

 <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>
--	---	---

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



**AUTORES:**

DILAN ALBERTO HERNANDEZ SOLANO  
DANIEL JOSE HERRERA REYES

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**  
**PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA - PRESENCIAL**  
**CARTAGENA – BOLÍVAR**

 <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>
--	---	---

## Contenido

TABLA DE ILUSTRACIONES .....	6
1. ESTUDIO DE MERCADO .....	7
1.1. TIPO DE INVESTIGACION .....	7
1.2. MERCADO OBJETIVO .....	7
1.3. METODOLOGIA DE LA RECOLECCION DE DATOS .....	8
1.4. ANALISIS DE LA INFORMACION RECOPIADA .....	8
1.5. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO .....	10
1.5.1. Usos .....	10
1.5.2. Usuarios.....	10
1.5.3. Presentación.....	11
1.5.4. Producto .....	11
1.5.5. Sustitutos.....	11
1.6. FUENTES DE ABASTECIMIENTO.....	13
1.7. PRECIOS Y COSTOS .....	14
1.7.1. COMBO 1: (GENERAL) .....	14
1.7.2. COMBO 2: (VIP) .....	14
1.7.3. COMBO 3: (FAMILIAR / GRUPAL) .....	15
1.8. ANALISIS DE DEMANDA.....	15
1.9. ANALISIS DE OFERTA .....	17
2. ESTUDIO TÉCNICO .....	18
2.1. DESCRIPCIÓN DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN .....	18
2.2. TAMAÑO.....	19
2.2.1. TAMAÑO FÍSICO. ....	19
2.2.1.1. PLANO: PRIMER PISO .....	20
2.2.1.2. PLANO: SEGUNDO PISO.....	21
2.2.1.3. PLANO: TERCER PISO .....	21
2.2.1.4. PLANO: CUARTO PISO .....	22
2.3. NECESIDADES DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA.....	22

 <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>
--	---	---

2.4.	INSUMOS Y SUMINISTROS .....	23
2.4.1.	INSUMOS GENERALES .....	23
2.4.2.	AMBIENTE DEPORTIVO – BEISBOL .....	24
2.4.3.	AMBIENTE DEPORTIVO - FUTBOL.....	25
2.4.4.	AMBIENTE DEPORTIVO – BALONCESTO .....	26
2.5.	IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE CALIDAD .....	26
2.6.	NECESIDADES DE FABRICACIÓN DE TERCEROS.....	26
3.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	27
3.1.	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA .....	27
3.2.	RAZÓN SOCIAL, LOGOTIPO Y SLOGAN .....	27
3.2.1.	RAZÓN SOCIAL.....	27
3.2.2.	LOGOTIPO.....	28
3.2.3.	SLOGAN .....	28
3.3.	POLITICA DE LA EMPRESA .....	28
3.4.	VISION .....	28
3.5.	MISION .....	29
3.6.	OBJETIVOS ESTRATEGICOS.....	29
3.7.	PRINCIPIOS .....	30
3.7.1.	RESPONSABILIDAD .....	30
3.7.2.	RESPETO .....	30
3.7.3.	INTEGRIDAD .....	30
3.7.4.	PUNTUALIDAD .....	30
3.8.	VALORES.....	30
3.8.1.	HONESTIDAD .....	30
3.8.2.	PROFESIONALISMO .....	31
3.8.3.	ETICA .....	31
3.9.	FUNCIONES DE LOS MIEMBROS DE LA EMPRESA .....	31
3.9.1.	JUNTA GENERAL DE SOCIOS.....	31
3.9.2.	GERENTE GENERAL.....	32
3.9.3.	ADMINISTRADOR.....	32
3.9.4.	VENDEDORES.....	32

 <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>
--	---	---

3.9.5.	MANAGER.....	33
3.9.6.	PUBLICISTA.....	33
3.9.7.	LOGÍSTICA.....	33
3.9.8.	OFICIOS VARIOS.....	33
3.10.	CONTRATACIONES.....	33
3.10.1.	Características de un contrato de trabajo.....	34
3.10.2.	Salud.....	34
3.10.3.	Pensión.....	34
3.10.4.	Prestaciones sociales.....	34
3.10.5.	Cesantías.....	35
3.10.6.	Intereses de cesantías.....	35
3.10.7.	Vacaciones.....	35
3.10.8.	Prestaciones sociales.....	35
3.10.9.	Otros.....	35
3.10.10.	Indemnizaciones.....	36
3.11.	ORGANIGRAMA.....	36
3.11.1.	Área comercial:.....	37
3.11.2.	Área operativa:.....	37
3.11.3.	ILUSTRACION DE ORGANIGRAMA.....	37
4.	ESTUDIO FINANCIERO.....	38
4.1.	INVERSIONES.....	38
4.1.1	INVERSION EN OBRAS FISICAS.....	38
4.1.2.	INVERSION EN EQUIPOS.....	39
4.1.3.	INVERSION EN INSUMOS Y SUMINISTROS.....	39
4.1.4.	INVERSION EN OTROS.....	40
4.1.5.	TOTAL DE INVERSIONES.....	40
4.2	COSTOS Y GASTOS.....	40
4.2.1.	CONTRATACIÓN DE PERSONAL.....	40
4.2.2.	SALARIO / NOMINA.....	41
4.2.2.	SERVICIOS PUBLICOS.....	41
4.2.3.	SERVICIOS GENERALES.....	41

 <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>
--	---	---

4.3.	INGRESOS .....	41
4.4.	ESTADO DE RESULTADOS .....	42
	BIBLIOGRAFIA.....	43

## CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1	Pregunta N°1 .....	8
Tabla 2	Pregunta N°2 .....	9
Tabla 3	Pregunta N°3 .....	9
Tabla 4	Pregunta N°3 .....	9
Tabla 5	Pregunta N° 5 .....	10
Tabla 6	Fuentes de abastecimiento.....	13
Tabla 7	Gastos de Contratación del Personal.....	36
Tabla 8	Inversión: OBRAS FISICAS .....	38
Tabla 9	Inversión: EQUIPOS .....	39
Tabla 10	Inversión: INSUMOS Y SUMINISTROS.....	39
Tabla 11	Inversión: OTROS.....	40
Tabla 12	Total de Inversiones.....	40
Tabla 13	Gastos por Contratación de Personal.....	40
Tabla 14	Salario (SMMLV) .....	41
Tabla 15	Gastos por Servicios Públicos .....	41

 <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>
--	---	---

## **TABLA DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1 Plano: Piso N1.....	20
Ilustración 2 Plano: Piso N2.....	21
Ilustración 3 Plano: Piso N3.....	21
Ilustración 4 Plano: Piso N4 – OFICINAS .....	22
Ilustración 5 Organigrama de la Agencia DEPORTOUR.....	37

 <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>
--	---	---

## **1. ESTUDIO DE MERCADO**

La investigación de mercado permite identificar cual es el cliente potencial existente para nuestra idea de negocio sobre turismo deportivo y conocer las necesidades y preferencias de los mismos, y a su vez la forma en que pueda satisfacerse.

### **1.1. TIPO DE INVESTIGACION**

El estudio de mercado permite identificar y definir variables características del cliente, proyectar los mercados relevantes y determinar precios y cantidades del producto a ofertar.

Para esta investigación de mercado se realizaron encuestas a 100 posibles clientes potenciales, 50 de manera virtual y 50 en los diferentes sectores de la ciudad para saber qué mercado podría ser potencial ante esta idea de negocio de turismo deportivo, donde se evidencio, que tipo de deporte consumen, y otras preguntas de suma importancia para determinar el nivel de satisfacción que se puede conseguir con el servicio de turismo deportivo.

