

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

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



**AUTORES:**

Jessica Paola Navas Correa  
Lady Jhohana Cavadia Moreno

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA**  
**PROGRAMA DE TECNOLOGIA EN GESTION TURISTICA - PRESENCIAL**  
**CARTAGENA – BOLÍVAR**

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

## **TABLA DE CONTENIDO**

### **PLAN DE EMPRESA**

#### **1. COMPONENTE ORGANIZACIONAL**

- 1.1. Nombre de la empresa
- 1.2. Descripción de la empresa
- 1.3. Misión
- 1.4. Visión
- 1.5. Objetivos organizacionales
- 1.6. Objetivos específicos
- 1.7. Valores
- 1.8. Estructura organizacional
- 1.9. Portafolio de Productos y servicios

#### **2. COMPONENTE DE ESTUDIO DE MERCADOS Y COMERCIAL**

- 2.1. Análisis del sector
- 2.2. Análisis de la demanda
- 2.3. Análisis de la oferta
- 2.4. Perfil del consumidor
- 2.5. Estrategias Comerciales
  - 2.5.1. Estrategias de distribución
  - 2.5.2. Estrategias de precio
  - 2.5.3. Estrategia de Promoción
  - 2.5.4. Estrategia digital

#### **3. COMPONENTE PRODUCTIVO Y TÉCNICO**

- 3.1. Descripción del proceso
- 3.2. Equipo e infraestructura requerida
- 3.3. Implementación de sistemas de calidad
- 3.4. Tamaño y número de personas
- 3.5. Insumos
- 3.6. Aspectos ambientales y sociales del proyecto

#### **4. COMPONENTE DE TALENTO HUMANO**

- 4.1. Descripción del equipo emprendedor

#### **5. COMPONENTE FINANCIERO**

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

- 5.1. Análisis de costos y gastos
  - 5.1.1. Costos fijos
  - 5.1.2. Costos variables
- 5.2. Análisis de inversión inicial y retorno sobre la inversión
- 5.3. Activos
- 5.4. Pasivos
- 5.5. Valor presente neto (V.P.N)

## **BIBLIOGRAFÍA**

## **ANEXOS**

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

## 1. Componente organizacional.

**1.1.** Nombre de la empresa: **WEEKEND FEST**

**1.2.** Descripción de la empresa: WEEKEND FEST ofrece conciertos de música Dance Hall, Champeta, Afro beat, y música caribeña contemporánea dirigido a la comunidad juvenil (entre 18 y 40 años) con artistas locales, nacionales e internacionales. Estos conciertos se realizarán tres (3) veces al año en sitios cercanos a la zona turística de Cartagena, en los meses Abril, Julio y diciembre, además tendrá acceso la comunidad local con precios económicos que puedan garantizar la participación del público cartagenero. Esto con el fin de involucrar a las comunidades locales en la actividad del sector turístico y así adquirir nuevos conocimientos y generar nuevos ingresos para sus hogares. A su vez se busca que el turista conviva y conozca de cerca la cultura y las costumbres cartageneras, llevándose una experiencia gratificante e inolvidable de la fantástica ciudad de Cartagena.

**1.3.** Misión: Ofrecer a nuestros clientes un servicio excepcional y adaptado a sus necesidades poniendo en práctica el trabajo en equipo, la eficiencia, la experiencia y la ilusión de conseguir la máxima satisfacción y el mejor aprovechamiento de la cultura local.

**1.4.** Visión: Mantener nuestro posicionamiento como empresa referente en el sector del entretenimiento, conciertos de música caribeña juvenil, partiendo de un trabajo profesional, innovador y a través de la mejora constante de los servicios que ofrecemos.

**1.5.** Objetivos organizacionales: Dar a conocer la cultura musical de Cartagena a turistas nacionales y extranjeros, mediante la realización de conciertos en los que se presentaran artistas en vivo que representan estos ritmos, buscando la máxima satisfacción de los clientes y poder expandir la cultura al exterior.

**1.6.** Objetivos específicos:

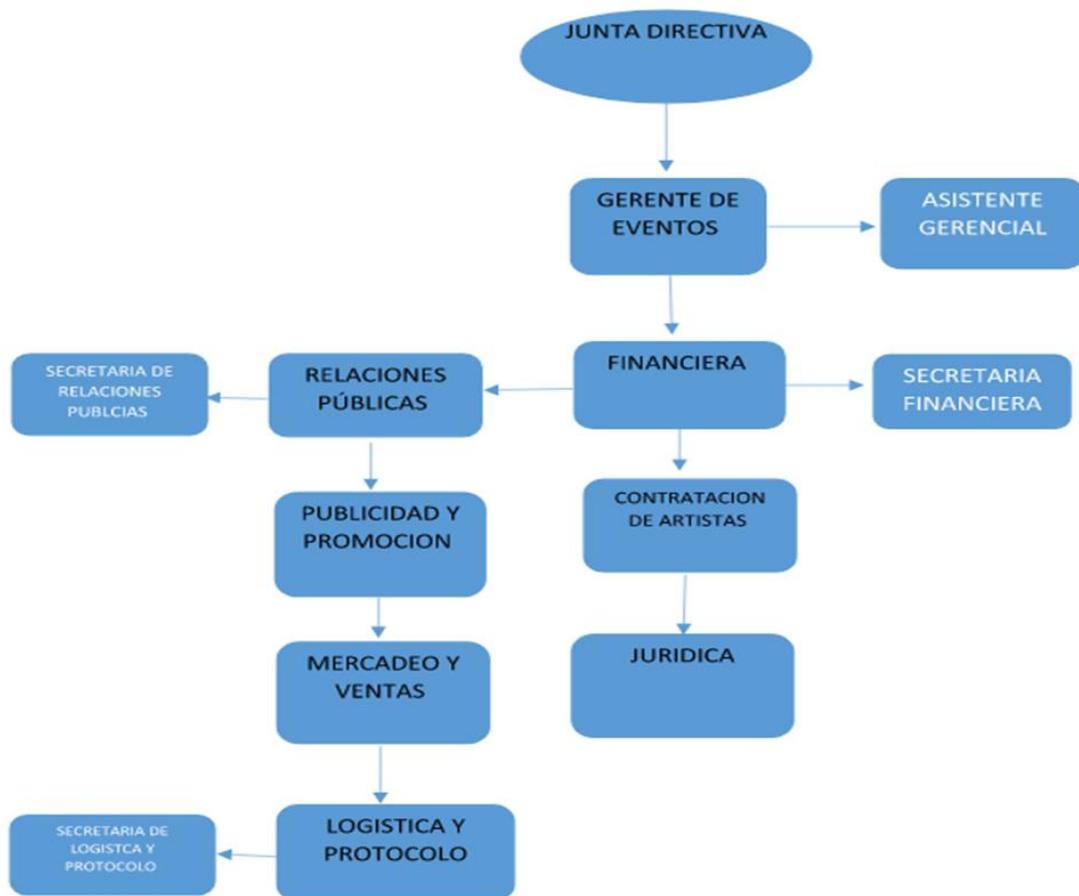
- Crear un evento en el que se condensen los diversos géneros que conforman la cultura musical de Cartagena con el fin de ofrecer un show que divierta y cautive a los turistas y visitantes.
- Contratar artistas de talla local, nacional e internacional para la presentación de estos espectáculos.
- Crear un test que permita que los asistentes al evento manifiesten que tan satisfactoria fue su experiencia en este.

