



Estudio de factibilidad para la creación de la Agencia Los Patios Tours

Diana Mercedes Cacua Gómez

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Santanderes

Sede Cúcuta (Nortde de Santander)

Programa Administración de Empresas

noviembre de 2021



Estudio de factibilidad para la creación de la Agencia Los Patios Tours

Diana Mercedes Cagua Gómez ID:557091

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de
Empresas

Asesor(a)

Carlos Alberto Pacheco Sánchez

Magister en Dirección Estratégica

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Santanderes

Sede Cúcuta (Norte de Santander)

Programa Administración de Empresas

noviembre de 2021

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado principalmente a Dios por permitirme culminar la carrera de Administración de Empresas la cual desarrolle con mucho esfuerzo, disciplina y dedicación, en segundo lugar, le quiero dedicar este proyecto a mi familia la cual siempre me apoya en mis emprendimientos, decisiones y siempre con el propósito de mejorar nuestra calidad de vida.

Diana Mercedes Cagua Gómez

Agradecimientos

Agradezco a Dios en primer lugar que es el centro de mi vida, a la Corporación Universitaria Minuto de Dios por contar con excelentes docentes los cuales transmitieron su conocimiento con ética, equidad y profesionalismo y a mi familia la cual fue mi motivación para cumplir este sueño y alcanzarlo con éxito.

Diana Mercedes Cacia Gómez

Índice

Lista de tablas	8
Lista de figuras	10
Resumen	11
Abstract.....	12
Introducción.....	13
Capítulo I. Estudio de factibilidad para la creación de la Agencia los Patios Tours	14
1.1 Objetivo General	14
1.2 Objetivos Específicos.....	14
1.3 Justificación.....	15
1.4 Antecedentes	16
1.4.1 Estudio de competitividad del sector turismo	16
1.4.2 Turismo Rural Comunitario.....	17
1.4.3 El ecoturismo en Colombia	17
1.4.4 Política turística.....	18
1.5 Conceptos de negocios	18
1.5.1 Planteamiento de la oportunidad de negocio	18
1.5.2 Descripción del servicio	19
1.5.3 Modelos Business Canvas	22
1.6 Alcances y limitaciones	25
2 Plan Estratégico.....	26
2.1 Misión	26
2.2 Visión.....	26
2.3 Valores Corporativos.....	26
2.4 Análisis del Entorno	27
2.4.1 Análisis de PESTEL	27

2.4.2	Diamante de Porter.....	28
3	Estudio de mercado	29
3.1	Mercado Potencial	29
3.2	Segmentación del mercado	29
3.2.1	Tipo de investigación	29
3.2.2	Población.....	29
3.2.3	Muestra.....	29
3.2.4	Instrumento	30
3.2.5	Resultado de investigación de mercados	30
3.3	Necesidades que se esperan satisfacer	35
3.4	Análisis de Competencia	35
3.4.1	Directa e indirecta y productos sustitutos.....	35
4	Marketing MIX	37
4.1	Estrategia de producto o servicio	37
4.2	Estrategia de distribución	37
4.3	Estrategia de precio	38
4.4	Estrategia de comunicación y promoción.....	38
4.5	Ventaja competitiva.....	39
5	Estudio técnico u operación.....	40
5.1	Ubicación Agencia Los Patios Tours.....	40
5.1.1	Ficha técnica del producto o servicio de la Agencia Los Patios Tour.....	41
5.2	Diagrama de flujo de producción o servicio	52
5.3	Mapa de Procesos.....	53
5.4	Capacidad instalada	53
5.5	Diseño de planta	54
5.6	Recursos necesarios para operación óptima	54
6	Estructura Organizacional.....	55
6.1	Organigrama y perfiles.....	55
6.2	Cargos y funciones	56
6.3	Constitución empresa y aspectos legales	64
6.3.1	Normatividad empresarial	64
6.3.2	Normatividad Laboral	64

6.3.3	Registro De Marca.....	65
6.3.4	Clasificación del CIU	65
6.3.5	Gastos de puesta en marcha.....	66
7	Análisis financiero	67
7.1	Proyección de ventas	67
7.1.1	Tamaño del mercado	67
7.1.2	Tabla de proyección de ventas y justificación	67
7.1.3	Participación del mercado	70
7.1.4	Política de cartera	70
7.1.5	Inversión y financiación	71
7.1.6	Balance Inicial	74
7.1.7	Plan de Inversión.....	77
7.1.8	FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS.....	78
7.1.9	Estado De Resultado	78
8	Evaluación del Proyecto.....	79
8.1	VAN Y TIR	79
8.1	Impacto Económico	82
8.2	Impacto Social.....	82
9	Conclusiones	83
10	Referencias.....	85

Lista de tablas

Tabla 1. Análisis de competencia directa.....	35
Tabla 2. Análisis de competencia indirecta.....	36
Tabla 3. Paquete Turístico 1.....	41
Tabla 4. Paquete Turístico 2.....	42
Tabla 5. Paquete Turístico 3.....	43
Tabla 6. Paquete Turístico 4.....	45
Tabla 7. Paquete Turístico 5.....	46
Tabla 8. Paquete Turístico 6.....	47
Tabla 9. Paquete Turístico 7.....	49
Tabla 10. Cargos y Funciones.....	56
Tabla 11. Proyección de ventas.....	67
Tabla 12. Punto de equilibrio temporada alta	68
Tabla 13. Total de servicios en punto de equilibrio	69
Tabla 14. Punto de equilibrio temporada baja.....	69
Tabla 15. Total de servicios en punto de equilibrio	70
Tabla 16. Proyecciones de gastos.....	72
Tabla 17. Nómina de Agencia Los Patios Tour	73
Tabla 18. Balance inicial.....	74
Tabla 19. Gastos variables	75
Tabla 20. Gastos de constitución	75
Tabla 21. Diferidos.....	75
Tabla 22. Gastos de personal	76

Tabla 23. Depreciación	76
Tabla 24. Inversión inicial.....	77
Tabla 25. Flujo de caja proyectado	78
Tabla 26. Estado de resultados.....	78
Tabla 27. VAN y TIR con el 15%.....	79
Tabla 28. VAN y TIR con el 30%.....	80
Tabla 29. VAN y TIR con el 50%.....	81

Lista de figuras

Figura 1. MODELO CANVAS.....	23
Figura 2. Edad.....	30
Figura 3. Destino a nivel Nacional	31
Figura 4. Destino a nivel Local.....	31
Figura 5. Precio dispuesto a pagar	32
Figura 6. Temporadas de viaje.....	32
Figura 7. Tipo de servicios.....	33
Figura 8. Tours en el año	33
Figura 9. Medio de Información de la Agencia	34
Figura 10. Ubicación.....	34
Figura 11. Municipio de los Patios	40
Figura 12. Flujograma de Servicios Agencia Los Patios Tours.....	52
Figura 13. Mapa de procesos Agencia Los Patios Tours.....	53
Figura 14. Diseño de planta de la Agencia Los Patios Tours	54
Figura 15. Estructura Organizacional de la Agencia Los Patios Tours	55
Figura 16. Logo de la Agencia Los Patios Tours.....	65

Resumen

El departamento de Norte de Santander está conformado por diferentes municipio o sitios turísticos que son importantes para Colombia gracias a sus leyendas, historias, culturas, creencias, naturaleza, gastronomía y economía, aquellos pueblos con alturas muy variadas, lo que permite encontrar en diferentes lugares serranías, paramos, llanuras, playas, mesetas y cerros que a su vez una región con paisajes, clima, lagunas, ríos y hermosas cascadas.

La idea de negocio se diseña un producto turístico basándose en experiencia y servicios ofertados; nuestro cliente puede elegir y crear el paquete turístico, según el presupuesto, gustos, brindándole la oportunidad de que viva esta experiencia memorable. Este proyecto es para todos los segmentos de edad, se ofrece diferentes alternativas de pago, variedad en presupuestos, calidad, guía turístico, comodidad y tour personalizados a solicitud del cliente.

Esta propuesta se plantea en el municipio de Los Patios, surge motivada por la diversidad de sitios turísticos que tiene nuestra región u otras ciudades del país; se dedicará a satisfacer las necesidades de nuestros clientes en cuanto: actividades de recreación, descanso, diversión, ocio, relajamiento, aventura y recuerdos permanentes. Todas y cada una de estas respetaran el entorno cultural y natural; lo más importante es tener la oportunidad de conocer y disfrutar.

Palabras clave: Agencia de viaje, factibilidad, confianza, calidad, plan de negocio, servicios y rentabilidad.

Abstract

The department of Norte de Santander is made up of different municipalities or tourist sites that are important for Colombia thanks to its legends, histories, cultures, beliefs, nature, gastronomy and economy, those towns with very varied heights, which allows to find in different places mountain ranges, paramos, plains, beaches, plateaus and hills that in turn a region with landscapes, climate, lagoons, rivers and beautiful waterfalls.

The business idea is to design a tourist product based on experience and services offered; our client can choose and create the tourist package, according to the budget, tastes, giving him the opportunity to live this memorable experience. This project is for all age segments, it offers different payment alternatives, variety in budgets, quality, tour guide, comfort and personalized tour at the request of the client.

This proposal is raised in the municipality of Los Patios, arises motivated by the diversity of tourist sites that has our region or other cities in the country; will be dedicated to meet the needs of our customers in terms of: recreation, rest, fun, leisure, relaxation, adventure and permanent memories. Each and every one of these activities will respect the cultural and natural environment; the most important thing is to have the opportunity to know and enjoy.

Keywords: Travel agency, feasibility, trust, quality, business plan, services and profitability.

Introducción

El turismo cultural es importante y clave en el desarrollo territorial, económico, puede contribuir mejorando el nivel de vida de una población, aumentar el valor de las infraestructuras, abrir posibilidades del desarrollo de diferentes negocios, reducir el desempleo, disminuir la estacionalidad del turismo y recuperar las actividades artesanales y las tradiciones. (Recuero, Francis, López y García, 2016).

Otra visión del empleo la constituye la calidad. En este sentido, categorías como subempleo, trabajadores por cuenta propia y trabajadores familiares son denominaciones que están bajo la informalidad en muchos casos. La primera dificultad para caracterizar la informalidad es el hecho mismo de su definición, pues cada país adopta su propia acepción. Sin embargo, se acepta que la posición ocupacional y el tamaño de la empresa es el mejor origen para conllevar esta realidad económica y social. (Leguizamon, 2016).

Las políticas se han cambiado al adoptar un sistema de competitividad a través de indicadores culturales y medioambientales, es decir, el factor humano, la competitividad de precios, el desarrollo de infraestructuras, el cuidado del medio ambiente, el desarrollo tecnológico y los recursos humanos. La calidad de desarrollo de los indicadores de competitividad van a permitir que Colombia se convierta en uno de los principales destinos de turismo, y esto se puede identificar a través de las ventajas comparativas que tiene el país, como son los recursos naturales y la infraestructura; no obstante, la ventajas competitivas desempeñan un papel importante frente al mantenimiento, la eficacia y la eficiencia. Como ejemplo se evidencia el producto turístico de la playa y el sol, que se ve afectado por el cuidado del medio ambiente y la falta de agua potable en algunos sitios (gallego, 2016). (Yesly Mackey Montoya, 2017).

Capítulo I. Estudio de factibilidad para la creación de la Agencia los Patios Tours

1.1 Objetivo General

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de la agencia los patios tours.