### **1.2. MERCADO OBJETIVO**

El mercado potencial está conformado por los posibles consumidores que tienen cierto grado de interés de una determinada oferta del mercado y están con capacidad de adquirir en forma potencial el servicio de turismo deportivo.

El mercado objetivo en esta investigación está compuesto por medianas y grandes agencias de viajes, pero estas agencias no manejan de manera directa el mercado del turismo deportivo, por ende, esta oferta de mercado tendrá gran acogida ya que los clientes muestran gran interés cada vez que se le da a conocer nuestra idea de negocio.

 <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>
--	---	---

### 1.3. METODOLOGIA DE LA RECOLECCION DE DATOS

Para realizar el estudio de mercado se usó como fuentes primarias entrevistas o encuestas realizadas de manera virtual y presencial, para seleccionar estos clientes se utilizó como criterio el consumo del deporte internacional y local en los últimos años, luego de obtener los resultados se realizó un análisis, donde se recopiló información fundamental para el desarrollo de esta idea de negocio

Además el proyecto tomara información estadística de diferentes entidades dedicadas a la evaluación y cuantificación de diferentes procesos y aplicaciones, principalmente del sector de la construcción como el DANE.

Para conocer aspectos de la competencia como son, cantidad de agencias y/o empresas dedicadas a la prestación de servicio en el turismo deportivo, que ofrecen, y políticas del servicio, clientes a los que les prestan el servicio, se tomó información de fuente secundaria como la página web de empresas a nivel nacional.

### 1.4. ANALISIS DE LA INFORMACION RECOPIlada

Para el desarrollo de la encuesta, se realizó a personas tanto estrato 6 como estrato 3 en la ciudad de Cartagena de Indias y la encuesta virtual se envió a posibles clientes de Bogotá, Medellín, Barranquilla y Cali.

Las preguntas formuladas y su análisis es el siguiente:

**Pregunta N°1** ¿Por qué categoría deportiva se inclinan sus gustos?

CATEGORIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
FUTBOL	64	64%
BEISBOL	19	19%
BALONCESTO	12	12%
OTROS DEPORTES	8	8%

Tabla 1 Pregunta N°1

 <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>
--	---	---

De las 100 personas a las cuales se les realizó la encuesta tanto de manera virtual como presencial se inclinó más por el fútbol, pero sin descartar otras categorías deportivas.

**Pregunta N°2** ¿Les gustaría que cuando adquiriera el servicio tenga todo incluido?

SI/NO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	87	87%
NO	13	13%

Tabla 2Pregunta N°2

De las 100 personas encuestadas solo el 13% respondió negativamente ya que exponían que preferían tomar algunas partes del servicio por su cuenta, de lo contrario el 87% de las personas se interesó por el servicio todo incluido.

**Pregunta N°3** ¿Le gustaría conocer a los deportistas antes de que inicie el encuentro deportivo?

SI/NO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	100	100%
NO	0	0%

Tabla 3Pregunta N°3

El 100% de los posibles clientes encuestados respondieron positivamente a la pregunta realizada, afirman que para ellos sería un sueño hecho realidad.

**Pregunta N°4** ¿Le gustaría practicar su deporte favorito?

SI/NO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	46	46%
NO	16	16%
TAL VEZ	38	38%

Tabla 4Pregunta N°3

46 personas respondieron de manera afirmativa a la pregunta realizada, por otro lado, a 38 personas les pareció una buena e interesante pregunta pero tenían dudas y respondieron “Tal

vez”, las 16 personas restante, exponen que les gusta el deporte pero practicarlo no sería una opción para ellos.

**Pregunta N°5** ¿Se interesa más por el deporte nacional o internacional?

NAL / INT	CANTIDAD	PORCENTAJE
NACIONAL	48	48%
INTERNACIONAL	52	52%

Tabla 5Pregunta N° 5

A pesar del gran el nivel de interés que tiene el deporte internacional que de igual manera fue demostrado con un 52%, el deporte nacional no se queda atrás y también muestra interés en los posibles clientes con un 48%, y esto también es de suma importancia para nosotros.

## 1.5. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

### 1.5.1. Usos

Nuestra idea enfocada en el turismo deportivo puede ser usada como puente para personas con necesidad de viajar, conocer, entretenerse y divertirse por medio del deporte ya que en algunas ocasiones pueden ser partícipes de ello. Nuestro producto quiere que esas personas que tienen esas ganas de ir a los eventos deportivos más importantes, cumplan sus sueños, además de encargarnos de regalarle una experiencia única la cual también puede ser utilizada como terapia, dando cumplimiento a algún tipo de ocio. La idea de negocio que hemos elegido puede cubrir la necesidad de asistir a juegos olímpicos, mundiales de futbol, juegos de baloncesto, tenis, y demás eventos deportivos importantes sin importar el lugar de origen.

### 1.5.2. Usuarios

Nuestra empresa abarcara dos tipos de usuarios: nuestros clientes serán las personas de clase media y alta y si hay personas que un pueden cubrir estos gastos, en este caso será el banco nuestro segundo cliente, ya que por medio de él, el cliente podrá adquirir. Nuestra idea de negocio está

 <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>
---	---	---

enfocada en la persona amante del deporte que por falta de oportunidad no ha podido cumplir su sueño de asistir a un encuentro deportivo de su equipo favorito o incluso tener la posibilidad de conocer a su jugador favorito.

### **1.5.3. Presentación**

Nuestra agencia, contará principalmente con una planta física la cual se diferenciara por ser un museo pequeño con distintos ambientes deportivos, con los deportes de mayor relevancia, los cuales serían: Fútbol, Baloncesto y Béisbol, de fácil acceso para nuestros clientes, además, utilizaremos nuestra plataforma digital para cumplir con las necesidades de las personas que estén fuera de la ciudad asesorándolos y brindándoles un servicio de calidad. Contaremos con un gran equipo de logística y así poder ser una agencia innovadora en el mundo deportivo, ya que nuestro producto tiene como finalidad posicionarse a principalmente a nivel local, luego nacional y más adelante a nivel internacional.

### **1.5.4. Producto**

El servicio principal de nuestra empresa viajes por deporte. Cubriremos todo lo relacionado con hospedaje, tiquetes aéreos, tours, transporte, alimentación y entrada a cada encuentro deportivo solicitado. Además contaremos con la sección más importante de nuestro producto el cual se conoce como “Meet & Great” el cual es un espacio en el cual el cliente tiene la oportunidad de conocer el escenario deportivo y a su vez entrar al camerino con los jugadores de cada equipo, e ese espacio el cliente podrá compartir y tomarse fotos con sus jugadores favoritos antes de cada encuentro deportivo.

### **1.5.5. Sustitutos**

Como agencia o empresa encargada de cubrir todas las necesidades del cliente, en cuanto a su viaje, tendremos alternativas recorridos alrededor del destino el cual elijan, teniendo en cuenta que el

 <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>
--	---	---

énfasis será en deporte, charlas y experiencias con su deporte favorito. No obstante, se tendrá en cuenta la edad de las personas para esta actividad, por eso se contratara empresas que trabajen con todo tipo de clientes.

Estas son las competencias internacionales en las que tendremos actividades:

- Mundiales de futbol,
- Copa américa y eliminatorias de futbol
- Eurocopa
- Juegos olímpicos,
- Juegos paralímpicos
- Torneos nacionales,
- Champions y Europa League,
- ATP World Tour
- NBA
- MBL
- Liga, torneo y copa águila
- LFP
- Premier League
- Serie A
- MLS

 <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>
--	---	---

## 1.6. FUENTES DE ABASTECIMIENTO

Nuestra agencia tendría aliados estratégicos, como cooperaciones deportivas, empresas que presten servicios de indumentarias para deportes, clubs especializados en montaje de espacios deportivos, profesionales en todo tipo de actividades, relacionadas para tal fin. Hoteles, aerolíneas, empresas especializadas en transporte y demás.