**1.7.** Valores:

- Innovación: Estar al día de las tendencias de nuestro sector para implementarlas en los servicios que ofrecemos.
- Superación: Mejorar día a día en el desarrollo de nuestro trabajo y nuestros servicios.

- **Confianza:** Establecer relaciones de confianza con nuestros clientes basados en un servicio comprometido y transparente.
- **Ilusión:** Hacer de nuestro trabajo nuestra pasión, dar lo mejor en cada evento que se realice y brindar profesionalismo.
- **Solidaridad:** Contribuir al mejoramiento de escenarios deportivos de algunos barrios populares de la ciudad.
- **Sentido de pertenencia:** Mostrar al mundo la cultura cartagenera y que los visitantes la aprendan, respeten y valoren.

**1.8. Estructura organizacional:**



**1.9. Portafolio de servicios:**

- Servicio transfer (del hotel al lugar)
- Shows en vivo
- Presentación de artistas nacionales e internacionales
- Ofrece fritos típicos de la ciudad

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

## 2. Componente de estudio de mercado y comercial.

### 2.1. Análisis del sector:

El sector eventos ha tenido un gran auge en Cartagena, en la ciudad se realizan eventos tales como, congresos, asambleas, conciertos, festivales, concursos, algunos de estos de gran magnitud. Se ha analizado la gran variedad de eventos similares a weekend fest y muy pocos están enfocados directamente al turismo.

### 2.2. Análisis de la demanda

<b>AÑO</b>	<b>Visitantes extranjeros no residentes (VENR)</b>	<b>Estimación de viajeros extranjeros por fronteras (EVEF)</b>	<b>Visitantes extranjeros por cruceros internacionales (VEC)</b>	<b>Colombianos residentes en el exterior (CRE)</b>	<b>Total receptivo de viajeros</b>
<b>2011</b>	1.496.401	998.880	313.153	546.024	3.354.458
<b>2012</b>	1.591.120	1.062.681	254.403	583.609	3.491.813
<b>2013</b>	1.726.300	1.153.247	306.694	561.791	3.748.032
<b>2014</b>	1.967.814	1.313.199	314.207	583.967	4.179.187
<b>2015</b>	2.288.342	1.528.331	272.206	689.280	4.778.159
<b>2016</b>	2.593.057	1.734.239	305.820	724.302	5.357.418
<b>2017</b>	3.233.162	2.159.894	344.624	793.775	6.531.455
<b>2018</b>	4.030.019	2.275.783	378.081	793.459	7.477.342

Fuente: Migración Colombia. Cálculos OEE – MINCIT.

**7.477.342/12 = 623.111 AL MES**

**623.111** —————> **100%**

**10%** —————> **62.311**

Se tomó la cifra de turistas extranjeros que llegan al año a Cartagena y se dividió entre 12 para obtener la cifra de turistas que llegan mensualmente a la ciudad. Luego esa cifra se toma como 100% y a esa cifra se le saca el 10%, lo que da como resultado la cifra anterior. En los meses de abril, julio y diciembre llegan a Cartagena más de 120.000 mil turistas, teniendo en cuenta que en esta cifra se incluyen niños, jóvenes, adultos, y adultos mayores, por tanto, se extrae un estimado de número de personas que pueden ser nuestros posibles clientes. El evento en sus inicios, tendrá una capacidad para 900 personas incluyendo turistas extranjeros, nacionales y personas locales que asistirán al festival.

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

### 2.3. Análisis de la oferta

A nivel mundial se realizan muchos eventos similares a Weekend Fest que varían dependiendo del lugar, ciudad o país en que se realice, teniendo en cuenta que Weekend Fest será llevado a cabo en la ciudad de Cartagena de indias la competencia directa sería:

- Champetú, se realiza una vez al año en el mes de junio.
- Afro Dance Hall Fest, se realiza dos veces al año en junio y en diciembre
- Zocorongo, se realiza una vez al año, en el mes de noviembre en el mercado de bazurto.
- SubUrbano, se realiza una vez al año en el mes de febrero.
- Summerland, se realizaba una vez al año, pero solo tuvo 3 ediciones.
- Festival del frito, se realiza una vez al año en el mes de febrero.
- Conciertos de música local en la plaza de toros. Estos se realizan eventualmente cada vez que lanzan un nuevo volumen, en promedio cada 6 o 10 meses, con diferentes pick up de la ciudad de Cartagena.

### 2.4. Perfil del consumidor

Clientes. Los posibles clientes de Weekend Fest son hombres y mujeres extranjeros entre 18 y 40 años que estén la ciudad de Cartagena por motivos vacacionales, culturales, ocio, e incluso laborales

### 2.5. Estrategias Comerciales

Se difundirá la información mediante canales radiales y de televisión, se pautará en redes sociales, y se repartirá publicidad impresa con el fin de atraer al público requerido, se crearán diversas vías de acceso a toda la información concerniente al evento para hacer más fácil y rápido el proceso de compra de la boletería.