1.2 Objetivos Específicos

Presentar el estudio de mercados que sustente las condiciones del entorno, aceptación y reconocimiento de la agencia Los Patios Tours.

Proponer estrategias de marketing MIX para el desarrollo de la agencia de turismo.

Conocer las condiciones operativas, capacidad instalada, recursos y procesos a través de un estudio técnico u operacional.

Analizar la estructura organizacional de la agencia con la construcción del estudio administrativo y legal.

Evaluar las proyecciones de venta, la inversión y el impacto de la agencia los patios tours, mediante el estudio financiero y económico.

Estudiar el impacto social y ambiental de la agencia Los Patios Tours.

1.3 Justificación

El turismo en Colombia es una estrategia que contribuye a la necesidad de mejorar la calidad de vida, recreación, experiencias vividas, fomentar la cultura, visitar lugares turísticos del país y con el beneficio de generar empleo.

Es por eso que nace la idea de negocio, se pretende dar a conocer una propuesta de empresa agencia los patios tours, en el cual intervienen diferentes empresas como: transporte, hospedaje, guía turística, seguros médicos, centros de recreación, el cual contribuimos con la economía y generación de empleo. Lo que se quiere lograr es que nuestros clientes salgan de modo confort y vivan una experiencia, crean recuerdos, relajamiento, descanso y espacio de compartir en familia, amigos u otros.

Se ha elegido la agencia los patios tours como objeto del plan de empresa, pues el desarrollo de este tipo de negocio viene motivado por las oportunidades que ofrece el sector turístico el país, buscando posicionamiento, fidelización, brindando planes personalizados, grupales y familiares que estén diseñados para el alcance de nuestros clientes.

1.4 Antecedentes

1.4.1 Estudio de competitividad del sector turismo

El Ministerio de Desarrollo Económico publicó en 1996 el Estudio de Competitividad del Sector Turismo. Este estudio fue consignado en una serie de tres volúmenes, en los cuales se desarrolla una investigación profunda de todo el sector turístico colombiano.

En principio, ubica al lector en la situación turística de Colombia, mostrando el perfil del turismo receptivo colombiano e identificando las principales regiones del país, dividiéndolos en tres grandes grupos:

Turístico-vacacionales (Costa Caribe y Pacífica). Se refiere el tradicional tipo de turismo de sol y playa.

1. Difusos, es decir, que tienen un desarrollo turístico primario o naciente, como, por ejemplo: Boyacá, Eje Cafetero, lo importante de Ecoturismo o Parques Naturales, y San Agustín y Tierradentro.
2. Las Grandes Ciudades, que están más relacionadas con el turismo de negocios, eventos y convenciones, entre otros. Entre ellas: Bogotá, Antioquía, el suroccidente y los Santanderes.

Este plan empieza con la identificación y reconocimiento de los dos problemas fundamentales para el desarrollo de la industria en el país, a saber: la seguridad y la imagen del país y su inestabilidad macroeconómica, reflejada en altas tasas de cambio, de interés y fiscales, lo que desincentiva la inversión y aumenta los precios de los productos nacionales por encima de otros destinos (Benavides, 2015).

1.4.2 Turismo Rural Comunitario

La contribución del turismo al desarrollo local de una comunidad hace que esta actividad sea una de las más atractivas e importantes en pocos países del mundo. La actividad turística no es sólo una fuente de ingresos que genera crecimiento económico, sino, es un motor de progreso para la población, ya sea en entornos rurales, urbanos, silvestres o de sol y playa. De acuerdo con estas características, el desarrollo turístico mundial, ha venido incluyendo nuevos conceptos: “Turismo de base comunitaria”, “Turismo Indígena”, o “Turismo Comunitario”; que hacen referencia a las percepciones recogidas según el territorio, la actividad, el tipo de turistas y visitantes, en la cual se han ido incorporando nuevos actores de la actividad turística, como lo son: comunidades indígenas, campesinas y urbanas afrodescendientes, y en general, la comunidad local. (Castilla, 2014)

1.4.3 El ecoturismo en Colombia

Colombia posee grandes riquezas naturales como ser el primer país en producción de esmeraldas, variedad de palmas (244 especies), variedad de orquídeas (3500 especies), primer productor de bambú en América, Aves exóticas (1815 especies), variedad de ranas (764 especies), Mayor exportador de café arábigo y reconocimiento mundial a la mejor calidad de su café, el museo de oro más importante del mundo, la mina de carbón abierta para exportación más grande del mundo y principal exportador de carbón en Latinoamérica, nuestra nación es segunda en: producción de banano, flores, moras, variedad de mariposas (Proexport, 2011). (MRO Diaz, 2013).

1.4.4 Política turística

El turismo como actividad económica involucra la participación del gobierno como institución encargada de regular todo el desarrollo del sector, y es ahí donde aparece la política pública como herramienta de intervención del Estado. La definición de política pública la han abordado diversos autores desde diferentes perspectivas; para Roth (2009, p. 27), desde una visión netamente política, una política pública por definición implica la participación de un gobierno ante un posible problema, donde se plantean unos objetivos con su respectivo plan de acción. Por otro lado, Torres (2004, p. 53) analiza la política pública desde un punto de vista económico, cuyo fin es la estabilidad interna y externa del país. La estabilidad interna se lograría a través del crecimiento económico, la estabilidad de los precios y el pleno empleo, mientras que la externa sería la búsqueda de una balanza de pagos equilibrada. Citado en (Benavides, 2015)

1.5 Conceptos de negocios

1.5.1 Planteamiento de la oportunidad de negocio

Esta propuesta se plantea en el municipio de los patios, en relación con el turismo se puede considerar una integración social y acercamientos a diferentes sitios turísticos o pueblos que no antes se tenía la oportunidad de conocer, durante el año se realiza una planificación de tours para brindar un descanso, diversión, ocio y relajamiento.

Al diseñar un producto turístico basándose en experiencia y servicios ofertados; nuestro cliente puede elegir y crear el paquete turístico, según el presupuesto, gustos, brindándole la oportunidad de que viva esta experiencia memorable. Este proyecto es para todos los segmentos de edad, se ofrece diferentes alternativas de pago, variedad en presupuestos, calidad, guía

turístico, comodidad y tour personalizados a solicitud del cliente. Durante el siglo XX el sector turístico experimentó una expansión sin precedentes, fruto de la revolución tecnológica que tuvieron todas las industrias. A partir de ese momento, los países desarrollados recibieron afluencias turísticas masivas, la industria turística que ofertaba poca variedad de productos, acabó desembocando en la diversificación de los productos turísticos. (Virto, Blasco, & Miranda, 2016)

La idea de crear la agencia los patios tours, surge motivada por la diversidad de sitios turísticos que tiene nuestra región u otras ciudades del país; se dedicara a satisfacer las necesidades de nuestros clientes en cuanto: actividades de recreación, descanso, diversión, aventura y recuerdos permanentes. Todas y cada una de estas respetaran el entorno cultural y natural; lo más importante es tener la oportunidad de conocer y disfrutar.

1.5.2 Descripción del servicio

1.5.2.1 Tour Villa Paraíso Ragonvalia

Valor: \$ 160.000

- Transporte Ida y Regreso al Hotel
- Almuerzo y Cena
- Recorrido turístico (incluye guía)
- Hospedaje una noche
- Seguro Asistencia Medica
- Hora salida 8:00 am, regreso día siguiente 10:00 am
- Duración: 26 horas aproximadamente

1.5.2.2 Tour Salazar de las Palmas

Valor: \$ 40.000

- Transporte Ida y Regreso
- Visita al santuario de la virgen de Belén
- Refrigerio
- City tour por el pueblo
- Seguro Asistencia Médica
- Hora salida 5:00 am, regreso a las 4:00 pm
- Duración: 13 horas aproximadamente

1.5.2.3 Tour a Bochalema

Valor \$ 65.000

- Transporte Ida y Regreso
- Entrada a Los Termales de Raizón
- Almuerzo
- Seguro Asistencia Médica
- Hora salida 6:00 am, Regreso 4:00 pm
- Duración: 10 horas aproximadamente.

1.5.2.4 Tour a Chinácota

Valor: \$ 50.000

- Transporte Ida y Regreso
- Refrigerio
- Visita a la montaña
- Tour por el pueblo
- Seguro Asistencia Médica
- Hora salida 6:00 am, Regreso 4:00 pm
- Duración: 10 horas aproximadamente.

1.5.2.5 Tour a Santa Marta

Valor: \$ 460.000

- Transporte Ida y Regreso bus climatizado
- Refrigerio el día de salida
- Alojamiento 3 noches en el hotel seleccionado sector Rodadero
- Alimentación (3 desayunos y 3 cenas)
- Visita a playa Blanca
- Visita a las playas de Buriticá
- Guía todo recorrido
- Seguro Asistencia Médica
- Hora salida 9:00 pm, Hora de Regreso 6:00 am
- Duración: 120 horas aproximadamente

No Incluye

- Traslado de la bomba arcas – hotel – bomba arcas
- Acuario en playa blanca
- Almuerzos durante la estadía

1.5.2.6 Tour a Cartagena

Valor \$ 440.000

- Transporte Ida y Regreso bus climatizado
- Refrigerio el día de salida
- Alojamiento 2 noches en el hotel seleccionado (boca grande)
- Alimentación tipo buffet (2 desayunos, 2 almuerzos, 2 cenas)
- Visita a la Isla Barú (no incluye almuerzo)
- Paseo en chiva nocturno por Cartagena
- City tour en castillo de san Felipe, zapas viejos y ciudad amurallada
- Guía turístico todo recorrido
- Seguro Asistencia Medica
- Hora salida 9:00 pm, Hora de Regreso 6:00 am
- Duración: 96 horas aproximadamente

No incluye

- Alquiler de carpas en la playa

1.5.2.7 Tour Eje Cafetero**Valor: \$ 750.000**

- Transporte Ida y Regreso bus climatizado
- Refrigerio el día de salida
- Alojamiento 4 noches en la finca seleccionado
- Alimentación (4 desayunos y 4 cenas)
- Visita al parque del café
- Visita al parque PANACA
- Visita al parque arrieros
- Visita a los termales de Manizales y santa rosa de cabal
- Guía turístico todo recorrido
- Seguro Asistencia Medica
- Hora salida 9:00 pm, Hora de Regreso 6:00 am
- Duración: 120 horas aproximadamente

1.5.3 Modelos Business Canvas

Para definir la propuesta de valor y la idea de negocio, se utilizará método el lienzo Canvas. El modelo Canvas es una herramienta de gestión estratégica que te permite conocer los aspectos clave del negocio, cómo se relacionan y compensan entre sí. Hace visible la infraestructura, la oferta, los clientes y la situación financiera de la organización, con el fin de reconocer las deficiencias y analizar el rendimiento.

Figura 1. MODELO CANVAS



Fuente: (pigneur, 2015)

- El segmento de cliente: se utiliza para recopilar información e identificar las necesidades, de esta manera contribuir a la satisfacción del cliente y a una buena propuesta de valor.

Mujeres y Hombres de 26 a 50 años

Jóvenes de 18 a 25 años

Adultos Mayores de 51 a 65 años

Niños acompañados de un adulto

- Las siguientes son unas características de la propuesta de valor que serán empleadas para el modelo de negocio:
 - Producto y servicios: La variedad del portafolio, Tours: Ragonvalia, Salazar de las Palmas, Bochalema, Chinácota, Santa Marta, Cartagena y Eje Cafetero.
 - Precio: facilidad al adquirir un producto desde \$40.000 hasta \$750.000
 - Experiencia vivida: como nuestros productos y servicios, crean alegrías y recuerdos permanentes.