<i><b>EMPRESA</b></i>	<i><b>QUE OFRECE</b></i>	<i><b>PORVEEDOR</b></i>	<i><b>PATROCINADOR</b></i>
TicketShop	Boletería para encuentros deportivos	X	X
Heineken	Cervezas	X	X
Viva air / Avianca	Tiquetes aéreos	X	
Airbnb	Alojamiento para nuestros clientes	X	
Postobón	Puntos de hidratación y refrigerios para niños	X	X
Moldtans	Transporte terrestre	X	X
FONTUR	Recursos para promoción y competitividad de la actividad		X

Tabla 6 Fuentes de abastecimiento

 <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>
---	---	---

## **1.7. PRECIOS Y COSTOS**

### **1.7.1. COMBO 1: (GENERAL)**

Incluye:

- Boletos en tribuna General
- Kit original del equipo de preferencia
- Tiquetes aéreos
- Refrigerios
- Transporte
- Hospedaje
- Bus Turístico.

El precio de este combo 1 está entre 300.000 hasta 1.500.000, por persona dependiendo del encuentro deportivo al que desee asistir.

### **1.7.2. COMBO 2: (VIP)**

Incluye:

- Meet & Great
- Kit original y autografiado del equipo de preferencia
- Boletos
- Tiquetes aéreos
- Transporte
- Hospedaje
- Refrigerios.
- Bus Turístico.

 <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>
---	---	---

El precio de este combo 2 está entre 900.000 hasta 5.000.000 por persona dependiendo del encuentro deportivo al que desee asistir.

### **1.7.3. COMBO 3: (FAMILIAR / GRUPAL)**

Incluye:

- Kit original y autografiado del equipo de preferencia
- Boletos
- Tiquetes aéreos
- Transporte
- Hospedaje
- Refrigerios.
- Bus Turístico.

El precio de este combo 3 está entre 1.200.000 hasta 15.000.000 por cada 4 personas, dependiendo del encuentro deportivo al que desee asistir.

## **1.8. ANALISIS DE DEMANDA**

En los antecedentes tenemos:

El turismo es actividad que ha tomado importancia en el país, trayendo un sin número de crecimiento aportando a la economía general del país. Esto ha generado que muchas de sus actividades se fortalezcan, y tengan el visto bueno del ministerio, para la elaboración de nuevas ideas y campos abiertos para el desarrollo de la misma.

Para el Ministerio De Industria Y Turismo, el turismo para el 2030 será la actividad más influyente en el país y seremos el país de Latinoamérica, con la actividad más influyente en todo, ya que han visto un crecimiento bastante amplio a comparación de años anteriores. El Ministerio de Comercio,

 <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>
---	---	---

Industria y Turismo reveló que el año pasado llegaron a Colombia 4,2 millones de turistas, lo que representó un alza de 7,6% en comparación con 2017. De este total, 3,1 millones correspondió a extranjeros no residentes; 790.000 a colombianos residentes en el exterior y los 380.000 restantes fueron pasajeros en cruceros internacionales. La entidad también destacó que Bogotá fue la ciudad que más recibió extranjeros no residentes, y después le siguieron Cartagena, Medellín y Cali. La ocupación hotelera, por su parte, cerró en 55,46%, la tasa más alta en la última década junto con la de 2016. ( L R LA REPUBLICA, 2019)

Estudios demuestran que el turismo deportivo va cogiendo auge en distintas partes del mundo, donde más personas se interesan por cambiar un poco su perspectiva de viajar. En los últimos meses (de mayo hacia en presente), países como España y Panamá están dando que hablar por su inmensa gestión en este turismo, y a su vez generando recursos para su país. Esto ha permitido que se posicionen como una de las actividades más influyentes en la economía del país, que no solo benefician a hoteles, sino un sin número de servicios, que cada uno de los visitantes demanda por su estancia. Servicios como transporte, recreación, restaurantes que hacen de los visitantes, puedan tener una mejor estadía.

El Ministerio concluyó resaltando el tráfico total de 37,8 millones de pasajeros en vuelos regulares y no regulares, registrando un crecimiento del 6%. ( L R LA REPUBLICA, 2019)

Teniendo en cuenta lo anterior mencionado, Colombia ha sido una gran pista de oportunidades para el desarrollo de actividades turísticas, y esto se ha visto por todo el sin número de empresas y personas en el sector, que trabajan diada para un mejor desarrollo. En Cartagena, las actividades turísticas están intensificando los trabajos para el desarrollo de la ciudad, y la puesta en marcha del mismo.

 <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>
---	---	---

Por consiguiente, podemos decir que no solo el turismo de sol y playa está trayendo crecimiento a la ciudad, sino también el turismo deportivo. Agencias de viajes ya están trabajando para que este tipo de turismo sea una actividad que influya en la economía de la ciudad y del país.

Gracias al gran auge que ha tenido el deporte en Colombia, a cerca de sus potencializadores, la UNESCO ha aportado un significativo valor al turismo deportivo en el país, dando por hecho que es un factor de crecimiento altamente ventajoso para la economía del país, dando por hecho que tiene un crecimiento importante a lo que el turismo se refiere.

Teniendo en cuenta que el sector deportivo tiene gran aceptación por parte del público, vemos como una oportunidad de negocio, realizar paquetes turísticos deportivos los cuales logren satisfacer a todos los usuarios y amantes del deporte a nivel internacional.

## **1.9. ANALISIS DE OFERTA**

A nivel mundial encontramos distintas agencias de viajes las cuales pueden ser similares a DEPORTOUR pero nos satisface saber que a nivel local actualmente no existe una agencia que se enfoque especialmente en el deporte a nivel nacional e internacional.

Gracias a que el turismo se ha desarrollado grandemente en Colombia y en Cartagena, podemos decir que, ya debemos encontrar nuevas estrategias que encaminen nuevas tendencias en la ciudad y den aporte al PIB del país.

El deporte se ha entablado, como una actividad arduamente expuesta en la ciudad, con los distintos escenarios y eventos masivos, que han traído crecimiento a la ciudad.

Por esta razón, muchas agencias de viajes ya están colocando en sus propuestas, un sin número de cartas para aportar al desarrollo como tal, y están dando competencias a las otras ciudades, como Cali. Medellín y Bogotá, en la puesta en marcha de todo.

 <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>
---	---	---

Por esta razón nuestra agencia de viajes, DEPORTOUR, se posicionara como la única agencia en la ciudad, que se enfoque en esta actividad, y que su vez ayudara al desarrollo económico de la misma.

## **2. ESTUDIO TÉCNICO**

### **2.1. DESCRIPCIÓN DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN**

La idea principal de nuestra agencia 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.

Tendremos personal capacitado para cada labor, desde el personal que recoge a los clientes en el hotel, hasta el que los lleva. Cada persona encargado o guía deberá tener un medio de comunicación personalizado con cada cliente que le corresponda recoger, así también con las personas que los estarán esperando en lugar de los hechos. Cabe resaltar, que los guías deben estar en contacto permanente con los organizadores que estarán en el lugar de encuentro (base de la agencia deportiva), donde se preparan para darles la bienvenida a todos, y que a su vez les darán el tour correspondiente.