#### 2.5.1. Estrategias de distribución

Cuñas radiales, publicidad en eventos similares, publicidad por redes sociales, pancartas y pasacalles, entendiendo con esto que los medios de distribución se manejan de manera directa e indirecta con el turista o visitante.

#### 2.5.2. Estrategias de precio

Precio de la boletería: 45.000

Se realizarán promociones meses antes del evento para animar y motivar al público a que asista al evento.

#### 2.5.3. Estrategia de Promoción

Realizar cortos comerciales con artistas que se presentaran en el evento para traer al público y así fidelizar a nuestros clientes.

#### 2.5.4. Estrategia digital

Los turistas y nativos que reserven a través de las redes sociales se le aplicara un descuento del 15% en el valor de la entrada.

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

### 3. Componente productivo y técnico

#### 3.1. Descripción del proceso

La idea es hacer llegar la información del evento al segmento de mercado que tenemos seleccionado teniendo en cuenta los medios de difusión directos e indirectos más frecuentados por estos. Luego realizar acompañamiento a la persona que confirme su asistencia organizándolos por zonas, con un respectivo líder y proveer posibles medios de transporte al evento con su respectivo retorno. Una vez se encuentren los asistentes en el lugar se procederá con una calurosa bienvenida y la degustación de fritos típicos y cócteles de la ciudad, al mismo tiempo se iniciará la presentación de los artistas que cantarán en vivo y se ambientará con la música correspondiente a los géneros seleccionados para el evento. En la culminación del evento se organizarán los asistentes de la misma forma como llegaron en grupos para hacer más fácil el retorno a su lugar de residencia, cabe resaltar que esto se realizará con los turistas ya que ellos tienen poco o nada de conocimiento sobre transporte en Cartagena.

#### 3.2. Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología)

Para llevar a cabo el festival de música caribeña contemporánea juvenil y demás géneros mencionados anteriormente Weekend Fest es necesario un lugar con capacidad aproximada para 1000 personas, una tarima para presentaciones de 5x5 mt, iluminación de acuerdo al lugar, vías de acceso, menaje tipo cóctel.

#### 3.3. Implementación de sistemas de calidad

Implementación de la norma técnica sectorial de organizador profesional de congresos ferias y convenciones 001 (NTS-OPC 001) OPERACIÓN DE CONGRESOS, FERIAS Y CONVENCIONES, REQUISITOS DE SERVICIO.

#### 3.4. Necesidades de fabricación de terceros

- Ritmo: agencia de logística, menaje, equipos de sonido, luces.
- Publiworld: Publicidad e impresos

#### 3.5. Tamaño y número de personas

Weekend fest contara con 8 departamentos los cuales son:

- Gerencia - secretaria
- Logística – asistente
- Publicidad y promoción
- Relaciones públicas - asistente
- Contratación de artistas
- Jurídica

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

- Financiera – secretaria
- Mercadeo y Ventas

Debido a que Weeked fest subcontratara servicios tales como, organización de eventos (en este va incluido el menaje, luces, sonido, y la logística como tal), impresión de publicidad, los departamentos correspondientes a este campo contarán con poco personal.

### 3.6. Insumos

Para el funcionamiento de las instalaciones de Weekend Fest.

- Equipos de computo
- Escritorios
- Sillas
- Teléfono fijo
- Impresora
- Aire acondicionado
- Papelería

### 3.7. Aspectos ambientales y sociales del proyecto

Weekend fest invertirá un porcentaje del dinero recaudado en el evento para invertir en el mejoramiento de los escenarios deportivos de la ciudad de Cartagena, así mismo hará inclusión, ya que dará la oportunidad a la población local de vender fritos típicos de la ciudad en el evento esto mejorará la condición económica estos.

## 4. Componente de talento humano

### 4.1. Descripción del equipo emprendedor

El equipo de trabajo que realizó esta idea de negocio es estudiante de administración turística de la fundación universitaria los libertadores de 7° semestre, son jóvenes dedicadas y aplicadas, además de ser madres con sentido de superación.

## 5. COMPONENTE FINANCIERO

### 5.1. Análisis de costos.

El objetivo del análisis de costos es conocer cuánto costará la puesta en marcha del evento y a su vez esto arrojará si el proyecto será rentable o no. En este proyecto los gastos y los costos se manejarán todo como costos. Por ende, la siguiente información.

Dentro del proyecto tenemos costos fijos y costos variables:

#### 5.1.1. COSTOS FIJOS

- |                          |                            |
|--------------------------|----------------------------|
| • Gerencia               | SUELDO BASICO: \$2.858.079 |
| • Secretaria de gerencia | SUELDO BASICO: \$1.358.998 |
| • Comité Logística       | SUELDO BASICO: \$1.614.102 |

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

- Asistente de logística SUELDO BASICO: \$910.255
- Publicidad y promoción SUELDO BASICO: \$1.935.840
- Relaciones públicas SUELDO BASICO: \$1.539.730
- Asistente de relaciones públicas SUELDO BASICO: \$ 1.100.000
- Contratación de artistas SUELDO BASICO: 1.564.730
- Jurídica SUELDO BASICO. P.P.S \$ 1.700.00
- Financiera SUELDO BASICO: \$1.251.417
- Mercadeo y Ventas SUELDO BASICO: \$1.466.584
- Asistente de mercadeo y ventas SUELDO BASICO: \$1.100.613
- Servicios públicos (Agua, Luz, Internet) \$500.000
- Arriendo del local para la oficina \$ 800.000

### 5.1.2. COSTOS VARIABLES

- Tarima \$ 400.000
- Sonido \$ 600.000
- Luces \$ 190.000
- Chambacù \$ 7.000.000
- Carpa \$ 210.000
- Contratación de personal de guardas de seguridad \$800.020
- Publicidad \$ 1.380.000
- Transporte de turistas (hotel-Chambacù) \$1.000.000

### 5.2. Análisis de inversión inicial y retorno sobre la inversión

el valor inicial de inversión para este proyecto es de 38.200.368 para iniciar con esta propuesta, incluyendo en este todos los costos que se van a generar, desde pagos de nómina, montaje del evento, publicidad y promoción y todo el insumo que este abarca para la realización de este mismo. Después de haber realizado un estudio se concluye que los posibles ingresos que tendrá el evento son de 40.500.020. Por evento, lo que quiere decir que como este se va a realizar tres (3) veces al año, estaría dando una rentabilidad de 121.500.060.