- Canales: Es la comunicación con el cliente para que conozcan el producto y servicio que se oferta en el mercado como: Redes Sociales, página web, Volantes, Vallas publicitarias, email, radio, TV y prensa.
- Relaciones con los clientes: Es el poder interactuar con los clientes, por medio de una encuesta tenemos la posibilidad de conocer sus gustos y determinar el servicio a ofrecer.
- Fuentes de ingreso: Se refiere al flujo de caja que genera la empresa en todas las áreas, como la venta de paquetes turísticos de contado y financiado.
- Actividades Claves: son las acciones que debe tener la empresa para que el negocio salga a flote, se refiere a la capacitación del personal, diseño de página web, diseñar rutas de tours, crear una base de datos, promociones en tours por fidelización, volantes y vallas publicitarias.
- Recursos Claves: son los activos e infraestructura, recurso financiero son los socios, recurso humano e intelectuales son colaboradores administrativos, de mercadeo, y marketing que es lo más importante con lo cual debe contar la empresa.
- Socios Claves: Es importante lograr alianzas con socios y proveedores que contribuyan al funcionamiento de la empresa como: transporte con empresas local, hoteles, restaurantes, fincas, centros de recreación y turismo.
- Estructura de costes: son todos los costos que se requieren para colocar en marcha el modelo de negocio.

Pago de proveedores: transporte, hospedaje, centros recreativos, alimentación.

Pago de local: servicios públicos, arriendo

Pago de diseño de página web y publicidad.

1.6 Alcances y limitaciones

El proyecto se llevará acabo con el siguiente parámetro; estará ubicado en la avenida principal 9 del municipio de los patios.

El proyecto apropiara los siguientes Conceptos: Turismo, Agencia, medio ambiente, recreación, relajamiento, tranquilidad, cultura.

El proyecto puede presentar los siguientes inconvenientes: Se puede presentar caída en la página virtual que los servidores no respondan, la agencia tendrá una página virtual donde se encuentra toda la información, puede comprar los paquetes que le interesen o se puede separar y pagarlo con facilidad por cuotas.

Se tiene programado la propuesta del proyecto el día 25 de noviembre 2021.

2 Plan Estratégico

2.1 Misión

La Agencia Los Patios Tours ofrece a nuestros clientes un portafolio con paquetes turísticos que le permitan tener alternativas para visitar sitios turísticos; vivir una experiencia perdurable donde tenga contacto con la naturaleza y diferentes culturas de nuestro país, generando bienestar, compromiso, garantizando un ambiente adecuado y calidad en nuestro servicio.

2.2 Visión

En el 2025 los patios tours, sea una agencia líder en el mercado de turismo en nuestro departamento siendo la primera opción para nuestros clientes, innovando en el servicio turístico, alcanzando una estabilidad financiera a través de precios competitivos, proporcionando seguridad, confianza y aportando al mejoramiento de calidad de vida.

2.3 Valores Corporativos

- Vocación de servicio
- Respeto
- Responsabilidad
- Honestidad
- Puntualidad
- Escucha
- Creatividad
- Confianza
- Alegría
- Innovación

2.4 Análisis del Entorno

2.4.1 Análisis de PESTEL

- **Político:** la reglamentación del ministerio de turismo, normatividad para el desarrollo de la actividad turística, Protocolos bioseguridad, sanciones por incumplimiento y la política del turismo cultural.
- **Económico:** Tasa de cambio, valor al momento de pagar al proveedor, valor del paquete al negociado.
- **Social:** número de paquetes turísticos presupuestados para la zona de destino como: villa paraíso, el páramo de mejue, el glamping entre flores, la montaña, los termales de raizon, numero de paquetes vendidos.
- **Tecnológico:** se utilizará red wifi, red móvil en el desplazamiento sitio turístico, marketing digital, innovación en la oferta de alojamiento, ventas online, modelo de fidelización.
- **Ecológico:** el cuidado del medio ambiente, logrando disminuir la contaminación a través de campañas publicitarias en redes sociales.
- **Legal:** Reglamentación del ministerio de turismo, sanciones por incumplimiento, normativas para el desarrollo de la actividad, ley 1558 de 2012, ley 300 de 1996, ley 2068 del 2020.

2.4.2 Diamante de Porter

Las 5 fuerzas de Michael Porter al sector turístico son:

- **Clientes:** son turistas que opten por conocer, disfrutar de la diversidad natural y cultural de cada sitio turístico, este proyecto va dirigido a toda la familia: Mujeres, hombres, jóvenes y niños.
- **Proveedores:** son prestadores de servicios turísticos y complementarios que permiten organizar un paquete turístico como son: servicio de transporte, hospedaje, servicios de entretenimiento, guía turística y otros.
- **Paquetes o servicios sustitutos:** son aquellos servicios turísticos que pueden reemplazar o satisfacer las mismas necesidades, deseos y expectativas como: turismo comunitario, turismo aventura con zona de camping, turismo familiar, paquetes personalizados y otros.
- **Competidores Potenciales:** Son aquellas agencias de turismo que tienen la capacidad, deseo de ingresar al mercado turístico, aunque todavía no ofrecen paquetes se podrían incorporar en un corto plazo.
- **Competidores Directos:** son todas las agencias que compiten en el mercado con paquetes o servicios iguales o parecidos al de la competencia.

3 Estudio de mercado

3.1 Mercado Potencial

Este proyecto está diseñado para todos los rangos de edad, pensando en el bienestar, unión familiar, medio ambiente, disfrute, relajamiento, descanso y que vivan una experiencia inolvidable.

3.2 Segmentación del mercado

3.2.1 Tipo de investigación

La metodología que se desarrolla en este proyecto es un producto de emprendimiento, corresponde a un enfoque mixto, donde se utilizará métodos cualitativo y cuantitativo; con el fin de realizar un estudio de mercado poder ver la viabilidad de la idea de negocio.

3.2.2 Población

La población de interés de este proyecto de grado va dirigido a todos los integrantes de una familia: parejas, solteros, casados, viudos, los siguientes segmentos del mercado:

- Mujeres y Hombres de 26 a 50 años
- Jóvenes de 18 a 25 años
- Adultos Mayores de 51 a 65 años
- Niños acompañados de un adulto

3.2.3 Muestra

El tamaño de la muestra es de 81.112 habitantes del municipio de los Patios, se utilizó un porcentaje de error del 8 % un nivel de confianza de 90 % Heterogeneidad 50 % al final se obtiene una muestra de 106 personas a encuestar.

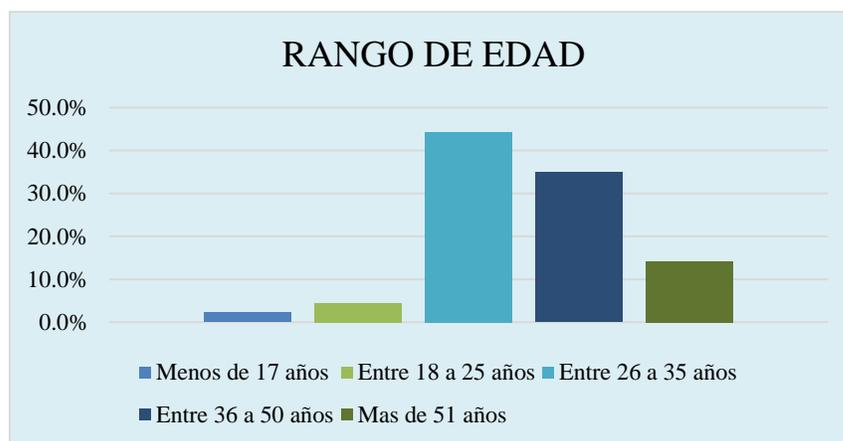
3.2.4 Instrumento

Se desarrollará bajo la encuesta online, para lo anterior, se puede visualizar a través del siguiente enlace: <https://forms.gle/isyyXvWZHqu8YxhVA>

3.2.5 Resultado de investigación de mercados

En la encuesta realizada a 106 personas para conocer los gustos y preferencias del turismo que ofrecerá la Agencia Los Patios Tours, podemos concluir:

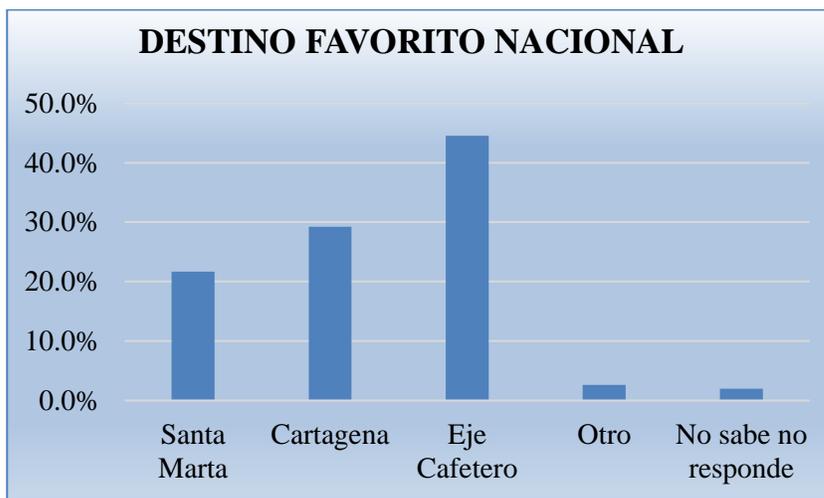
Figura 2. Primera pregunta de la encuesta Rango de edad



Fuente: Elaboración propia **Nota.** La figura presenta información sobre la edad de la población estudiada.

Con la encuesta se observa que el segmento de clientes es de 26 a 35 años con 44.3%. Por otra parte, se evidencia que la población de 36 a 50 años, son clientes potenciales, seguidamente, más de 51 años. Lo anterior, indica que en la Agencia cualquier población estaría interesada en aprovechar los servicios.

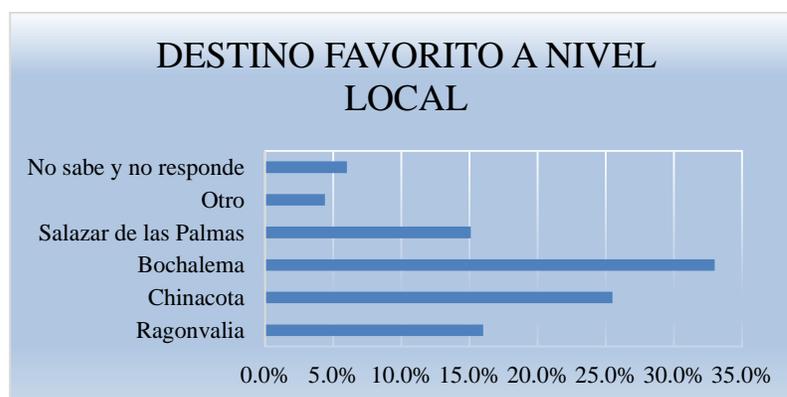
Figura 3. Segunda pregunta de la encuesta Destino a nivel Nacional



Fuente: Elaboración propia Nota. La figura presenta información sobre el destino favorito a nivel nacional

Con la encuesta se observa que el destino favorito a nivel nacional es Eje cafetero con 42.5%. Seguidamente Santa Marta y Cartagena.