Una vez que se encuentren todos los asistentes o posibles clientes, se organizaran de acuerdo al escenario deportivo que hayan reservado, (teniendo cuenta su nacionalidad, para la elección del líder de acompañamiento); siempre habrá alguien que los acompañe desde el inicio hasta el final del evento. Dentro del evento, tendrán interacción directa con el deporte que se esté practicando, para que la experiencia sea lo que más se lleven de la ciudad.

 <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>
--	---	---

Ya finalizando el evento, tendremos charlas constructivas con ellos, donde expondremos su punto de vista, y nuestro punto de vista de todo el tour, dejándoles por sentado, que la experiencia de lo que vieron y disfrutaron, es lo que se llevan.

El acompañamiento al hotel es indispensable, desde la llegada a la ciudad hasta la salida, y una calurosa despedida no estaría demás.

## **2.2. TAMAÑO**

Teniendo en cuenta los diferentes objetivos a realizar en la Agencia de Turismo Deportivo DEPORTOUR S.A.S, se debe contar con un espacio que permita desarrollar dichas actividades de la manera correspondiente.

De acuerdo a lo anterior expuesto es necesario contar con una unidad física la cual será dividida en distintos ambientes deportivos.

Además, es de importancia contar con una página web y de esta manera, a través de promoción y publicidad con el buen manejo de las tics, expandirnos a principalmente a nivel nacional y una vez cumplidas todas nuestras expectativas dirigirnos al público internacional.

### **2.2.1. TAMAÑO FÍSICO.**

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta realizada para nuestro estudio de mercado se pudo identificar la importancia que tiene para el turista local conocer sobre el deporte en general, por ende, además de ofrecer nuestros combos turísticos deportivos le damos la oportunidad al cliente por medio de nuestra planta física conocer sobre la historia de su deporte favorito y su jugador favorito por medio de salas interactivas en los diferentes ambientes deportivos, con ayuda de la tecnología y la maquinaria necesaria para cumplir con la necesidad de nuestro cliente.

Nuestra planta física tendrá 3 ambientes deportivos los cuales son: Fútbol, Béisbol y Baloncesto, cada uno con capacidad de 30 personas.

 <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>
--	---	---

Para que el funcionamiento de nuestro local sea confortable y de calidad para el cliente debe contar con un área máxima de 120 m<sub>2</sub> por piso, ya que dicho local debe tener 4 plantas, las cuales en el 1er piso estará ubicada la recepción y el primer ambiente deportivo de Béisbol, en el 2do piso se ubicara el segundo ambiente deportivo de Futbol, el 3er piso tendrá lugar para el tercer ambiente deportivo de Baloncesto, y en el 4to piso tendremos nuestras oficinas del área administrativa, operativa y comercial. A continuación los planos de nuestra planta física de 120 m<sub>2</sub> por piso:

**2.2.1.1. PLANO: PRIMER PISO**

Plano: Piso N1

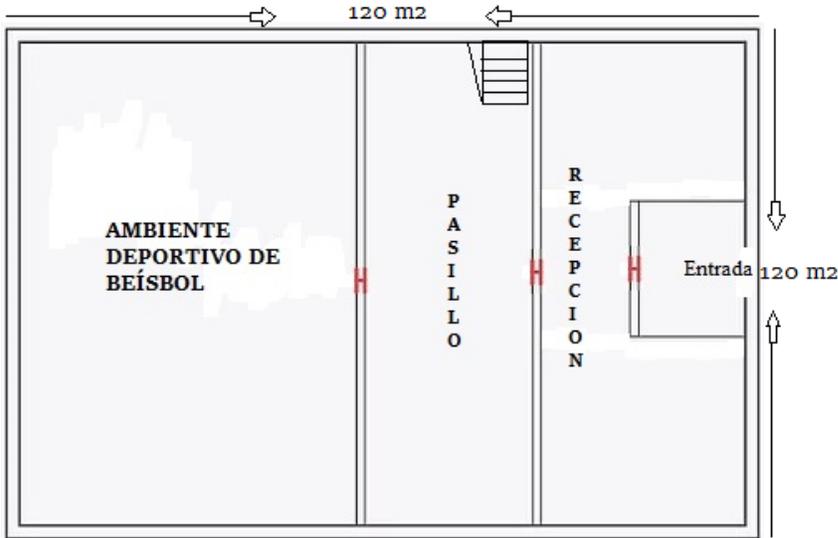


Ilustración 1 Plano: Piso N1



### 2.2.1.2. PLANO: SEGUNDO PISO



Ilustración 2 Plano: Piso N2

### 2.2.1.3. PLANO: TERCER PISO

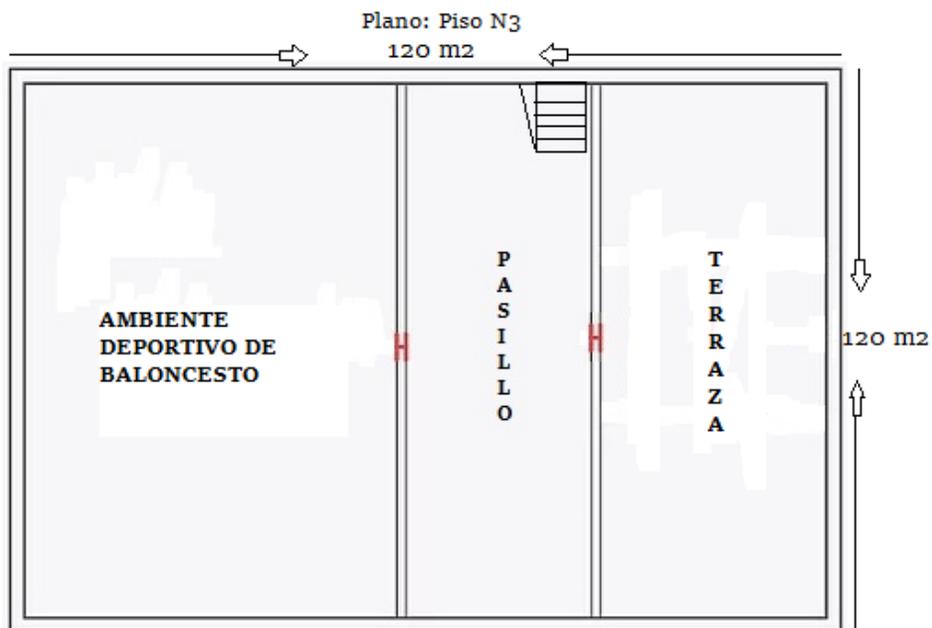


Ilustración 3 Plano: Piso N3

 <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>
--	---	---

#### 2.2.1.4. PLANO: CUARTO PISO

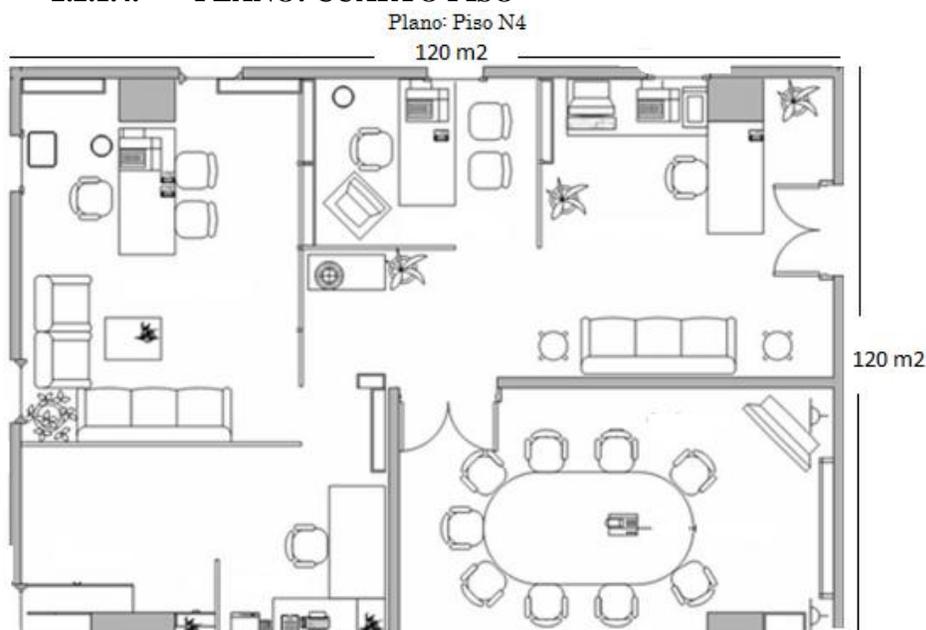


Ilustración 4 Plano: Piso N4 – OFICINAS

### 2.3. NECESIDADES DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Nuestra planta física estará ubicada en el barrio Bocagrande de la ciudad de Cartagena de indias, con un servicio de logística excepcional, el cual estará conformado por personas profesionales en la rama deportiva.

DEPORTOUR S.A.S. estará conformada por:

- **Museo:** Lugar donde se exhiben objetos, trofeos, fotografías, instrumentos deportivos, recolectando la memoria colectiva del presente y el futuro, las historias más importantes que enaltecieron a sus protagonistas y por ende, son la construcción y estimulantes de orgullo del deporte a nivel mundial.
- **Personal o trabajadores:** Conjunto de personas capacitadas y profesionales que tiene un tipo de cargo, y se encargan de que nuestra planta física ejecute sus acciones de la manera

 <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>
--	---	---

exitosa posible y de esa manera promocionar nuestros eventos mas recientes e importantes para asi lograr cautivar a nuestros clientes con nuestros productos.

- **Fuentes de información:** Aquellas instituciones o personas que brindan información para la unidad de información, en este caso fotográfico, periódicos con las noticias más relevantes, trofeos, instrumentos deportivos.
- **Objetos:** Hace referencia a las fotografías, trofeos, libros, videos, elementos deportivos que se encuentren en cada ambiente deportivo.
- **Salas interactivas:** Se refiere a las salas o ambientes encontrados en nuestra agencia deportiva, las cuales estarán equipadas con replicas construidas para el uso de nuestros clientes en su ambiente deportivo de interés, estas salas estarán disponibles siempre antes de cada salida a eventos programados por nuestra agencia.
- **Usuarios o visitantes:** Personas interesadas en nuestros servicios que acceden a la agencia por información y/o compra de nuestro producto.

## 2.4. 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 mencionado, dado que nuestra idea se basa en servicio y atención permanente al cliente, nuestra planta física tendrá tres ambientes deportivos (Primer piso: béisbol; Segundo piso: futbol; Tercer piso; baloncesto; Cuarto piso oficinas). Cada uno de los ambientes deportivos contara con espacios interactivos en los cuales los clientes tendrán contacto con libros, trofeos, uniformes completos, revistas, etc...

### 2.4.1. INSUMOS GENERALES

En este primer piso, se instalará una recepción para poder atender las necesidades primarias de los clientes, teniendo cuenta su necesidad; recibirlos con hospitalidad y comenzar el recorrido allí, por lo cual se necesitaran los siguientes insumos:

 <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>
--	---	---

INSUMOS	PRESENTACIÓN	PROVEEDOR	CANTIDAD
Papeles	Resma caja x10 tamaño carta	Lasus	3
Carpetas A-Z	Tamaño carta	Lasus	10
Escritorio	Madera 170x145x75	Homecenter	2
Sillas	Tandem Butterfly 3 puestos	Lasus	2
Computador	315-53g 5018-es acer	Compulago	1
Silla de escritorio	Gerencial base nylon	Lasus	2
Impresora	Laser HP Jet Pro	Compulago	2
Caja registradora	Alfanumérico Casio pcr T280	Éxito	2
Lapiceros	Kilométrico	Lasus	100
Grapadora	Frank 340	Lasus	4
Cinta adhesiva	48x100	Lasus	4
Canecas	20 litros en acero	Homecenter	3

#### 2.4.2. AMBIENTE DEPORTIVO – BEISBOL

Insumos	Presentación	Proveedor	Cantidad
Bates para Béisbol	Set por dos	❖ Almacenes saeta	9
Manillas ( guantes )	Set por dos	❖ Almacenes saeta	9
Pelotas para Baseball	Set por cuatro	❖ Almacenes saeta	5
Uniformes de béisbol	Uniformes completos	❖ Vera Lima	5



Trofeos	Cada una de las ligas	❖ Almacenes saeta	5
Revistas/ periódicos	Deportivas	❖ Prensa Deportiva	10
Dispensadores	Bebidas y snack	❖ Homecenter	1
Bancas y sillas	Set de dos	❖ Homecenter	5
Televisores proyectores	Unidad	❖ Homecenter	1

### 2.4.3. AMBIENTE DEPORTIVO - FUTBOL

<b>Insumos</b>	<b>Presentación</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Cantidad</b>
Balones	Set por dos	❖ Almacenes saetas	4
Porterías	Set por dos	❖ Almacenes saetas	2
Uniformes de futbol	Uniformes completos	❖ Vera Lima	5
Trofeos	Cada una de las ligas	❖ Almacenes saetas	5
Revistas/ periódicos	Deportivos	❖ Prensa Deportiva	10
Dispensadores	Bebidas y snack	❖ Homecenter	1
Bancas y sillas	Set de dos	❖ Homecenter	5
Televisores proyectores	Unidad	❖ Homecenter	1

 <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>
--	---	---

#### 2.4.4. AMBIENTE DEPORTIVO – BALONCESTO

Insumos	Presentación	Proveedor	Cantidad
Balones	Set por dos	❖ Almacenes saeta	4
Cestas	Set por dos	❖ Almacenes saeta	2
Uniformes de baloncesto	Uniformes completos	❖ Vera Lima	5
Trofeos	Cada una de las ligas	❖ Almacenes saeta	5
Revistas/periódicos	Deportivas	❖ Prensa Deportiva	10
Dispensadores	Bebidas y snack	❖ Homecenter	1
Bancas y sillas	Set de dos	❖ Homecenter	5
Televisores proyectores	Unidad	❖ Homecenter	1

#### 2.5. 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 y la norma técnica sectorial de turismo sostenible 002.

#### 2.6. NECESIDADES DE FABRICACIÓN DE TERCEROS

Dentro de la organización del evento, necesitaremos:

- Personal capacitado( bilingües)
- Agencias promotoras de transportes
- Hotel en capacidad de....

 <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>
--	---	---

- Empresas de alimentos
- Empresas manufactureras
- Tecnologías (cámaras, celulares)

### **3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

Para el desarrollo de la creación de esta empresa enfocada en el turismo deportivo es importante conocer los procedimientos para constituir la empresa, al igual que los perfiles y cargos necesarios para la realización de las actividades propuestas en la agencia de viajes de turismo deportivo.

#### **3.1. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

Se definió que la agencia de viajes enfocada al turismo deportivo sea una Sociedad por acciones simplificada (S.A.S) por tener las siguientes ventajas; no tiene un límite mínimo ni máximo de socios; lo que ofrece garantías al inversionista para su patrimonio por fuera del proyecto, ya que no se ve involucrado en compromisos legales tributarios de la agencia anterior mencionada.