### 5.3. ACTIVOS.

Para el funcionamiento de las instalaciones de Weekend Fest.

Activo	Cantidad	Costo unitario	Total
Computador	2	800.000	1.600.000
Escritorio	2	185.000	370.000
Sillas	4	90.000	360.000
Teléfono fijo	1	75.000	75.000
Celular con plan	1	340.000	340.000
Impresora	1	842.900	842.900
Aire acondicionado	1	1.300.000	1.300.000

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

Papelería	varias	100.000	100.000
-----------	--------	---------	---------

**5.4. PASIVOS.** La empresa no cuenta con pasivos porque los socios aportaran cada uno la parte que le corresponde cubriendo en su totalidad con la inversión inicial del proyecto. Por tanto, la empresa no tendrá ningún compromiso con terceros en cuanto a deudas o préstamos.

**5.5. V.P.N.** para la realización del valor presente neto se utilizó el porcentaje de una tasa del Banco Caja Social, la cual es de 24,06%. El porcentaje de incremento por año es del 20% y anualmente la producción estará aumentando 100.000, además se descuenta un 16% de IVA por que es el porcentaje que le corresponde pagar a los eventos al Estado.

<b>V.P.N</b>	FORMULA DEPRECIACION		\$ 39.500.368							
	\$ 7.900.074		5							
<b>AÑOS</b>	<b>INGRESOS 20%</b>	<b>COSTO DE PROD</b>	<b>DEPRECIACION</b>	<b>VALOR NETO</b>	<b>16%</b>	<b>UDI</b>	<b>DEPRECIACION</b>	<b>FCN</b>	<b>VPN</b>	
	1,2	-\$ 84.000	INV/#AÑOS FUTUROS	totales	\$ 0,16	VN-%			\$131.325.220,51	
1	\$ 40.500.000	-\$ 100.000	-\$ 7.900.074	\$ 32.499.926	-\$ 5.199.988	\$ 27.299.938	\$7.900.074	\$ 35.200.011		
2	\$ 48.600.000	-\$ 184.000	-\$ 7.900.074	\$ 40.515.926	-\$ 6.482.548	\$ 34.033.378	\$7.900.074	\$ 41.933.451		
3	\$ 58.320.000	-\$ 268.000	-\$ 7.900.074	\$ 50.151.926	-\$ 8.024.308	\$ 42.127.618	\$7.900.074	\$ 50.027.691		
4	\$ 69.984.000	-\$ 352.000	-\$ 7.900.074	\$ 61.731.926	-\$ 9.877.108	\$ 51.854.818	\$7.900.074	\$ 59.754.891		
5	\$ 83.980.800	-\$ 436.000	-\$ 7.900.074	\$ 75.644.726	-\$12.103.156	\$ 63.541.570	\$7.900.074	\$ 71.441.643		



## ANEXOS

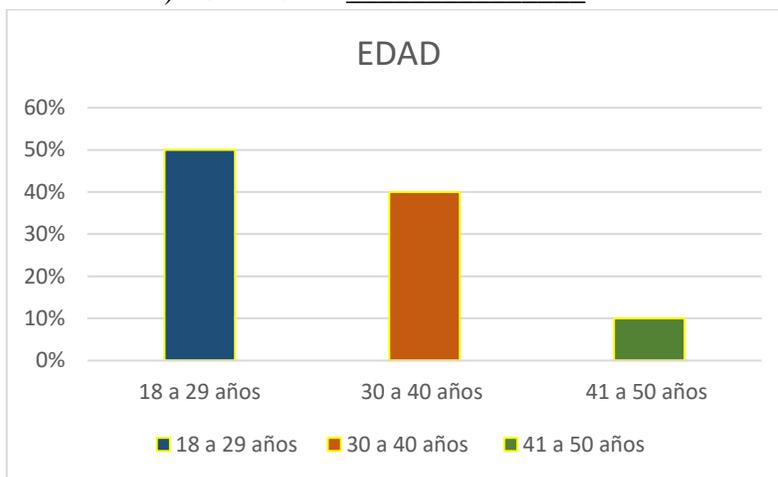
### ENCUESTA

Objetivo: conocer el porcentaje de posibles clientes potenciales que puede haber para la realización de un festival de música caribeña, dance hall y champeta en la ciudad de Cartagena.