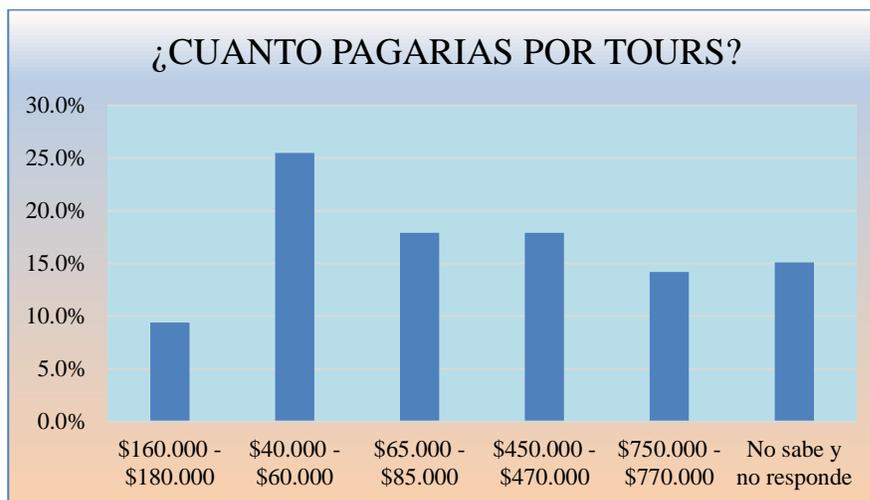
Figura 4. Tercera pregunta de la encuesta Destino a nivel Local



Fuente: Elaboración propia Nota. La figura presenta información sobre el destino favorito a nivel local

Con la encuesta se observa que el destino favorito a nivel local es Bochalema en los termales de raizon con

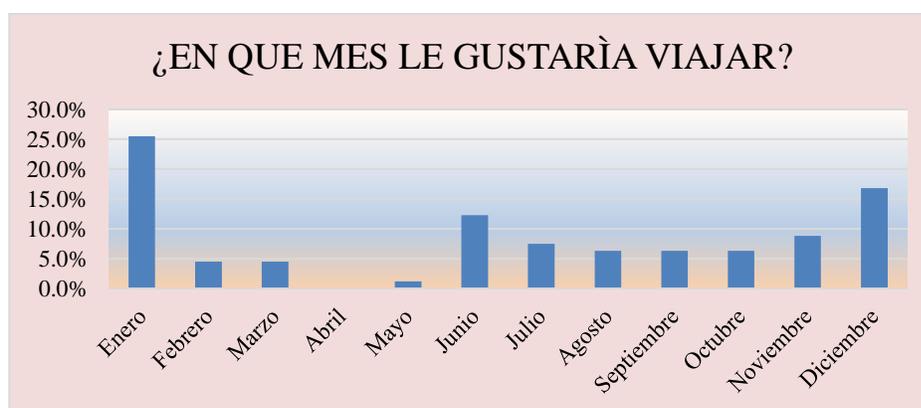
Figura 5. Cuarta pregunta de la encuesta Precio dispuesto a pagar



Fuente: Elaboración propia **Nota.** La figura presenta información sobre lo que están dispuestos a pagar por el tour.

Con la encuesta se observa cuanto estarían dispuestos a pagar con 25.5% a Salazar de las palmas.

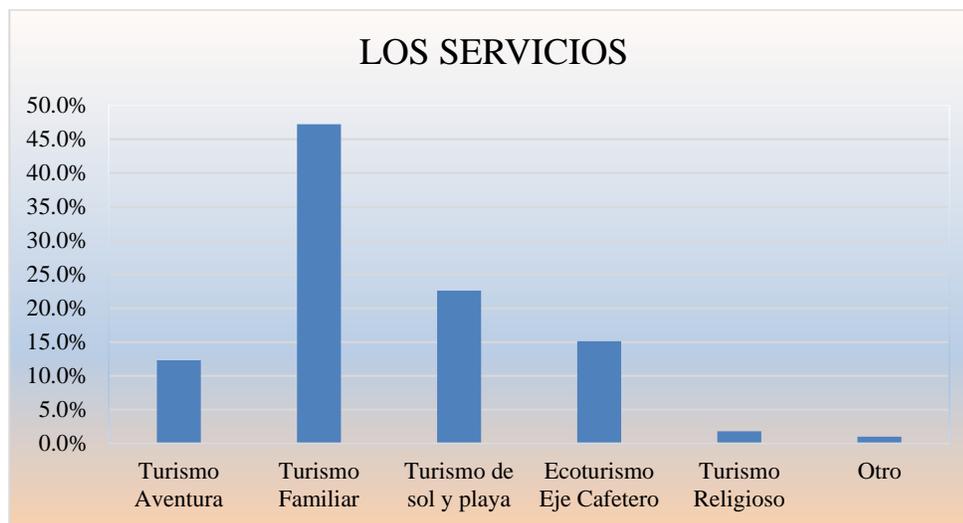
Figura 6. Quinta pregunta de la encuesta Temporadas de viaje



Fuente: Elaboración propia **Nota.** La figura presenta información sobre el mes de preferencia para viajar

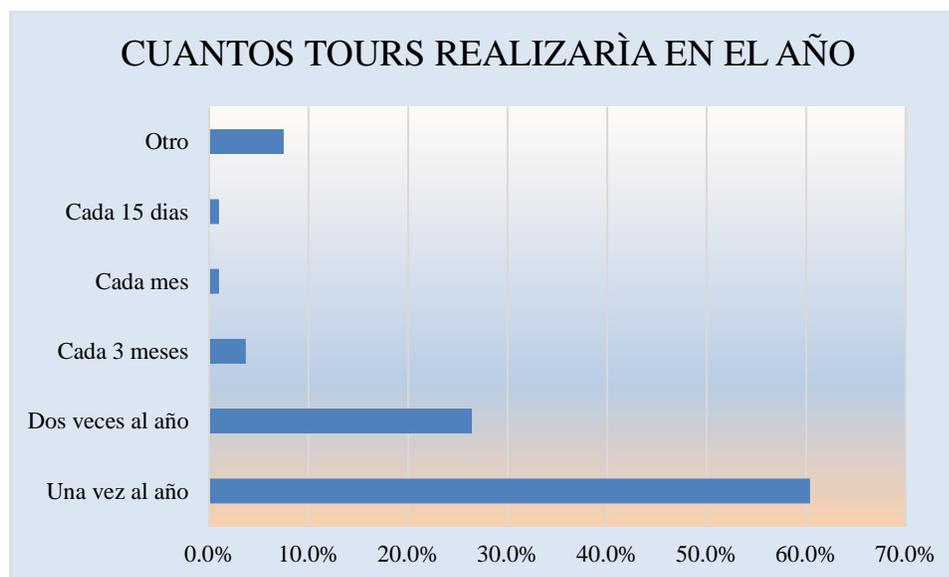
Con la encuesta se observa cual es el mes que prefieren viajar es en enero con 25.5%

Figura 7. Sexta pregunta de la encuesta Tipo de servicios



Fuente: Elaboración propia **Nota.** El turismo familiar es el servicio que prefieren de la Agencia con 47.2 %

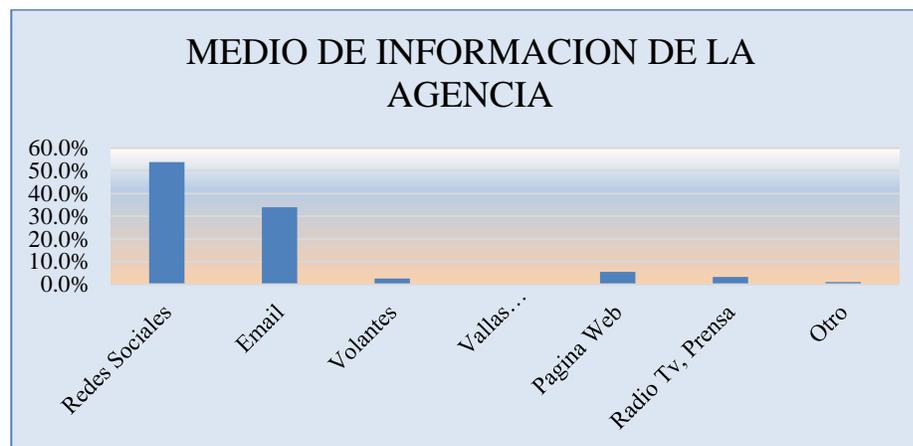
Figura 8. Séptima pregunta de la encuesta Tours en el año



Fuente: Elaboración propia **Nota.** La figura presenta información sobre cuantos tours realizaría en el año.

Con la encuesta se observa en el año el 60.4% solo realizarían un tour.

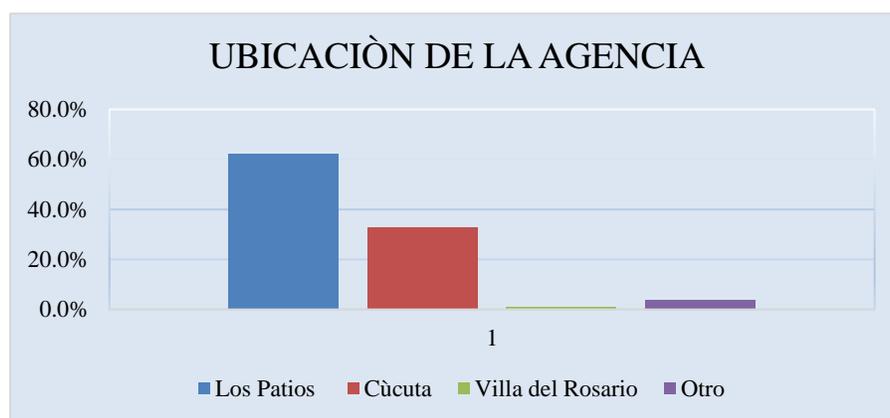
Figura 9. Octava pregunta de la encuesta Medio de Información de la Agencia



Fuente: Elaboración propia **Nota.** La figura presenta información cuales medios de comunicación preferiría obtener la información de la agencia

Con la encuesta se observa cómo le gustaría recibir información de la agencia por redes sociales con 53.8%

Figura 10. Novena pregunta de la encuesta Ubicación



Fuente: Elaboración propia **Nota.** La figura presenta información sobre la ubicación que preferirían de la agencia

Con la encuesta observamos donde les gustaría que estuviera ubicada la Agencia en el municipio de Los Patios con 62.3%.

3.3 Necesidades que se esperan satisfacer

La agencia quiere lograr que sus clientes estén rodeados de un ambiente cómodo, tranquilo, con seguridad, con confianza, rodeado de naturaleza, con buen precio para que tenga la posibilidad de disfrutar la familia completa, se le ofrece opciones de pagos, cuotas semanales o como el cliente prefiera.

3.4 Análisis de Competencia

3.4.1 *Directa e indirecta y productos sustitutos*

Tabla 1. Análisis de competencia directa

Análisis de competencia directa	
Empresa turística	Características del servicio
Caja de Compensación Comfanorte	Caja de compensación familiar: comprometida en mejorar la calidad de vida de los trabajadores y comunidad, ofreciendo beneficios a través de la red de servicios con descuentos especiales por ser afiliados en alquiler de cabañas: guayabales y Salazar de las palmas, centro recreativo ecoparque, la tarifa se establece según el semestre en el que deseen programas su plan turístico.
Agencia de Viajes Gayra tours	Agencia de viajes ofrece planes vacacionales nacionales, excursiones a bachilleres y empresarios. Utiliza sistema de apartado, fundada en el mes de enero del 2018, la agencia programa planes turísticos durante todo el año.
Agencia Travesías Tours	Agencia de viaje y transporte especial, ofrece planes vacacionales nacionales e internacionales para toda la familia, ofrecen servicios de transporte y turismo.
Tu destino Norte de Santander	Ofrece viajes por norte de Santander, turismo religioso, historia, cultura de cada región o pueblo que visitan.