Una sociedad por acciones simplificada (S.A.S) tiene la obligación de elaborar el reglamento de emisión de acciones, las cuales están reguladas por la ley 1258 del 2008. Tiene libertad estatutaria, siempre y cuando no vayan en contra de leyes superiores, y de igual manera no está obligada a tener revisor fiscal.

#### **3.2. RAZÓN SOCIAL, LOGOTIPO Y SLOGAN**

##### **3.2.1. RAZÓN SOCIAL**

La razón social es el nombre por el cual es conocida una compañía, es el atributo legal que se muestra en la escritura o documento de constitución que permite identificar a una persona jurídica y demostrar su constitución legal, además de que proporcionara el reconocimiento de parte del cliente

 <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>
---	---	---

hacia la empresa. El nombre que se tomara la agencia de turismo deportivo es: DEPORTOUR S.A.S. el cuál es la combinación de las palabras Deportes – Tour.

### **3.2.2. LOGOTIPO**

Un logotipo es el diseño gráfico que se usa para representar la marca y el nombre de dicho producto, por lo general, es utilizado para que las empresas y organizaciones sean fácilmente identificadas y rápidamente reconocidas.



### **3.2.3. SLOGAN**

Es una frase corta y puntual que apoya una marca, generalmente resaltando alguna característica que está presente; el slogan de DEPORTOUR S.A.S será: “Vive el deporte a tu manera”, esta frase pretende resaltar la experiencia que puede llegar a tener el cliente al elegir nuestro servicio.

## **3.3. POLITICA DE LA EMPRESA**

Establecer un sistema de gestión de calidad el cual nos permita mejorar continuamente, con el fin de satisfacer de manera oportuna las necesidades de cada uno de nuestros clientes, esto nos compromete con prestar un servicio excelente en cuanto a la experiencia que se quiere brindar al cliente dentro de nuestra agencia de viajes enfocada al turismo deportivo, con la finalidad de ser competitivos en el mercado turístico con calidad y ofreciendo un ambiente de confianza que garantice el crecimiento de nuestra agencia y de cada uno de los integrantes de dicha agencia.

## **3.4. VISION**

DEPORTOUR S.A.S tiene como Visión para el 2022 ser la empresa con mayor reconocimiento y posicionamiento a nivel internacional, contando con un equipo de trabajo de alta calidad, ofreciendo

 <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>
---	---	---

un excelente servicio al cliente y manteniendo la calidad turística para satisfacer las necesidades de todos nuestros clientes, respetando la sostenibilidad de la actividad como tal, aportando desarrollo económico a la ciudad y al país, teniendo la gran responsabilidad de mantener el orden en todas sus bases, tomando como referencia la calidad y el compromiso que se debe tener en esta.

### **3.5. MISIÓN**

Proporcionar la mejor experiencia en cada escenario deportivo, con un servicio de calidad para todos nuestros clientes a nivel internacional, el cual nos identifique y nos diferencie de las empresas con el mismo objetivo. Brindar a cada visitante o cliente, la satisfacción de una actividad incluyente, que genere compromiso y responsabilidad con todo lo que compete a la actividad.

Trabajar arduamente para el desarrollo de todo lo que se necesite para la elaboración de los diferentes escenarios, teniendo sentido de pertenencia, responsabilidad y compromiso con cada una de las partes de esta.

### **3.6. OBJETIVOS ESTRATEGICOS**

Los objetivos estratégicos de nuestra agencia de turismo deportivo DEPORTOUR S.A.S son:

- Optimizar los recursos financieros, administrativos y de talento humano de la empresa en busca de alternativas que resulten beneficiosas a fin de recuperar, en máximo 5 años, la inversión realizada.
- Aumentar el número de clientes satisfechos con cada evento deportivo que se realice a nivel internacional.
- Mantener al talento humano en constantes capacitaciones, actualizaciones con el fin de crear un óptimo ambiente laboral.

 <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>
---	---	---

### **3.7. PRINCIPIOS**

Se han planteado los siguientes principios:

#### **3.7.1. RESPONSABILIDAD**

Es uno de los principios más importantes de ña agencia, puesta que esto implica el compromiso que se adquiere tanto como los proveedores como con los clientes, a fin de cumplir los pedidos en los tiempos y según los cronogramas establecidos en cada evento deportivo.

#### **3.7.2. RESPETO**

Todos los clientes internos de la empresa deben respetarse mutuamente independientemente de su raza, religión y razón social, con el fin de promover un excelente clima laboral.

#### **3.7.3. INTEGRIDAD**

Nuestros clientes internos deben ser personas integras con valores de transparencia y honestidad en el desarrollo de sus labores diarias.

#### **3.7.4. PUNTUALIDAD**

Nuestros trabajadores deber ser puntuales al momento de cumplir con alguna cita o evento programado, principalmente los acuerdos previos con nuestros clientes.

### **3.8. VALORES**

Los valores van de la mano con los principios y son enriquecidos día a día por cada una de las personas que laboran dentro de una organización.

#### **3.8.1. HONESTIDAD**

Realizar todas y cada una de las actividades y compromisos de la empresa con total transparencia y responsabilidad en cada actividad que se presente.

 <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>
---	---	---

### **3.8.2. PROFESIONALISMO**

Demostrar cualidades y amor a trabajo en cada una de las actividades y responsabilidades asignadas.

### **3.8.3. ETICA**

Los trabajadores deberán desempeñar todas sus actividades, con un trato respetuoso tanto con sus compañeros de trabajo como con los clientes, dentro de los lineamientos establecidos por la empresa.

## **3.9. FUNCIONES DE LOS MIEMBROS DE LA EMPRESA**

Para llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos del proyecto, por ende, es necesario definir claramente las funciones específicas que deberán cumplir los miembros de la empresa así:

### **3.9.1. JUNTA GENERAL DE SOCIOS**

- Conocer, para aprobar o reprobar, el informe de la gerencia sobre las actividades desarrolladas por la agencia.
- Dictar y reformar los reglamentos que requiera la agencia para su normal funcionamiento, teniendo en cuenta los estatutos.
- Determinar las necesidades para la compra de materia prima, inversión y decisiones financieras generales que lleven un beneficio común dentro de la agencia.
- Hacer constar en el libro de actas todas las reuniones, acuerdos, resoluciones y demás trabajos de la junta de socios, el cual debe firmar el presidente de la junta.

 <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>
---	---	---

### **3.9.2. GERENTE GENERAL**

- Control de todas las áreas del establecimiento.
- Regulación de costos y gastos
- Estudios financieros del establecimiento
- Representante legal del establecimiento
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.

### **3.9.3. ADMINISTRADOR**

- Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar las actividades técnicas, administrativas y financieras de la empresa.
- Determinar las necesidades y ordenar la compra para el equipo de construcción e insumos de los diferentes ambientes deportivos de la sede principal de la agencia.
- Seleccionar y contratar personal.
- Representar a la empresa ante el gobierno, y demás entidades que se requieran.
- Revisar informes y balances contables.
- Promover eventos de capacitación para el cliente interno de la agencia.

### **3.9.4. VENDEDORES**

- Visitar a los hoteles y demás empresas para mostrar el portafolio de servicios y experiencias.
- Identificar y solucionar problemas de los clientes.
- Asesorar a los clientes sobre cada evento deportivo de interés.

 <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>
---	---	---

### **3.9.5. MANAGER**

- Buscar empresas que quieran asociarse con nuestra agencia
- Conseguir contratos con los diferentes equipos deportivos con el fin de facilitar cada visita a su escenario deportivo.