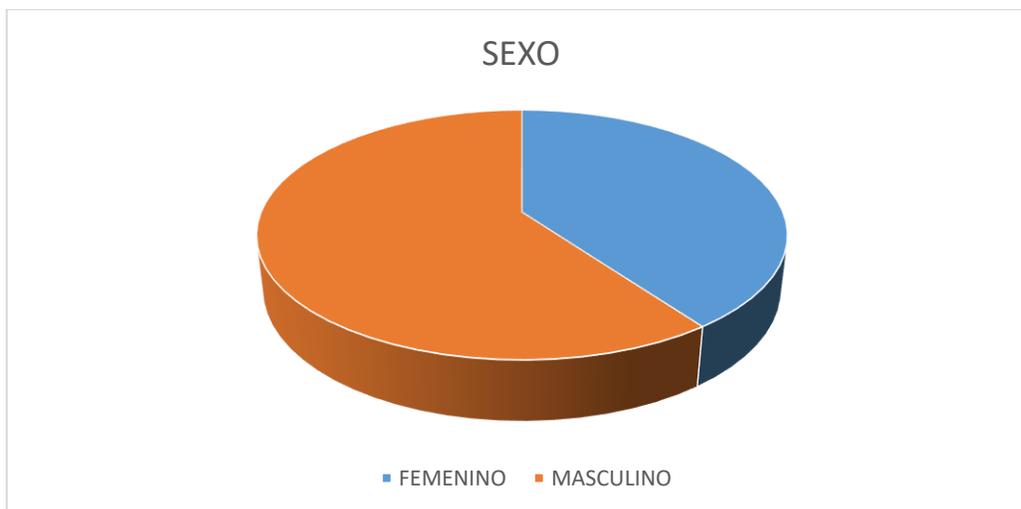
1. ¿Qué edad tienes?
  - a) Entre 18 y 28 años
  - b) Entre 29 y 40 años
  - c) Entre 41 y 50 años
2. ¿Sexo?
  - a) Femenino
  - b) Masculino
3. ¿De qué lugar del mundo vienes?
  - a) Asia
  - b) Europa
  - c) América del norte
  - d) América del sur
  - e) África
4. ¿Cuál es el motivo de tu viaje?
  - a) Trabajo
  - b) Salud
  - c) Recreación
  - d) Deportes
  - e) Otro. Cual? \_\_\_\_\_
5. ¿Te gusta el turismo recreacional?
  - a) Si
  - b) No
6. ¿Te gusta la música?
  - a) Si
  - b) No
7. ¿Te gusta el baile?
  - a) Si
  - b) No
8. ¿En qué zona de la ciudad te gustaría asistir a este festival?
  - a) Zona norte
  - b) Zona centro
  - c) Zona sur



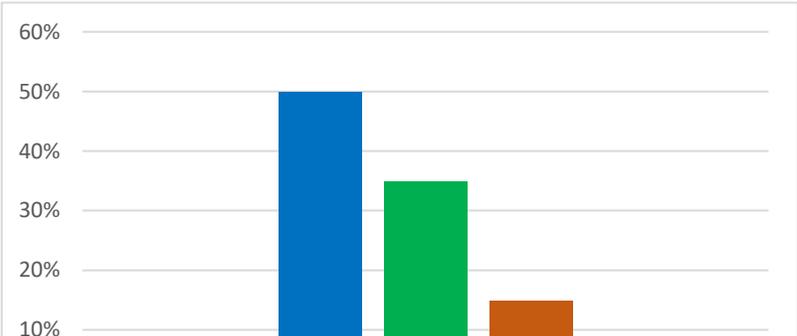
9. ¿Qué medios de comunicación utilizas con más frecuencia?
- a) Radio
  - b) Televisión
  - c) Celulares
10. ¿Cuál es la red social que más utilizas a diario?
- a) Facebook
  - b) Twiter
  - c) Instagram
  - d) Whatsapp
  - e) Otro. Cual? \_\_\_\_\_



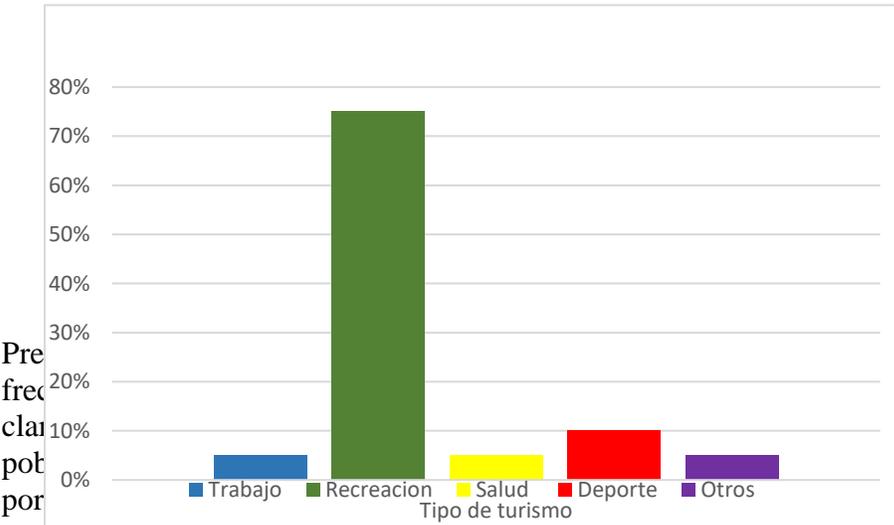
Pregunta 1. En esta pregunta se quiere conocer el rango de edad en el que se encuentran nuestros posibles clientes potenciales y saber a qué segmento dirigimos exactamente, con base a la encuesta realizada hemos concluido que nuestros posibles clientes están en un rango de edad entre los 20 y los 40 años.



Pregunta 2. Con esta pregunta se pudo obtener la información sobre el sexo de las personas que podrían ser nuestros posibles clientes potenciales para asistir a este festival, por tanto los resultados obtenidos fueron que el 40% de la población encuestada son de sexo femenino y el 60% de estos mismo son de sexo masculino.



Pregunta 3. Esta pregunta busca conocer de qué lugar del mundo nos visitan nuestros posibles clientes, arrojando uno datos que el 50% de la población que encuestamos es de Norteamérica, en su gran mayoría de Estados Unidos, por otro lado observamos que un 30% de la muestra es de Suramérica, destacando países como Brasil, Argentina y Chile. Por ultimo un 15% son Europeos resaltando países como Francia y España. Concluyendo con esta información que la gran parte de nuestros posible clientes son de Norteamérica, específicamente de Estados Unidos.