Fuente. Elaboración propia. Nota. Presenta información del análisis de la competencia directa.

Tabla 2. Análisis de competencia indirecta

Análisis de competencia indirecta	
Empresa turística	Características del servicio
Agencia de Viajes Falabella	Agencia de viajes y turismo a todos los destinos nacional e internacional, ofrece paquetes y cada semana tienen diferentes ofertas. También encuentran atención personalizada de asesores expertos en viajes a través de video llamadas con asesor virtual, puede llamar a call center y realizar reservas.
Agencia de viajes Jumbo	Agencia de viajes y turismo constituida con 46 años de experiencia en el mercado. Ofrece a los clientes variedad de productos y buena calidad a nivel nacional e internacional. No ofrece paquetes turísticos a nivel regional.
AVIATUR	Son agencias de viaje con tarifas que incluye tiquetes económicos, hospedaje, alquiler de vehículo, cruceros, paquetes turísticos a nivel nacional e internacional. No ofrece paquetes turísticos a nivel regional.

Fuente. Elaboración propia. Nota: Presenta información del análisis de la competencia indirecta.

4 Marketing MIX

4.1 Estrategia de producto o servicio

- Los clientes interesados en nuestros tours se comunican vía telefónica o personalmente en nuestra oficina.
- El cliente tiene la posibilidad de armar el paquete de acuerdo a las ofertas que tenga la agencia y escoger la fecha que desee realizar el tour.
- El administrador del tour se encargará del guía turístico y el transporte.
- Los clientes serán recibidos por el guía turístico y el administrador del tour.
- En el recorrido del lugar turístico se les dará una pequeña introducción y recomendaciones.
- Se les ofrecerá una pequeña fiesta de bienvenida al tour.
- Se les presentará asesoría continua a través de la línea de atención al cliente.

4.2 Estrategia de distribución

Para la distribución y venta de los productos ofertados por la agencia los patios tours, implementamos las siguientes estrategias de mercadeo:

- Redes Sociales: Facebook, Instagram y twitter.
- Publicidad ofertando los paquetes
- Pàgina Web

Desarrollar estrategias de marketing creativa y dinámica para el lanzamiento de la empresa y su posicionamiento.

Crear un sistema de base de datos de clientes y sistema de reservas, con el fin de ofrecer información exclusiva y personalizada al momento de realizar campañas de marketing con pro a fidelizar clientes y crear experiencias positivas.

Realizar seguimiento y evaluación de actividades que permita implementar acciones preventivas, creativas e innovadoras para la mejora continua de la organización.

4.3 Estrategia de precio

La agencia los Patios Tours fijará sus precios de la siguiente manera:

- Estrategia del precio fijo: se ofrece el valor agregado en la atención de la agencia como de los proveedores en cada destino turístico, se darán obsequios buscando fidelización.
- Descuentos Aleatorios: se realizarán ofertas de planes turísticos y se darán descuentos en los paquetes turísticos por antigüedad con la agencia y por traer nuevos clientes.
- Oferta de Servicio: la agencia fija los precios de venta basado en los costos y gastos de logística esto se debe a la contratación de proveedores clasificando lo mejor en calidad y prestigio como son los hoteles, restaurantes, sitios de recreación, transporte que garanticen cumplimiento y seguridad a nuestros clientes.

4.4 Estrategia de comunicación y promoción

Con el fin de prestar un excelente servicio se creará una línea de atención al cliente, la cual estará disponible durante la jornada laboral de la agencia.

Para atender requerimientos, información de los planes turísticos, por este medio se realizará encuestas para conocer la satisfacción de nuestros clientes con los servicios recibidos, de esta manera podemos supervisar a los guías turísticos y con el fin de brindar un excelente servicio.

- Redes Sociales: Facebook, Instagram y Twitter oportunas para la gestión innovadora de la agencia, que permita la incursión en el mercado generando gran impacto y conservabilidad a través del contacto permanente y tener buenas relaciones con clientes y proveedores.
- Publicidad en redes sociales ofertando los paquetes: En temporadas bajas se ofertan el 10% y 20% de descuento en paquetes turísticos a destinos locales y nacionales.
- Entrega de volantes publicitarios puerta a puerta en el municipio de los patios.
- Página Web: Donde se pueda tener acceso a la información de la empresa, los beneficios, el portafolio de los productos y servicios que ofrece la agencia, videos de experiencias realizadas y todos los paquetes en descuento que se ofrecen.

4.5 Ventaja competitiva

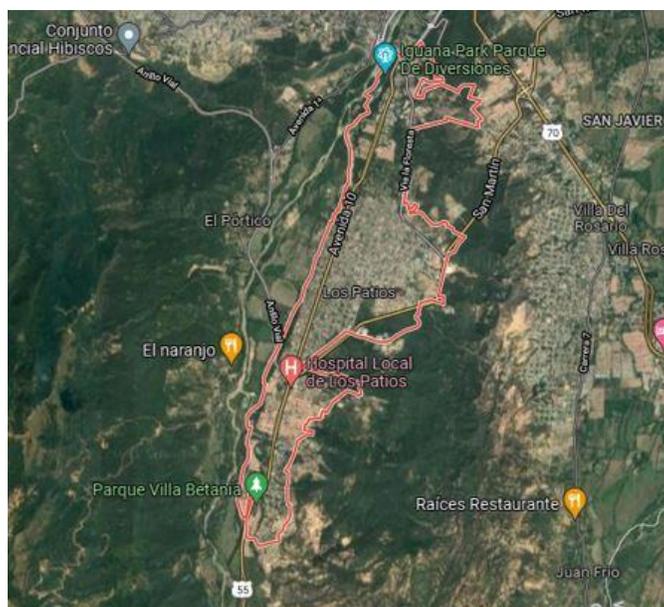
La agencia los patios tours ofrece variedad de planes turísticos que son diseñados para toda la familia, resaltando los lugares turísticos regionales y nacionales. Cada municipio con su historia, cultura, gastronomía de cada región que se visita, creando una propuesta innovadora y con el propósito de lograr un reconocimiento y aceptación en el sector turístico en Norte de Santander.

La idea de negocio busca ofertar de manera responsable, comprometida en disfrute de biodiversidad natural, cumpliendo con las políticas establecidas de cada región y generar un ambiente armonioso y sano.

5 Estudio técnico u operación

5.1 Ubicación Agencia Los Patios Tours

Figura 11. Municipio de los Patios



Fuente: Google (maps, 2021). Nota: del 25 de octubre del 2021

La Agencia Los Patios Tours se encontrará localizada en el kilómetro 9 en el municipio de Los Patios Norte de Santander, vía principal.

5.1.1 Ficha técnica del producto o servicio de la Agencia Los Patios Tour

Tabla 3. Paquete Turístico 1

	Agencia Los Patios Tours
	Paquete turístico 1: Villa Paraíso Ragonvalia
SEGMENTOS DE CLIENTES	
Es un destino ideal para la práctica de actividades de descanso, naturaleza y aventura.	
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA	
<p>Disfrute del clima, disfrutar de la gastronomía, conocer el área campesina, conocer los sitios turísticos, así como el disfrute del aire puro y libre de contaminación, conservar las artesanías manuales de los pueblos.</p> <p>Tener una experiencia de felicidad, tranquilidad y libertad en el viaje, el poder descansar, disfrutar en compañía de la familia, amistades y tener la oportunidad de hacer nuevas amistades.</p>	
DURACIÓN DE LA EXPERIENCIA	
2 días, 1 noche	
RUTA DE DESTINO DE LA EXPERIENCIA	
Los Patios - Ragonvalia - Los Patios	
VALORES OFERTADOS	
<p>Transporte ido y regreso de Los Patios, bus climatizado, póliza seguro médico.</p> <p>Hospedaje y alimentación completa.</p> <p>Actividades recreativas y ciclismo</p> <p>Zona de Camping</p>	
PROGRAMACION DE LAS ACTIVIDADES	
<p>Sábado 1 día</p> <p>6:00 a.m. Salida de Los Patios hacia municipio de Ragonvalia</p> <p>8:30 a.m. Llegada al Hotel Villa Paraíso refrigerio.</p>	

<p>9:00 a.m. Recorrido por las instalaciones del hotel</p> <p>10:00 a.m. Caminata por el bosque de las hadas</p> <p>1:00 p.m. Almuerzo</p> <p>4:00 p.m. Actividades de relajación y yoga terapéutico.</p> <p>7:00 p.m. fogata en la cual se relatan historias, mitos y leyendas de la región</p> <p>9:00 cena</p> <p>Domingo 2 día</p> <p>7:00 a.m. desayuno Hotel Villa Paraíso</p> <p>8:00 a.m. salida hacia el pozo del diablo para disfrutar de un delicioso baño frío para reafirmar tu piel.</p> <p>10:30 a.m. Refrigerio</p> <p>13:00 Almuerzo</p> <p>2:30 p.m. Caminata recreativa al jardín de María Ernestina González donde se puede apreciar más de tres mil plantas de diversos colores, visita al parque principal donde se podrá disfrutar de un delicioso café y queso de la región, y podrán apreciar, realizar compra de las artesanías de la región.</p> <p>4:00 p.m. Regreso a Los Patios</p>
--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4. Paquete Turístico 2

	Agencia Los Patios Tours
	Paquete turístico 2: Salazar de las Palmas
SEGMENTOS DE CLIENTES	
Es un destino ideal para la práctica de actividades de descanso, naturaleza y espiritualidad.	
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA	
Disfrute del clima, disfrutar de la gastronomía, conocer el área campesina, conocer los sitios turísticos, así como el disfrute del aire puro y libre de contaminación, conservar las	

<p>artesanías manuales de los pueblos.</p> <p>Tener una experiencia de felicidad, tranquilidad y libertad en el viaje, el poder descansar, disfrutar en compañía de la familia, amistades y tener la oportunidad de hacer nuevas amistades.</p>
DURACIÓN DE LA EXPERIENCIA
1 día
RUTA DE DESTINO DE LA EXPERIENCIA
Los Patios – Salazar de Las Palmas - Los Patios
VALORES OFERTADOS
<p>Transporte ido y regreso de Los Patios, bus climatizado, póliza seguro médico.</p> <p>Visita al santuario de la Virgen de Belén</p> <p>Tours por el pueblo</p>
PROGRAMACION DE LAS ACTIVIDADES
<p>Domingo</p> <p>6:00 a.m. Salida de Los Patios hacia municipio de Salazar de las Palmas</p> <p>8:30 a.m. Llegada al pueblo refrigerio</p> <p>9:00 a.m. Recorrido hacia el santuario de la Virgen de Belén</p> <p>10:00 a.m. Disfrute de los siete chorros</p> <p>1:00 p.m. Almuerzo</p> <p>2:30 p.m. Tour por el pueblo</p> <p>4:00 p.m. Regreso a los patios</p>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5. Paquete Turístico 3