### **3.9.6. PUBLICISTA**

- Difundir por medio de las redes sociales el trabajo que realiza nuestra agencia de turismo deportivo.
- Diseñar folletos e imágenes y compartirla por medio de nuestra página web.
- Mantener activas las relaciones públicas.

### **3.9.7. LOGÍSTICA**

- Realizar acompañamientos a cada evento deportivo programado.
- Guiar a cada uno de los clientes en los eventos deportivos.
- Cerciorarse de que todo se lleve a cabo tal cual como estaba planificado.

### **3.9.8. OFICIOS VARIOS**

- Mantener de manera adecuada cada ambiente deportivo de la agencia.
- Limpiar correctamente las zonas con mayor movimiento de clientes.

## **3.10. CONTRATACIONES**

El personal de la empresa será vinculado a la empresa por medio de contrato laboral indefinido, el cual tiene una connotación específica que es cumplir con unas asignaciones con derecho a una retribución. Estos colaboradores serían: En la parte comercial, estarían las personas de publicidad, manager y los vendedores. En la parte operativa, estarían las personas que se encargarán de la logística y los que estarán de staff.

 <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>
---	---	---

### **3.10.1. Características de un contrato de trabajo**

- Su naturaleza es de contenido laboral.
- El trabajo debe ser realizado por una persona natural y de forma personal.
- La realización de la actividad se realizara mediante el constante control del empleador.
- Debe cumplir un horario establecido por el empleador.

### **3.10.2. Salud**

La cotizaciones corresponden al 12.5 % de salario mensual de cada trabajador, distribuido en un 4% aportado por el trabajador y un 8.5 %, por el empleador.

### **3.10.3. Pensión**

Esta, corresponde al 16% del salario mensual de cada trabajador, en donde el 4% debe ser aportando por el trabajador y el 12% por el empleador.

### **3.10.4. Prestaciones sociales**

Son los pagos adicionales que se le harán al salario (Cesantías, intereses de cesantías, primas de servicios, vacaciones, etc.); las cuales solo están fijadas dentro de un contrato de trabajo, nunca de un contrato de prestación de servicio.

Cuando se fija un contrato de trabajo a término indefinido (sino se ha pactado un salario integral) la persona recibe por ley:

*12 sueldos anuales*

Prima de servicio (un sueldo más dividido en dos pagos, uno en junio y otro en diciembre). Algunas empresas otorgan al empleado primas extralegales.

 <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>
--	---	---

### **3.10.5. Cesantías**

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

### **3.10.6. Intereses de cesantías**

Corresponden al 12% de las cesantías y se consignan en la cuenta personal del empleado, en enero.

### **3.10.7. Vacaciones**

Un descanso remunerado de 15 días hábiles al cumplir un año de servicio. Algunas remuneran una prima extra de vacaciones, pero no están obligadas a hacerlo.

### **3.10.8. Prestaciones sociales**

- Dentro de esta también encontramos las afiliaciones a las distintas empresas sociales.
- Afiliación a EPS.
- Afiliación a riesgos profesionales.
- Afiliación a caja de compensación familiar.

### **3.10.9. Otros**

Si el empleado devenga dos salarios mínimos, tiene derecho a dotaciones tres veces al año.

Si el empleado muere, la empresa tiene la obligación de pagar una suma igual al último mes de salario por pagos de entierro.

En caso que se presente una incapacidad, debe ser remunerada, al igual que la licencia de maternidad.

 <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>
--	---	---

### 3.10.10. 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.

El salario a pagar a esto empleado estaría entre, el salario mínimo legal vigente del año y \$1.300.000. Esto está sujeto a cambio

<b>Empleados</b>	<b>Pago por Contrato laboral (SMMLV)</b>	<b>Pago por Contrato de prestación de servicio</b>
Gerente General	\$3.312.464	n/a
Administrador	\$2.484.348	n/a
Publicistas	\$1.656.232	n/a
Managers	\$1.656.232	n/a
Vendedores	828,116.00 + 0,5 % (Comisiones)	n/a
Logística	828,116.00	n/a
Oficios varios	828,116.00	n/a

Tabla 7 Gastos de Contratación del Personal

### 3.11. ORGANIGRAMA

La estructura administrativa de DEPORTOUR S.A.S estará representada a través del organigrama estructural, el cual se divide por departamentos, niveles autoritarios y líneas de mando.

Esta agencia se constituirá mediante dos departamentos definidos estratégicamente, de acuerdo a cada necesidad del negocio, es importante mencionar que esas dos áreas definidas como área comercial y operativa se encuentran directamente reguladas por la administración.

**3.11.1. Área comercial:** Estará conformada por: vendedores, publicista, manager.

**3.11.2. Área operativa:** Estará conformada por: logística, oficios varios.

La administración deberá presentar los respectivos informes a la junta general de socios, los mismos que son la máxima autoridad de la agencia.

### 3.11.3. ILUSTRACION DE ORGANIGRAMA



Ilustración 5 Organigrama de la Agencia DEPORTOUR

## 4. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene como objetivo identificar mediante un análisis de costo-beneficio si el proyecto de creación de empresa DEPORTOUR S.A.S. genera o no lo deseado en el periodo de tiempo definido para tomar la decisión de montar la agencia.

Las premisas más importantes para el análisis financiero del proyecto son:

El análisis se realizó con precios constantes.

### 4.1. INVERSIONES.

Para calcular el precio en la compra de equipos se realizaron varias cotizaciones en el mercado y a partir de ellas se tomaron los precios más favorables para la constitución de la agencia.

Para seleccionar la cantidad de equipos a comprar se tomó como referencia la cantidad de equipos necesarios para la construcción de un museo deportivo. Se compró un 2% de dichos equipos para tener en stock caso sea necesario algún recambio o sustitución de equipo por falla o mantenimiento.

#### 4.1.1 INVERSION EN OBRAS FISICAS

<b>INVERSION</b>			
<b>OBRAS FISICAS</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>VALOR</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Construccion de Planta Fisica	250.000.000	1	250.000.000
Contruccion de Oficinas	3.350.000	1	3.350.000
Ambiente Deportivo de Beisbol	4.200.000	1	4.200.000
Ambiente Deportivo de Futbol	4.380.000	1	4.380.000
Ambiente Deportivo de Baloncesto	4.100.000	1	4.100.000
<b>TOTAL OBRAS FISICAS</b>			<b>266.030.000</b>

Tabla 8 Inversión: OBRAS FISICAS

 <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>
--	---	---

#### 4.1.2. INVERSION EN EQUIPOS

INVERSION EN EQUIPOS			
NOMBRE	VALOR	UNIDADES	VALOR TOTAL
Computadores	1.600.000	5	8.000.000
Dispensadores de Agua	473.900	4	1.895.600
Televisores	899.900	4	3.599.600
Iluminacion LED con Sensor de Movimiento	35.990	31	1.115.690
Impresora Multifuncional Epson	399.900	2	799.800
Extintores Polvo Quimico Multiproposito (ABC)	45.500	4	182.000
Aire Acondicionado Centralizado	7.000.000	2	14.000.000
<b>TOTAL INVERSION EN EQUIPOS</b>			<b>29.592.690</b>