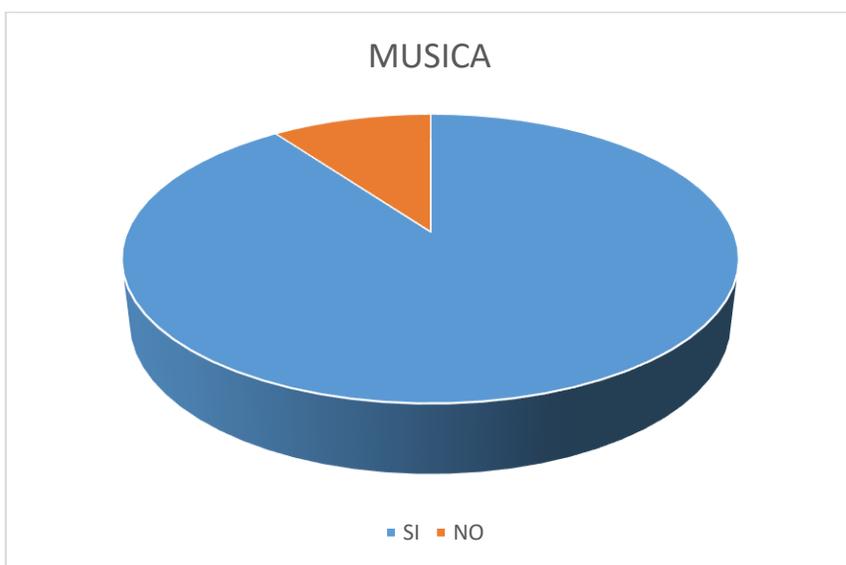


encuestada dijo que venia por otros tipo de turismo; los cuales fueron, por turismo religioso y educacional.

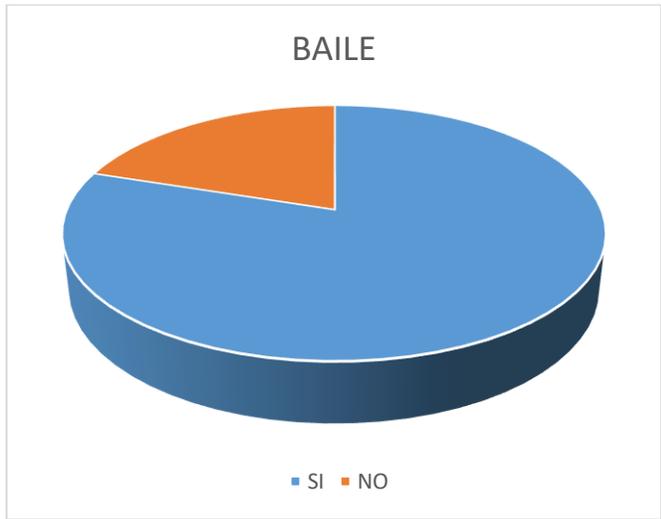
practican con más tener una idea más que un 5% de la ción u ocio, un 5% 5% de la población



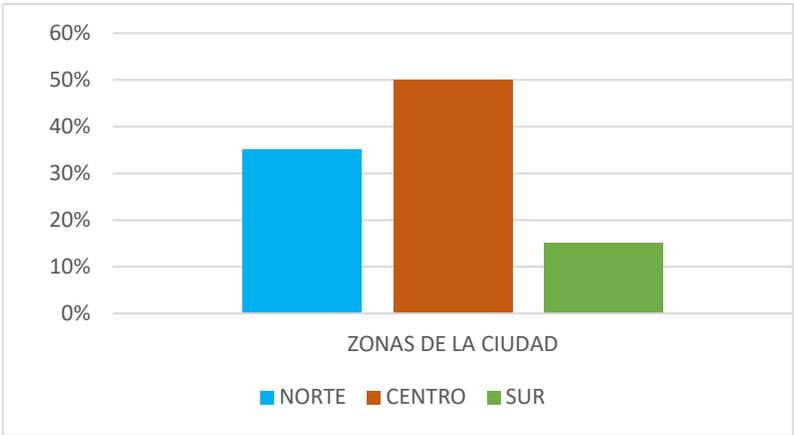
Pregunta 5. Esta pregunta nos complementa la información anterior, ya que en esta podemos identificar el gusto de la muestra que tomamos para encuestar, arrojando como resultado que a un 90% de la población de la muestra que encuestamos le gusta el turismo recreacional y a un 10% no le gusta.



Pregunta 6. Con la siguiente pregunta se deseaba conocer a que porcentaje de la población encuestada le gusta o no el baile, a lo que el 90% de los encuestados respondió que SI y solo un 10% dijo que NO.

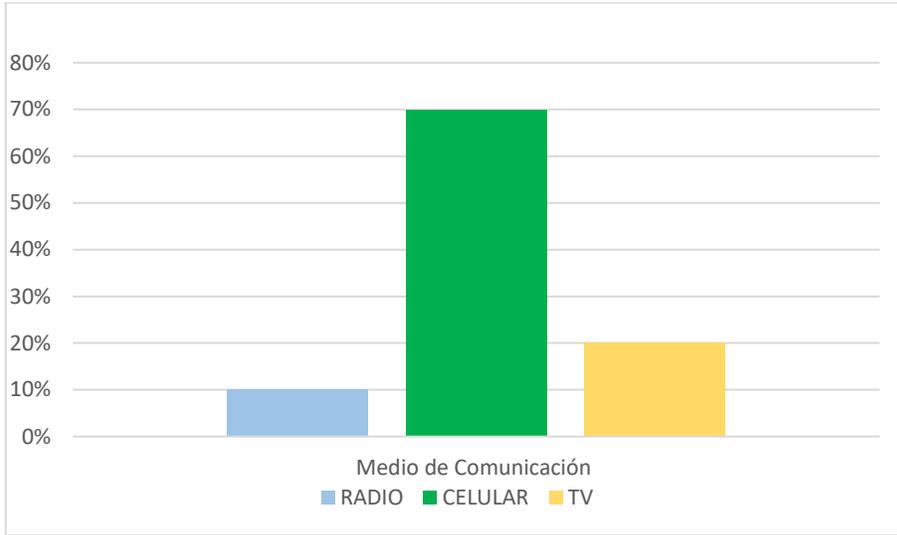


Pregunta 7. A continuación se busca conocer a que porcentaje de la población le gusta bailar y los resultados fueron: que un 80% dijo que le gusta bailar y un 20% dijo no le gusta.