	Agencia Los Patios Tours
	Paquete turístico 3: Bochalema
SEGMENTOS DE CLIENTES	

<p>Es un destino ideal para la práctica de actividades de descanso, naturaleza y aventura.</p> <p>Es diseñado para compartir en familia. Amigos, grupo mixtos y un ambiente de libertad.</p>
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA
<p>Disfrute del clima, disfrutar de la gastronomía, conocer el área campesina, conocer los sitios turísticos, así como el disfrute del aire puro y libre de contaminación, conservar las artesanías manuales de los pueblos.</p> <p>Tener una experiencia de felicidad, tranquilidad y libertad en el viaje, el poder descansar, disfrutar en compañía de la familia, amistades y tener la oportunidad de hacer nuevas amistades.</p>
DURACIÓN DE LA EXPERIENCIA
1 día
RUTA DE DESTINO DE LA EXPERIENCIA
Los Patios – Bochalema - Los Patios
VALORES OFERTADOS
<p>Transporte ido y regreso de Los Patios, bus climatizado, póliza seguro médico.</p> <p>Termales Raizon</p> <p>Tours por el pueblo</p>
PROGRAMACION DE LAS ACTIVIDADES
<p>Domingo</p> <p>6:00 a.m. Salida de Los Patios hacia municipio de Bochalema</p> <p>8:00 a.m. Llegada a los termales de Raizon, terapias de relajación en piscinas de lodo, baño en piscina agua caliente (incluye entrada).</p> <p>10:00 a.m. Refrigerio</p> <p>11:30 a.m. Llegada a Bochalema al parque principal, árbol el samán</p> <p>1:00 p.m. Almuerzo (no incluye)</p> <p>2:30 p.m. Tour por el pueblo</p> <p>4:00 p.m. Regreso a los patios.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6. Paquete Turístico 4

 <p>AGENCIA LOS PATIOS TOURS</p>	Agencia Los Patios Tours
	Paquete turístico 4: Chinácota
SEGMENTOS DE CLIENTES	
<p>Es un destino ideal para la práctica de actividades de descanso, naturaleza y aventura. Es diseñado para compartir en familia. Amigos, grupo mixtos y un ambiente de libertad.</p>	
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA	
<p>Disfrute del clima, disfrutar de la gastronomía, conocer el área campesina, conocer los sitios turísticos, así como el disfrute del aire puro y libre de contaminación, conservar las artesanías manuales de los pueblos. Tener una experiencia de felicidad, tranquilidad y libertad en el viaje, el poder descansar, disfrutar en compañía de la familia, amistades y tener la oportunidad de hacer nuevas amistades.</p>	
DURACIÓN DE LA EXPERIENCIA	
1 día	
RUTA DE DESTINO DE LA EXPERIENCIA	
Los Patios – Chinácota - Los Patios	
VALORES OFERTADOS	
<p>Transporte ido y regreso de Los Patios, bus climatizado, póliza seguro médico. Visita a la montaña Tours por el pueblo</p>	
PROGRAMACION DE LAS ACTIVIDADES	
<p>Domingo 6:00 a.m. Salida de Los Patios hacia municipio de Chinácota 8:00 a.m. Llegada a Chinácota al parque principal y tour por el pueblo 12:00 p.m. Almuerzo</p>	

<p>2:00 p.m. Llegada a la montaña refrigerio 5:00 p.m. Regreso a los patios.</p>
--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7. Paquete Turístico 5

	Agencia Los Patios Tours
	Paquete turístico 5: Santa Marta
SEGMENTOS DE CLIENTES	
<p>Es un destino ideal para la práctica de actividades de descanso, naturaleza y aventura. Es diseñado para compartir en familia. Amigos, grupo mixtos y un ambiente de libertad.</p>	
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA	
<p>Disfrute del clima, disfrutar de la gastronomía, conocer los sitios turísticos, así como el disfrute de las playas. Tener una experiencia de felicidad y libertad en el viaje, el poder descansar, disfrutar en compañía de la familia, amistades y tener la oportunidad de hacer nuevas amistades.</p>	
DURACIÓN DE LA EXPERIENCIA	
3 noches	
ruta de destino de la experiencia	
Los Patios – Santa Marta - Los Patios	
VALORES OFERTADOS	
<p>Transporte ido y regreso de Los Patios, bus climatizado, reclinable, baño, tv y póliza seguro médico. Hospedaje y alimentación desayunos y cenas Tour a las playas</p>	
PROGRAMACION DE LAS ACTIVIDADES	

<p>Jueves 9:00 p.m. Salida de Los Patios hacia santa marta</p> <p>Viernes 6:00 a.m. Llegada a santa marta hotel cerca al rodadero</p> <p>8:00 am Desayuno en el hotel</p> <p>09:00 am Disfrute playa rodadero</p> <p>12:00 p.m. Almuerzo (no incluye) 2:00 p.m. Disfrute playa rodadero 5:00 p.m. Atardecer en la playa 7:00 pm Fiesta de integración, actividades recreativas y coctel 9:00 pm Cena</p> <p>Sábado 7:00 a.m. Desayuno 8:00 a.m. Visita a Playa blanca en lancha 10:00 a.m. Acuario (entrada no incluye) 12:00 p.m. Almuerzo (no incluye) 2:00 p.m. Disfrute de la playa 5:00 p.m. Regreso al Hotel 7:00 p.m. Cena 8:00 p.m. Recorrido en chiva</p> <p>Domingo 7:00 a.m. Desayuno 8:00 a.m. Salida a Playa Blanca Burítaca 10:00 a.m. Disfrute de la playa 12:00 p.m. Almuerzo (no incluye) 2:00 p.m. Disfrute de la playa 5:00 p.m. Regreso al hotel 7:00 p.m. Cena 8:00 p.m. Libre</p> <p>Lunes 8:00 a.m. Desayuno 9:00 a.m. Regreso a Los Patios</p>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 8. Paquete Turístico 6

 <p>AGENCIA LOS PATIOS TOURS</p>	Agencia Los Patios Tours
	Paquete turístico 6: Cartagena
SEGMENTOS DE CLIENTES	
<p>Es un destino ideal para la práctica de actividades de descanso, naturaleza y aventura. Es diseñado para compartir en familia. Amigos, grupo mixtos y un ambiente de libertad.</p>	
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA	
<p>Disfrute del clima, disfrutar de la gastronomía, conocer los sitios turísticos, así como el disfrute de las playas. Tener una experiencia de felicidad y libertad en el viaje, el poder descansar, disfrutar en compañía de la familia, amistades y tener la oportunidad de hacer nuevas amistades.</p>	
DURACIÓN DE LA EXPERIENCIA	
2 noches	
RUTA DE DESTINO DE LA EXPERIENCIA	
Los Patios – Cartagena - Los Patios	
VALORES OFERTADOS	
<p>Transporte ido y regreso de Los Patios, bus climatizado, reclinable, baño, tv y póliza seguro médico. Hospedaje y alimentación</p>	
PROGRAMACION DE LAS ACTIVIDADES	
<p>Viernes 9:00 p.m. Salida de Los Patios hacia Cartagena</p> <p>Sábado 6:00 a.m. Llegada a Cartagena al hotel</p> <p>8:00 am Desayuno en el hotel</p> <p>9:00 am Disfrute playa</p>	

<p>12:00 p.m. Almuerzo 2:00 p.m. Disfrute playa 5:00 p.m. Atardecer en la playa 7:00 pm Paseo nocturno en chiva 9:00 pm Cena</p> <p>Domingo 7:00 a.m. Desayuno 8:00 a.m. Visita a la isla Barú 10:00 a.m. Disfrute de la playa 12:00 p.m. Almuerzo (no incluye) 2:00 p.m. Disfrute de la playa 5:00 p.m. Regreso al hotel 7:00 p.m. Cena 8:00 p.m. City Tour en Castillo san Felipe, zapatos viejos y ciudad amurallada 10:00 p.m. Libre</p> <p>Lunes 8:00 a.m. Desayuno 9:00 a.m. Regreso a Los Patios</p>
--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9. Paquete Turístico 7

 <p>AGENCIA LOS PATIOS TOURS</p>	Agencia Los Patios Tours
	Paquete turístico 7: Eje Cafetero
SEGMENTOS DE CLIENTES	
<p>Es un destino ideal para la práctica de actividades de descanso, naturaleza y aventura. Es diseñado para compartir en familia. Amigos, grupo mixtos y un ambiente de libertad.</p>	
DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA	
<p>Disfrute del clima, disfrutar de la gastronomía, conocer los sitios turísticos y sus artesanías. Tener una experiencia de felicidad y libertad en el viaje, el poder disfrutar en compañía</p>	

de la familia, amistades y tener la oportunidad de hacer nuevas amistades.
DURACIÓN DE LA EXPERIENCIA
4 noches
RUTA DE DESTINO DE LA EXPERIENCIA
Los Patios – Manizales – Santa rosa de cabal – Quindío – Buga - Los Patios
VALORES OFERTADOS
<p>Transporte ido y regreso de Los Patios, bus climatizado, reclinable, baño, tv y póliza seguro médico.</p> <p>Hospedaje y alimentación</p> <p>Visita al parque del café, parque de PANACA, parque de los arrieros, termales Santa rosa de cabal, Manizales y Basílica el señor de los milagros.</p>
PROGRAMACION DE LAS ACTIVIDADES
<p>Jueves 9:00 p.m. Salida de Los Patios a Manizales</p> <p>Viernes</p> <p>8:00 am Desayuno</p> <p>9:00 am Visita a los termales de Manizales</p> <p>13:00 p.m. Almuerzo (no incluye) 3:00 p.m. Termales de santa rosa de cabal 6:00 p.m. Llegada a la finca en santa rosa de cabal 8:00 pm Cena</p> <p>Sábados 8:00 am Desayuno 9:00 a.m. Visita al parque del café con pasaporte a siete aventuras 13:00 p.m. Almuerzo (no incluye) 3:00 p.m. Disfrute del parque 5:00 p.m. Regreso a la finca 8:00 p.m. Cena</p> <p>Domingo 7:00 a.m. Desayuno</p>

8:00 a.m. Visita al parque PANACA
10:00 a.m. Disfrute de 5 shows
13:00 p.m. Almuerzo (no incluye)
3:00 p.m. Visita al parque los arrieros
5:00 p.m. Regreso a la finca
8:00 p.m. Cena

Lunes

8:00 a.m. Desayuno
9:00 a.m. Visita a la basílica del señor de los milagros
13:00 p.m. Almuerzo (no incluye)
5:00 p.m. Regreso al hotel
7:00 p.m. Cena
8:00 p.m. Libre