Tabla 9 Inversión: EQUIPOS

#### 4.1.3. INVERSION EN INSUMOS Y SUMINISTROS

INVERSION EN INSUMOS Y SUMINISTROS			
NOMBRE	VALOR	UNIDADES	VALOR TOTAL
Caja de Resma x 10	82.334	3	247.002
Carpetas A-Z	4.740	10	47.400
Escritorio	699.900	2	1.399.800
Caja Registradora	589.900	2	1.179.800
Silla de Escritorio	235.000	2	470.000
Cajas de Lapicero x 12	6.600	10	66.000
Cinta Adhesiva	3.900	4	15.600
Caneca	59.900	8	479.200
Grapadora	19.267	5	96.335
Bate de Beisbol	30.000	5	150.000
Manilla - Guante	30.000	9	270.000
Pelota de Baseball	40.000	5	200.000
Uniforme de Beisbol	160.000	5	800.000
Trofeos (Beisbol, Futbol, Baloncesto)	45.000	15	675.000
Revistas / Periodicos	3.500	30	105.000
Dispensadores	400.000	3	1.200.000
Bancas y Sillas	55.000	5	275.000
Balones de Futbol	52.300	4	209.200
Porterías	150.000	2	300.000
Uniforme de Futbol	150.000	5	750.000
Balones de Baloncesto	30.000	4	120.000
Cestas	85.000	2	170.000
Uniformes de Baloncestos	160.000	5	800.000
<b>TOTAL INVERSION EN INSUMOS Y SUMINISTROS</b>			<b>10.025.337</b>

Tabla 10 Inversión: INSUMOS Y SUMINISTROS

 <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>
--	---	---

#### 4.1.4. INVERSIÓN EN OTROS

OTROS			
NOMBRE	VALOR	UNIDADES	VALOR TOTAL
Constitucion de Sociedad	2.000.000	1	2.000.000
Publicidad	1.500.000	1	1.500.000
<b>TOTAL OTROS</b>			<b>3.500.000</b>

Tabla 11 Inversión: OTROS

#### 4.1.5. TOTAL DE INVERSIONES

TOTAL DE INVERSIONES			
INVERSION	VALOR	UNIDADES	VALOR TOTAL
OBRAS FISICAS	16.030.000	1	266.030.000
EQUIPOS	29.592.690	1	29.592.690
INSUMOS Y SUMINISTROS	10.025.337	1	10.025.337
OTROS	3.500.000	1	3.500.000
<b>TOTAL DE INVERSIONES</b>			<b>309.148.027</b>

Tabla 12 Total de Inversiones

Fuente: Autores del proyecto

## 4.2 COSTOS Y GASTOS

### 4.2.1. CONTRATACIÓN DE PERSONAL

GASTOS DEL PERSONAL												
DESCRIPCION	HORAS LABORALES POR MES	BASICO MENSUA	DEVENGADO MENSUA	CESANTIAS	INT. CESANTIAS	PRIMA	VACACIONES	SUBTOTAL	PENSION	ARP	SUBTOTAL	VALOR TOTAL
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>				8,33%	1%	8,33%	4,17%	21,84%	12,00%	0,52%	12,01%	
Gerente General	240	3.312.464	3.312.464	276.027	33.124	276.027	138.129	723.307	397.495	17.115	414.610	4.450.381
Administrador	240	2.484.348	2.484.348	206.946	24.843	206.946	103.597	542.332	298.121	12.968	311.089	3.337.769
<b>SUBTOTAL</b>		<b>5.796.812</b>	<b>5.796.812</b>	<b>482.973</b>	<b>57.967</b>	<b>482.973</b>	<b>241.726</b>	<b>1.265.639</b>	<b>695.616</b>	<b>30.083</b>	<b>725.699</b>	<b>7.788.150</b>
<b>PERSONAL TECNICO</b>												
Manager	240	1.656.232	1.656.232	137.964	16.562	137.964	69.064	361.554	198.747	8.496	207.243	2.225.029
Publicista	240	1.656.232	1.656.232	137.964	16.562	137.964	69.064	361.554	198.747	8.496	207.243	2.225.029
Vendedor	240	828.116 + 0,5 %	828.116	68.982	8.281	68.116	34.529	179.908	96.013	7.322	103.335	1.111.359
Logistica	240	828.116	828.116	68.982	8.281	68.116	34.529	179.908	96.013	7.322	103.335	1.111.359
Oficios Varios	240	828.116	828.116	68.982	8.281	68.116	34.529	179.908	96.013	7.322	103.335	1.111.359
<b>SUBTOTAL</b>				<b>482.874</b>	<b>57.967</b>	<b>480.276</b>	<b>241.715</b>	<b>1.262.832</b>	<b>685.533</b>	<b>38.958</b>	<b>724.491</b>	<b>7.784.135</b>
<b>TOTAL POR MES</b>												<b>15.572.285</b>
<b>TOTAL POR AÑO</b>												<b>186.867.420</b>

Tabla 13 Gastos por Contratación de Personal

 <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>
--	---	---

#### 4.2.2. SALARIO / NOMINA

SALARIO (SMMLV)			
NOMBRE	VALOR	UNIDADES	VALOR TOTAL
Gerente General	828.116	4	3.312.464
Administrador	828.116	3	2.484.348
Manager	828.116	2	1.656.232
Publicista	828.116	2	1.656.232
Vendedor	828.116	1	828.116
Logistica	828.116	1	828.116
Oficios Varios	828.116	1	828.116
<b>TOTAL</b>			<b>11.593.624</b>

Tabla 14 Salario (SMMLV)

#### 4.2.2. SERVICIOS PUBLICOS

SERVICIOS PUBLICOS			
SERVICIO	MES	UNIDADES	AÑO
Agua Potable	543.000	12	6.516.000
Luz	3.335.897	12	40.030.764
Gas	828.116	12	9.937.392
<b>TOTAL</b>	<b>4.707.013</b>		<b>56.484.156</b>

Tabla 15 Gastos por Servicios Públicos

#### 4.2.3. SERVICIOS GENERALES

SERVICIOS GENERALES			
SERVICIO	MES	UNIDADES	AÑO
Papeleria	33.333	12	400.000
Utiles e Aseo	54.167	12	650.000
Elementos de Proteccion	67.917	12	815.000
<b>TOTAL</b>	<b>155.417</b>		<b>1.865.000</b>

### 4.3. INGRESOS

INGRESOS				
PRODUCTO	N° VENTAS X MES	VALOR UNITARIO	TOTAL VENTAS X MES	TOTAL ANUAL
COMBO 1 (GENERAL)	8	650.000	5.200.000	62.400.000
COMBO 2 (VIP)	17	1.100.000	18.700.000	224.400.000
COMBO 3 (GRUPAL O FAMILIAR)	6	5.650.000	33.900.000	406.800.000
<b>TOTAL</b>				<b>693.600.000</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>
--	---	---

#### 4.4. ESTADO DE RESULTADOS

PRIMER AÑO			
CONCEPTO	VALOR	UNIDADES	VALOR TOTAL
INGRESO ANUAL	693.600.000	1	693.600.000
COSTOS Y GASTOS ANUALES	245.216.580	1	245.216.580
INVERSION TOTAL	309.148.027	1	309.148.027
<b>TOTAL</b>			<b>139.235.393</b>

SEGUNDO AÑO			
CONCEPTO	VALOR	UNIDADES	VALOR TOTAL
INGRESO ANUAL	693.600.000	1	693.600.000
COSTOS Y GASTOS ANUALES	245.216.580	1	245.216.580
MANTENIMIENTO Y/O CAMBIOS	100.000.000	1	100.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>348.383.420</b>

 <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>
--	---	---

## **BIBLIOGRAFIA**

- <https://www.dane.gov.co>
- <https://www.eldeportivo.com.co>
- <https://www.as.com>
- <https://www.biblored.gov.co> › bibliotecas › biblioteca-publica-del-deporte
- <https://www.coldeportes.gov.co> › coldeportes › biblioteca\_deportiva\_1051
- <https://www.libreriadeportiva.com>
- <https://forbes.es> › listas › las-10-agencias-deportivas-mas-valiosas-del-mundo