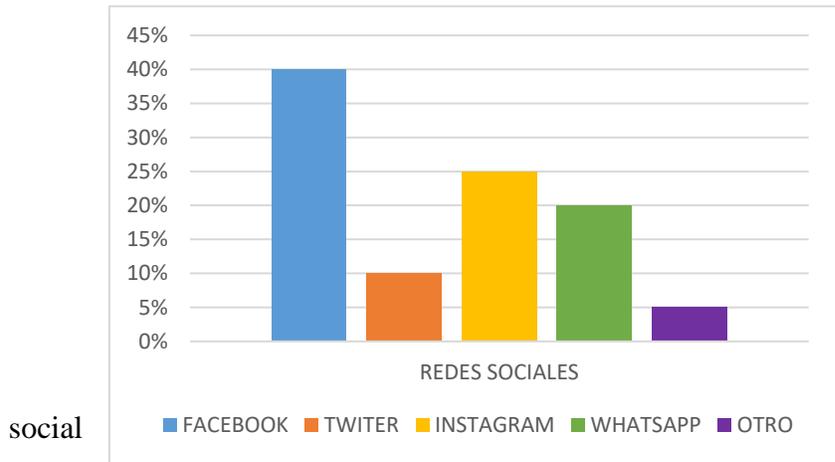


Pregunta 8. Con esta pregunta se quiere conocer cuál es la de preferencia para

zona los turistas para asistir a un festival de música. Arrojando como resultado que un 35% de la población le gustaría en la zona norte de la ciudad, un 50% en la zona centro y un 15% en la zona sur de esta misma.



Pregunta 9. Por medio de esta pregunta se quiere conocer cuál es el medio de comunicación más utilizado por los turistas, para tener una idea clara sobre en qué medio se pautar este festival para atraer más visitantes, mostrando como resultado que un 10% se informa o utiliza por la radio, un 20% utiliza televisión y un 70% utiliza celulares.



social

Pregunta 10. Con esta pregunta se desea conocer cuál es la red más utilizada por los extranjeros y visitantes,

esto con el fin de saber en qué medio y como debemos hacer publicidad y promociones.

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

**Cotización Guianza Express- transporte**

Cartagena de indias, D.T y C, 02 de DICIEMBRE de 2019 Estimado Cliente, JESSICA PAOLA NAVAS CORREA

Reciba un cordial saludo de parte del equipo de Guianza Express S.A.S

A continuación tenemos el agrado de enviar nuestra cotización de servicios solicitados previamente:

**DATOS DEL CLIENTE**

**NOMBRE DEL CLIENTE:**

**JESSICA PAOLA NAVAS CORREA      NUMERO DE IDENTIFICACIÓN:**

**NO SUMINISTRADO**

**CORREO ELECTRONICO: [jpnavasc@libertadores.edu.co](mailto:jpnavasc@libertadores.edu.co)**

**TELÉFONO: 3226584094**

DATOS DEL CLIENTE	
<b>NOMBRE DEL CLIENTE:</b> <b>JESSICA PAOLA NAVAS CORREA</b>	<b>NUMERO DE IDENTIFICACIÓN:</b> <b>NO SUMINISTRADO</b>
<b>CORREO ELECTRONICO:</b> <a href="mailto:jpnavasc@libertadores.edu.co">jpnavasc@libertadores.edu.co</a>	<b>TELÉFONO: 3226584094</b>

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

Fecha	hora/días	Servicio	Nº de PAX	Cantidad Vehículos/guía	Descripción	Valor Unitario	Valor total
5 de Abril de 2020 * 16 Julio de 2020 * 20 e Diciembre de 2020	Por confirmar	Traslado Boca grande-Chambacù	150	4	Vehículos tipo bus para traslados desde Boca grande (hoteles por confirmar) hacia Chambacù (solo ida)	\$250.000 COP	\$1.000.000 COP
<b>TOTAL, RESERVA</b>							<b>\$1.000.000 COP</b>
<b>condiciones y/o restricciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para reservar este servicio es importante que pueda hacer llegar con antelación lo siguiente:</li> <li>• Fotocopia del documento de identidad (escaneado)</li> <li>• Registro único tributario (RUT)</li> <li>• Registro nacional de turismo (RNT) en el caso de Agencias/Hoteles</li> <li>• Cámara de comercio (en el caso de empresas en general)</li> <li>• Dirección de correo electrónico</li> <li>• Teléfono y dirección de residencia</li> <li>• Debe realizar el pago anticipado del 100% dos semanas antes del inicio del primer servicio.</li> <li>• Los traslados en horario nocturno tendrán un incremento del 20% desde las 9:00 p.m. hasta las 5:00 a.m.</li> <li>• Los valores finales dependen de la información final de recogida de cada traslado.</li> </ul>							

**Condiciones y/o restricciones:**

- Para reservar este servicio es importante que pueda hacer llegar con antelación lo siguiente:
- Fotocopia del documento de identidad (escaneado)

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

- Registro único tributario (RUT)
- Registro nacional de turismo (RNT) en el caso de Agencias/Hoteles
- Cámara de comercio (en el caso de empresas en general)
- Dirección de correo electrónico
- Teléfono y dirección de residencia
- Debe realizar el pago anticipado del 100% dos semanas antes del inicio del primer servicio.
- Los traslados en horario nocturno tendrán un incremento del 20% desde las 9:00 p.m. hasta las 5:00 a.m.
- Los valores finales dependen de la información final de recogida de cada traslado.

**OBSERVACIONES:**

**BUS**



**POLITICAS DE GUIA DE CONTRATACION DEL SERVICIO DE**

- Firmar contrato de prestación de servicios que indique inicio y final del acuerdo contractual.
- Poseer Registro nacional de turismo para agencia de viajes, hoteles y empresa de transporte turístico.
- Describir todos los requisitos necesarios en las reservas para la prestación y cumplimiento del servicio, así como el soporte de confirmación (correo electrónico), especificando el Tipo de servicio, nombre de los pasajeros, Número de personas, fechas, horarios e información relevante.
- Las reservas de servicio de transporte permitirán la confirmación hasta 1 hora y 30 minutos antes de prestar el servicio, siempre y cuando sea notificada la solicitud tanto por correo electrónico como por vía telefónica y se confirme la disponibilidad para la prestación del servicio.
- Las reservas serán confirmadas al momento de realizar y presentar el pago total del servicio, antes de dar inicio al mismo (aplica para clientes ocasionales).