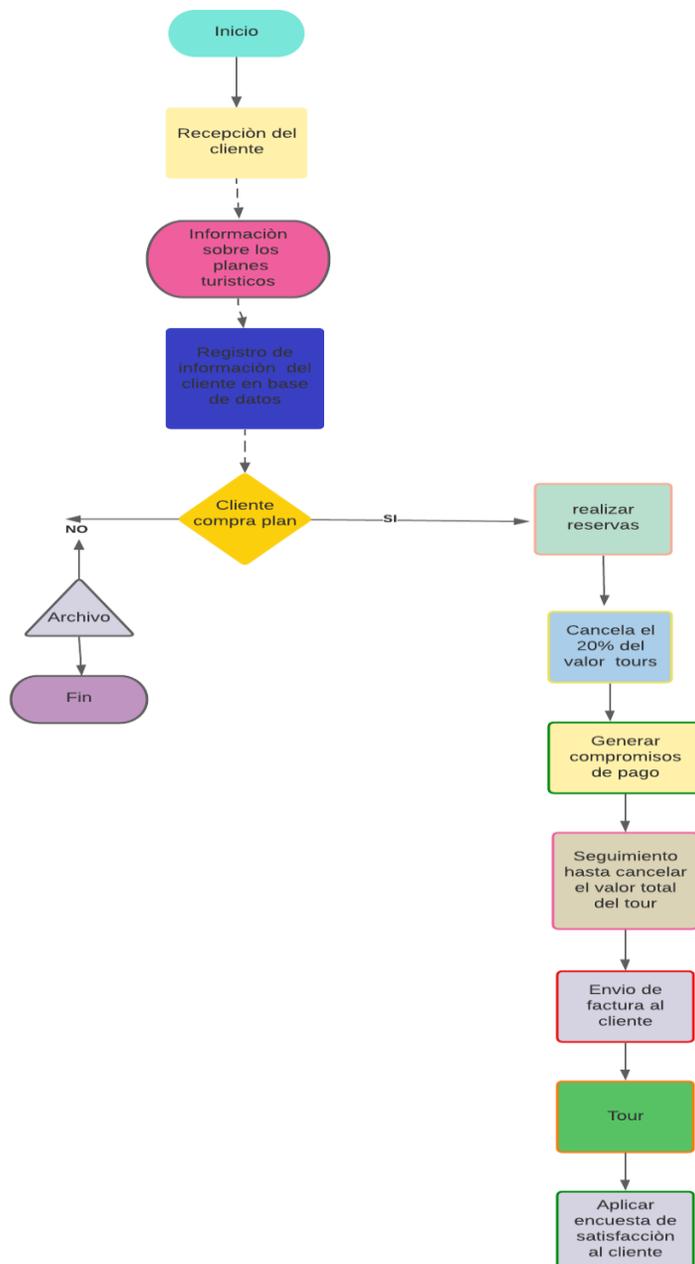
Martes

6:00 a.m. Regreso a Los Patios

Fuente: Elaboración Propia

5.2 Diagrama de flujo de producción o servicio

Figura 12. Flujograma de Servicios Agencia Los Patios Tours

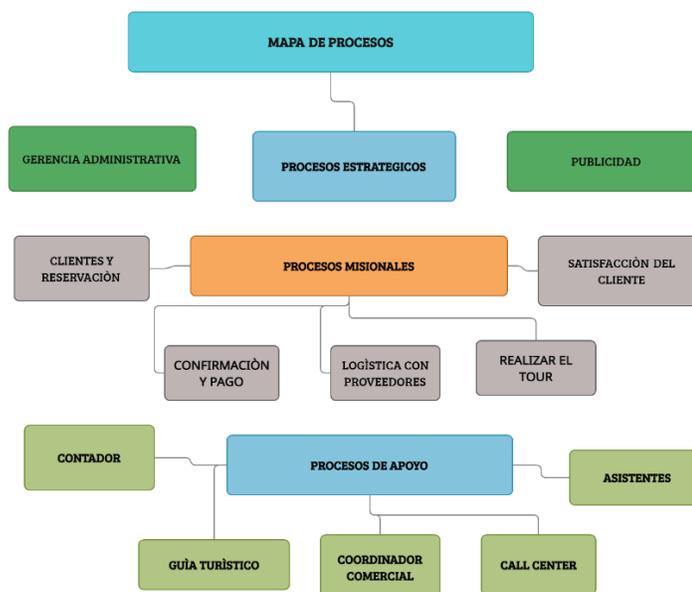


Fuente: Elaboración Propia

5.3 Mapa de Procesos

A continuación, se presenta el mapa de procesos:

Figura 13. Mapa de procesos Agencia Los Patios Tours



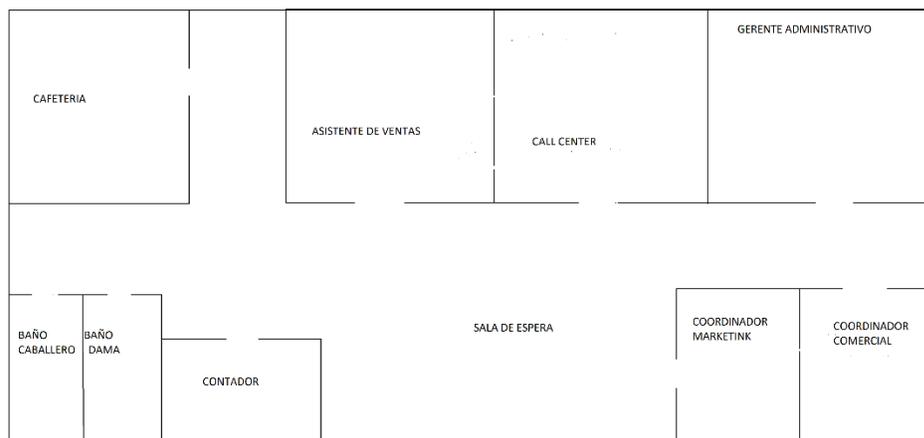
Fuente: Elaboración Propia

5.4 Capacidad instalada

La infraestructura de la agencia los patios tours estará compuesta por el área administrativa. Comercial y de marketing con sus respectivas oficinas también tendrá sala de espera para la atención personalizada de nuestros clientes, un baño de servicios y cafetería para los colaboradores.

5.5 Diseño de planta

Figura 14. Diseño de planta de la Agencia Los Patios Tours



Fuente: Elaboración Propia

5.6 Recursos necesarios para operación óptima

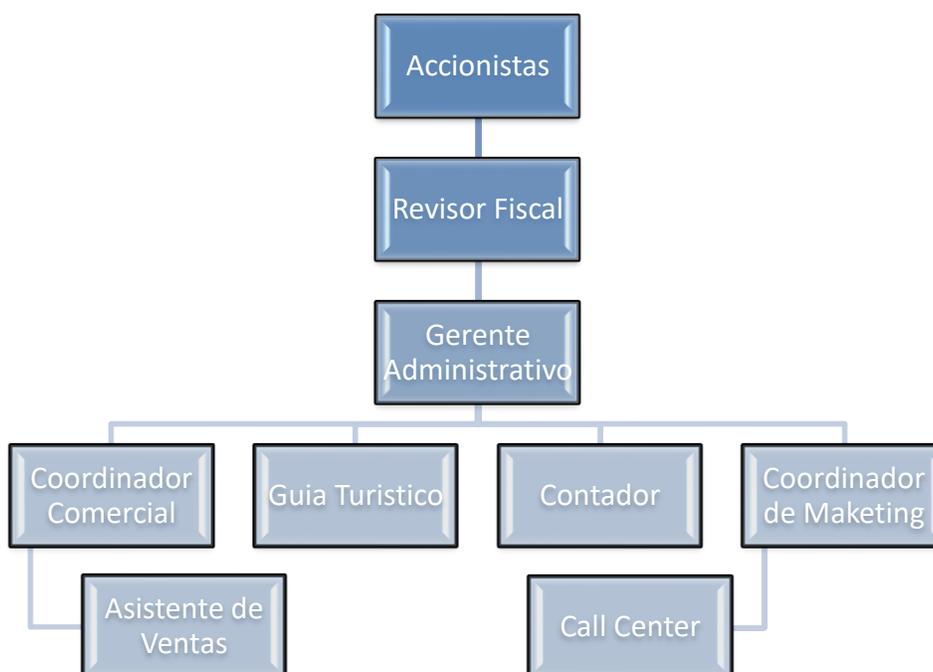
La agencia los patios tours necesita estos recursos para iniciar sitio web, teléfono, wifi, computadores, impresora, escritorios, sillas, aire acondicionado, infraestructura, recursos intangibles y recurso humano.

6 Estructura Organizacional

6.1 Organigrama y perfiles

La importancia de la estructura organizacional para el presente plan de negocio se muestra el organigrama de acuerdo a las responsabilidades y funciones.

Figura 15. Estructura Organizacional de la Agencia Los Patios Tours



Fuente: Elaboración Propia

6.2 Cargos y funciones

A continuación, se relacionan las diferentes funciones mediante el manual específico:

Tabla 10. Cargos y Funciones Agencia Los Patios Tours

I. IDENTIFICACIÓN	
NIVEL	Directivo
DENOMINACION DEL EMPLEO	Accionistas
CÓDIGO	0001
GRADO	No aplica
N.º DE CARGOS	2
DEPENDENCIA	No aplica
CARGO DE JEFE INMEDIATO	No aplica
II. PROPOSITO PRINCIPAL	
son quienes realizan los aportes económicos para la creación de la empresa y su funcionamiento.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Tomar decisiones en pro de la agencia - Asignar recursos - Seguimiento a recursos 	

I. IDENTIFICACIÓN	
NIVEL	Directivo
DENOMINACION DEL EMPLEO	Gerente Administrativo
CÓDIGO	0002
GRADO	No aplica
SALARIO	\$1.500.000
Nº DE CARGO	1
DEPENDENCIA	No aplica
CARGO DE JEFE INMEDIATO	Accionistas
II. PROPOSITO PRINCIPAL	
Es gestionar, dirigir, supervisar los procesos administrativos para un buen funcionamiento de la agencia y generar mayor rentabilidad.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Organizar, planificar y ejecutar los objetivos de la agencia. - Tener alianzas con empresas de transporte y alojamiento. - Contratar y formar personal - Asignar responsabilidades en la agencia - Ofrecer asesoramiento y garantizar eficiencia en el servicio. 	
IV. CONOCIMIENTOS BÁSICOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos en normas administrativas y legales - Buen nivel de comunicación - Capacidad de resistencia y trabajo en equipo. - Toma de decisiones en forma oportuna y confiable. 	
V. COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Orientación a los clientes - Compromiso con la agencia - Trabajo en equipo - Orientación a resultados 	
VI. REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADEMICA	
<ul style="list-style-type: none"> - 1 año de experiencia como administrador de empresas o carreras afines. - Familiaridad con principios financieros y de gestión de la agencia - Habilidad analítica para solucionar problemas - Líder y trabajo en equipo - Experiencia en manejo de personal. 	

