	2	\$399,000	\$798,000
Computador	315-53g 50l8-es acer	Compulago	2	\$1,295,000	\$2,590,000
Silla de escritorio	Gerencial base nylon	Lasus	2	\$235,000	\$470,000
Impresora	Laser HP Jet Pro	Compulago	2	\$245,000	\$490,000
Caja registradora	Alfanumérico Casio pcr T280	Éxito	2	\$589,900	\$1,179,800
Lapiceros	Kilométrico	Lasus	100	\$389	\$38,900
Grapadora	Frank 340	Lasus	4	\$19,267	\$77,078
Cinta adhesiva	48x100	Lasus	4	\$3,900	\$15,600
Canecas	20 litros en acero	Homecenter	3	\$59,900	\$,179,700
TOTAL					\$7,533,290

TOTAL, DE TOTALES EN INSUMOS Y SUMINISTROS		\$53,913,841
---	--	---------------------

Tabla 7

Gasto de arriendo	
Detalle	Valor mensual
Arriendo	\$8'000.000

Tabla 8

Gastos servicios públicos	
Detalle	Gasto mensual
Agua	\$500.000
Energía eléctrica	\$1'800.000
Gas	\$300.000
Internet	\$270.000
Total	\$2'870.000 mensual

Tabla 9

Empleados	cantidad	Pago por Contrato laboral	Pago por Contrato de prestación de servicio	Pago total
Guía bilingüe	2	\$ 2'000.000	n/a	\$ 4'000.000
Cocinero/chef	2	\$ 1'800.000	n/a	\$ 3'600.000
Coreógrafo	2	\$1'500.000	n/a	\$ 3'000.000
Director de teatro	1	\$2'100.000	n/a	\$ 2'100.000
Maquilladora	2	\$1'200.000	n/a	\$ 2'400.000
Productor audiovisual	1	\$1'600.000	n/a	\$1'600.000
Fotógrafo	1	\$1'400.000	n/a	\$ 1'400.000
Stewart	1	n/a	\$30.000 x día	

Oficios varios	1	n/a	\$40.000 x día	
Gerencia	1	\$ 3'000.000	n/a	\$ 3'000.000
Recursos humanos	1	\$ 1'300.000	n/a	\$ 1'300.000
Contabilidad	1	\$ 2'300.000	n/a	\$ 2'300.000
Dirección comercial	1	\$ 2'400.000	n/a	\$ 2'400.000
Publicista	1	\$ 1'500.000	n/a	\$ 1'500.000
			Total	\$28'600.000

LISTA DE GRÁFICOS

Figura 1. Motivo de viaje de los turistas.

Fuente: Encuesta

Cuál es el motivo de su viaje a Cartagena?

50 respuestas

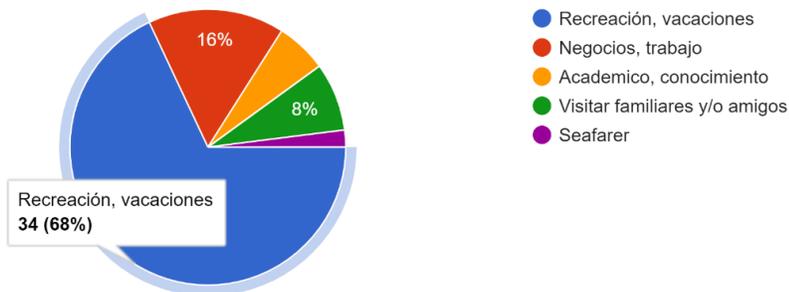


Figura 2. Origen de los turistas.

Fuente: Encuesta

Que le gustaría encontrar en un Centro Cultural?
50 respuestas

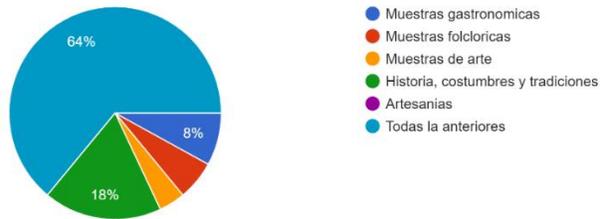
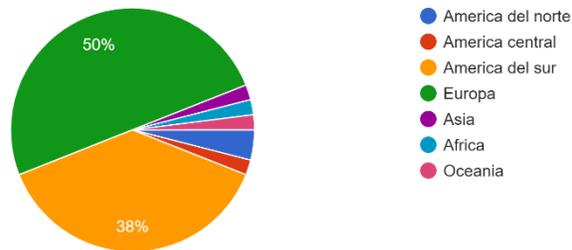


Figura 3. Conocimiento acerca de un centro cultural.

Fuente: Encuesta

De donde eres?
50 respuestas



*Figura 4.
Intereses de
los turistas.*

*Fuente:
Encuesta.*

Alguna vez haz visitado un Centro Cultural?
50 respuestas

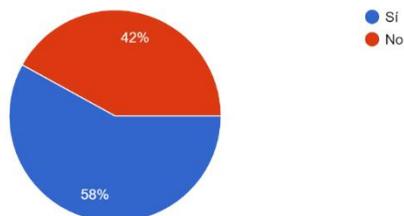
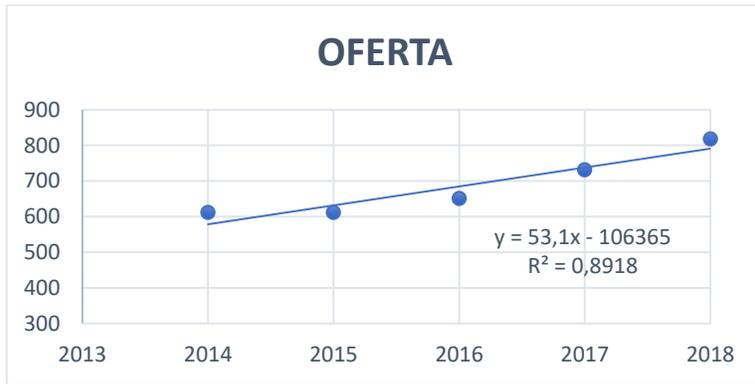


Figura 5.

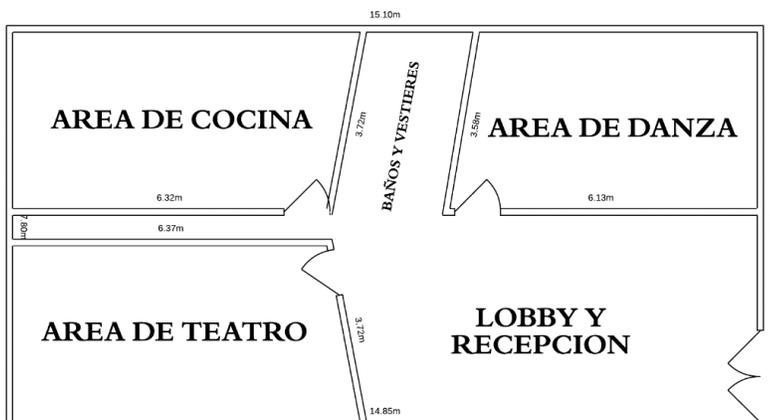


Fuente: elaboración propia.

Figura 6

Plano aproximado de las dimensiones del centro cultural.

Fuente: elaboración propia.



 <p>LOS LIBERTADORES FUNDACIÓN UNIVERSITARIA</p>	<p>OPCIÓN DE GRADO EN CREACIÓN DE EMPRESA PLAN DE EMPRESA</p>	<p>Código: F2-CEE Versión: 02</p>
--	---	---