**POLÍTICA DE CANCELACIÓN - DERECHO DE RETRACTO**

Las reservas confirmadas tendrán una política de cancelación en los siguientes términos:

- Los cambios en las características del servicio deben solicitarse por lo menos con 3 horas de anticipación, de lo contrario tendrá una penalidad del 30% del valor total del servicio (Ejemplo: hora o lugar de prestación del servicio).
- Las cancelaciones para reservas como receptivos son con 24 horas antes de la hora de inicio del servicio, después de este tiempo será cobrado el 50% del valor total del mismo. En caso de presentarse cancelación al momento de los servicios será

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

cobrado en su totalidad, a excepción de enfermedades o muerte y/o condiciones climáticas.

### **REEMBOLSOS**

- El reembolso se aplicará acorde con los términos de las políticas de cancelación dentro de los 30 días hábiles siguientes, una vez aprobado el reembolso y que el cliente haya suministrado la información necesaria para la transacción.
- Una Vez llegada la fecha del servicio, los servicios incluidos y no utilizados no serán reembolsables salvo que la cancelación se verifique por enfermedad debidamente certificada por la EPS o por muerte del pasajero. Para pasajeros extranjeros certificado médico.

### **ALTERACIONES**

- El Cliente se compromete a informar todos los términos del presente contrato y los cambios referentes a la reserva para la prestación del servicio.

### **RESPONSABILIDAD DEL CLIENTE:**

- Determinar que su estado de salud y la aptitud física son suficientes para tomar los servicios contratados.
- Portar ropa y equipos adecuados
- Velar por la seguridad de las pertenencias personales que llevara durante la prestación del servicio.
- Esta estrictamente prohibido realizar conductas que interfieran con la seguridad y comodidad de los demás participantes como el consumo de drogas alucinógenas y alcohol en exceso. La utilización de servicios de mujeres o hombres acompañantes (prostitución) no es tolerable dentro de los servicios de Guianza Express SAS, el uso de menores de edad para este tipo de servicios es penalizado por las autoridades en Colombia y es causa inmediata para la expulsión del viaje.
- Informar horario de recogida, en caso que aplique número del vuelo.
- Informar origen y destino.
- Enviar Pancarta para recibir pasajeros cuando aplique
- Especificar tipo de vehículo
- Informar nombre de pasajeros o líder del grupo.
- informar si requiere de servicio adicional tales como Guianza, botellas de agua u otros
- Enviar itinerario del pasajero cuando aplique
- Enviar suministros necesario para el servicio como: flayers, gorra, sueters. etc cuando aplique
- Especificar el idioma requerido.
- Informar datos de contacto.
- Informar si el servicio necesita silla para bebes.
- Informar si requieren apoyo de maletas

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

Enviar su protocolo de seguridad- Si posee , de lo contrario se aplicara el de Guianza Express S.A.

**NOTAS**

- Tarifas cotizadas sujetas a cambio sin previo aviso al momento de reservar, dependiendo de la disponibilidad de los servicios solicitados, actualización de tarifas, cambios en la operación. Los impuestos, tasas y contribuciones que las graven también pueden variar por disposición gubernamental.
- El objetivo de la actividad turística se puede ver afectado por factores climáticos, por lo tanto Guianza Express SAS no se hace responsable por el resultado.
- El costo del No Show incurre en un valor del 50% del servicio.
- Todos los traslados después de las 21:00 horas tienen un recargo del 15% sobre el valor del servicio.
- Cada hora de espera incurrirá en el costo neto del valor del servicio escogido por el cliente.

Para personas naturales.

Para personas Naturales, la legislación protege al consumidor y este puede retractarse en cualquier momento antes de cumplirse la fecha del contrato y es obligación de la empresa hacer la devolución total

Sin retener ningún monto por cualquier concepto. Más información remito la norma correspondiente.

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=44306>

**CERTIFICACIONES:**

- CALIDAD: NTC ISO 9001:2008
- CALIDAD TURISTICA: NTS-AV009
- SOSTENIBILIDAD TURISTICA: NTS-TS005
- CONCURSO PREMIO A LA EXCELENCIA ARL SURA 2017 EN “SISTEMA DE GESTION DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (DECRETO 1072).

**ENLACES:**

Síguenos en:

[www.guianzaexpress.com](http://www.guianzaexpress.com)

<https://www.facebook.com/GuianzaExpresscolombia/>

[https://twitter.com/Guianza\\_Express](https://twitter.com/Guianza_Express)

<https://www.instagram.com/guianzaexpress/>

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

## **BIBLIOGRAFÍA**

<https://www.dane.gov.co/>  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Summerland\\_\(Festival\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Summerland_(Festival))  
<https://eventsite.com.co/cartagena/eventos/festival/afro-dancehall-festival>  
<https://www.eluniversal.com.co/cultural/lo-que-debes-saber-de-champetu-una-fiesta-100-cartagenera-267867-BCEU381514>  
<http://www.aldf.gob.mx/archivo-194763eaf1268314d8158bf54bb41fb1.pdf>  
<https://www.ineventos.com.co/blog/logistica-eventos.aspx>  
<https://empleo.ucr.ac.cr/empleo/mostrarArchivoPDFServlet?c=165>  
<https://neuvoo.com.mx/neuvooPedia/es/coordinador-rrpp/>  
<https://www.empleo.com.cr/ofertas-trabajo/asistente-de-relaciones-publicas-y-comunicacion/769434>  
<https://www.computrabajo.com.co/salarios/subgerente>  
<https://www.computrabajo.com.co/salarios/asistente-de-gerencia>  
<https://co.indeed.com/salaries/relacionista-p%C3%BAblico-Salaries>  
<https://www.educaweb.com/profesion/director-publicidad-1006/>  
<https://www.opcionempleo.com.co/empleo-salario-abogado.html>  
<https://encolombia.com/economia/empresas/comoconstruirsociedadcolombia/>  
<https://www.banrep.gov.co/>