I. IDENTIFICACIÓN	
NIVEL	No aplica
DENOMINACION DEL EMPLEO	Contador
CÓDIGO	0003
GRADO	No aplica
SALARIO	\$1.200.000
DEPENDENCIA	Gerencia
CARGO DE JEFE INMEDIATO	Gerente Administrativo
II. PROPOSITO PRINCIPAL	
Elaborar y presentar los estados financieros de la agencia y las declaraciones tributarias.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Registrar, clasificar, interpretar y comunicar información importante de la agencia. - Elabora balances financieros, pólizas, realiza auditorias, cuida y protege la confidencialidad de la agencia. - Determinar costos y presupuestos - Emisión de opinión, observaciones y recomendaciones - Recursos fiscales 	
IV. CONOCIMIENTOS BÁSICOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos administrativos, financieros y legales. - Habilidad para realizar análisis - Aplicar los conocimientos en forma crítica. 	
V. COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad y compromiso con la agencia - Disposición para trabajo en equipo - Desempeñarse con ética. 	
VI. REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADEMICA	
<ul style="list-style-type: none"> - 2 años de experiencia como contador - Ser creativo y formar un líder - Habilidad para negociar - Asesor contable fiscal y financiero - Mantenerse actualizado 	

I. IDENTIFICACIÓN	
NIVEL	No aplica
DENOMINACION DEL EMPLEO	Guía Turístico
CÓDIGO	0004
GRADO	No aplica
SALARIO	\$1.000.000
DEPENDENCIA	Gerencia
CARGO DE JEFE INMEDIATO	Gerente Administrativo
II. PROPOSITO PRINCIPAL	
Es ofrecer un tour eficiente, diseñando actividades para cada salida programada, quien acompaña a los turistas y realiza charlas de sensibilidad	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Responsable de la recepción, información, orientación, asistencia y animación. - Instruir al turista y estar atento en el alojamiento y restaurante. - Una dicción clara - Habilidad de comunicación - Elaboración de informes del tour - Manejo presupuesto de gastos tour 	
IV. CONOCIMIENTOS BÁSICOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Habilidad interpersonal - Automotivación - Capacidad de planificación y organización - Habilidad de comunicación 	
V. COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Acompañamiento al turista - Interés por la información de los sitios a visitar - Paciencia - Saber escuchar - Amabilidad y puntualidad - Responsable 	
VI. REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADEMICA	
<ul style="list-style-type: none"> - Tener la tarjeta profesional como guía de turismo - Estar capacitado para informar, motivar y orientar al turista - Creativo del ocio y tiempo libre 	

I. IDENTIFICACIÓN	
NIVEL	No aplica
DENOMINACION DEL EMPLEO	Coordinador comercial
CÓDIGO	0005
GRADO	No aplica
SALARIO	\$1.200.000
DEPENDENCIA	Comercial
CARGO DE JEFE INMEDIATO	Accionistas
II. PROPOSITO PRINCIPAL	
La responsabilidad de liderar, velar por el cumplimiento de metas, quien planea, elabora los paquetes del tour, brinda alternativas y asesoramiento al cliente.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Realizar acompañamiento a los asesores de venta - Definir estrategias que permitan vender más paquetes de tour - Realizar seguimiento a los clientes con separación o financiación de servicios. 	
IV. CONOCIMIENTOS BÁSICOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para administrar, formar y motivar el equipo de trabajo. - Cualidades de liderazgo - Habilidad de comunicación 	
V. COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Iniciativa - Capacidad de trabajo en equipo - Habilidades organizativas y de planificación 	
VI. REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADEMICA	
<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia en ventas - Capacidades informáticas - Organizado, responsable con aptitud para solucionar problemas 	

I. IDENTIFICACIÓN	
NIVEL	No aplica
DENOMINACION DEL EMPLEO	Asistente de Ventas
CÓDIGO	0006
GRADO	No aplica
SALARIO	\$ 908.526
DEPENDENCIA	Comercial
CARGO DE JEFE INMEDIATO	Coordinador comercial
II. PROPOSITO PRINCIPAL	
Es quien realizará el apoyo comercial del proceso desde la promoción de los servicios de la agencia.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Realizar ventas telefónicas - Recepción de clientes en la agencia - Visitas domiciliarias para clientes que quieren adquirir paquetes con financiación. - Actualizar base de datos de los clientes. 	
IV. CONOCIMIENTOS BÁSICOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Atención al cliente - Negociación con clientes - Habilidad de comunicación 	
V. COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Tolerancia - Capacidad de resolver conflictos y reclamaciones - Capacidades comunicativas e interpersonales 	
VI. REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADEMICA	
<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia laboral en ventas - Enfoque en la atención al cliente - Comprensión básica de los principios de ventas 	

I. IDENTIFICACIÓN	
NIVEL	No aplica
DENOMINACION DEL EMPLEO	Coordinador marketing
CÓDIGO	0007
GRADO	No aplica
SALARIO	\$1.200.000
DEPENDENCIA	Marketing
CARGO DE JEFE INMEDIATO	Accionistas
II. PROPOSITO PRINCIPAL	
Es quien planifica, dirige las actividades publicitarias de la agencia, negocia contratos de publicidad con emisoras de radio, periódico y redes sociales.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Realiza estudios para analizar el comportamiento de los clientes - Diseña y coloca en práctica campañas de marketing efectivas - Configura sistemas de seguimiento de las actividades de marketing en internet 	
IV. CONOCIMIENTOS BÁSICOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Habilidades comunicación y liderazgo - Ideas innovadoras - Tener vocación de servicio - Capacidad de trabajo en equipo 	
V. COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de redacción - Visión estratégica - Capacidad de análisis - Creatividad 	
VI. REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADEMICA	
<ul style="list-style-type: none"> - 1 año de experiencia laboral como coordinador o un puesto similar - Conocimiento de herramientas de marketing digital - Experiencia con métodos de investigación utilizando software para el análisis de datos 	

I. IDENTIFICACIÓN	
NIVEL	No aplica
DENOMINACION DEL EMPLEO	Call center
CÓDIGO	0008
GRADO	No aplica
SALARIO	\$ 908.526
DEPENDENCIA	Marketing
CARGO DE JEFE INMEDIATO	Coordinador de marketing
II. PROPOSITO PRINCIPAL	
Centro de atención telefónica quien resuelve inquietudes al cliente, quejas presentadas en relación con el servicio, procedimientos, realizará devoluciones y lleva la base de datos actualizada.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer atención al cliente - Vender paquetes turísticos - Brindar la información al cliente 	
IV. CONOCIMIENTOS BÁSICOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Orientación al detalle - Creativo - Habilidades telefónicas y de escritura - Colaborativo - Servicio al cliente 	
V. COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Amable - Tener fluidez - Empatía - Saber escuchar - paciencia 	
VI. REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADEMICA	
<ul style="list-style-type: none"> - 1 año de experiencia de call center - Aptitud para resolver situaciones de manera amable - Habilidades digitales - Actitud de servicio al cliente 	

Fuente: Elaboración Propia

6.3 Constitución empresa y aspectos legales

6.3.1 *Normatividad empresarial*

La Agencia Los Patios Tours tendrá una estructura organizacional reglamentada bajo la organización SAS que son sociedades simplificadas por acciones y se regula según la normativa ley 1258 de 2008.

Artículo 3 Naturaleza. Es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independiente de las actividades previstas en su aspecto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se registrará por las reglas aplicables a la sociedad anónima.

Artículo 5 contenido del documento de constitución. Según el párrafo 2 y 6.

La Agencia Los Patios Tours S.A.S. se constituirá como una empresa S.A.S ya que se caracteriza por el emprendimiento de creación de empresa, contara con 2 socios los cuales aportaran cuotas iguales de capital para tener el mismo poder decisivo en la agencia.

El capital autorizado, suscrito y pagado, número y valor nominal de las acciones representativas del capital, los 2 socios con la misma representación económica de \$20.000.000 para la constitución de la agencia.

6.3.2 *Normatividad Laboral*

La Agencia Los Patios Tour, se registrará bajo el código sustantivo de trabajo cumpliendo lo establecido por la ley.

Ley 1636 de 2013 Artículo 1°. Objeto. La presente ley tiene por objeto crear un Mecanismo de Protección al Cesante, cuya finalidad será la articulación y ejecución de un sistema integral de políticas activas y pasivas de mitigación de los efectos del desempleo que enfrentan los

trabajadores; al tiempo que facilitar la reinserción de la población cesante en el mercado laboral en condiciones de dignidad, mejoramiento de la calidad de vida, permanencia y formalización.

La Ley 1562 de 2012 es la que se encarga de ampliar y modernizar el sistema de riesgo laborales y les brinda a todas las personas, con diferentes tipos de contrato y afiliación, el programa de prevención y promoción a los afiliados al sistema de riesgos laborales.

6.3.3 Registro De Marca

Figura 16. Logo de la Agencia Los Patios Tours



Fuente: Elaboración propia

6.3.4 Clasificación del CIU

A través de la clasificación de actividades económicas se identifican las siguientes actividades principales: de acuerdo a la sección I es actividades de alojamiento y servicios de comidas, las cuales se desglosan división 55 grupo 551 actividades de alojamiento de estancias cortas, 552 actividades de zonas de camping, 553 servicios por horas, división 56 actividades de servicios de comidas y bebidas grupo 561 actividades de restaurantes y cafetería.

6.3.5 *Gastos de puesta en marcha*

La Agencia Los patios Tour para iniciar el proyecto necesita aportes económicos para la compra de activos fijos y adecuación de local, un capital que equivale a \$20,000.000.

7 Análisis financiero

7.1 Proyección de ventas

7.1.1 *Tamaño del mercado*

El municipio de los patios tiene 81.112 habitantes se espera abarcar en los 5 primeros años de funcionamiento de la agencia a 3840 clientes que conozcan y disfruten de los servicios a ofrecer.

7.1.2 *Tabla de proyección de ventas y justificación*

En proyección al primer año se debería vender como mínimo 4 paquetes diarios, un promedio de 80 paquetes mensual para cubrir los costos fijos, financiamiento y el % de aportes a socios. De esta manera tendremos un equilibrio y si logramos incrementar las ventas mes a mes lograremos incrementar las ganancias y hacer que el proyecto sea rentable.

Tabla 11. Proyección de ventas Agencia Los Patios Tours

PROYECCION DE VENTAS SERVICIOS TURISTICOS				
AÑOS	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
1	8	40	160	1920
2	10	50	200	2400
3	12	60	240	2880
4	14	70	280	3360
5	16	80	320	3840

Fuente: Elaboración propia

Punto de equilibrio

Tabla 12. Punto de equilibrio temporada alta Agencia Los Patios Tours

Formula	P. E. = C.F. / (1- (C.V./V.T)	\$ 155,304,173	Por lo anterior, queda demostrado que la Agencia Los Patios Tours en temporada Alta del primer año, logrará el Punto de Equilibrio, teniendo ingresos por valor de \$ 155.304.173	
Punto de equilibrio			Temporada	
Costo T fijo	\$ 149,688,781			
Costo T variable	\$ 20,080,000			
Ventas totales	\$ 555,350,000			
Punto de equilibrio	\$ 155,304,173			
	A. = P. E. / V.T			
Ventas totales	\$ 1,186,474,212			
Punto de equilibrio	\$ 155,304,173			
Índice de absorción		13%		
				\$ 155,304,173

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13. Total de servicios en punto de equilibrio Agencia Los Patios Tours

Punto de equilibrio en temporada Alta				
	SERVICIOS	PRECIO UNITARIO	PERSONAS	EGRESOS
1	Tour Bochalema	\$65.000	175	\$11,375.000
2	Tour Eje cafetero	\$750.000	70	\$52,500.000
3	Tour Ragonvalia	\$160.000	80	\$12,800.000
4	Tour Salazar	\$40.000	80	\$3,200.000
5	Tour Chinácota	\$50.000	70	\$3,500.000
6	Tour Santa Marta	\$460.000	80	\$36,800.000
7	Tour Cartagena	\$440.000	80	\$35,200.000
	Total de servicios		635	\$155,375.000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14. Punto de equilibrio temporada baja Agencia Los Patios Tours

Formula	P. E. = C.F. / (1- (C.V./V.T))	\$ 154,703,014	Por lo anterior, queda demostrado que la Agencia Los Patios Tours en temporada Baja del primer año, logrará el Punto de Equilibrio, teniendo ingresos por valor de \$154.703.014	
Punto de equilibrio				
Costo T fijo	\$ 149,688,781			
Costo T variable	\$ 18,000,000			
Ventas totales	\$ 555,350,000			
Punto de equilibrio	\$ 154,703,014			
	A. = P. E. / V.T			
Ventas totales	\$ 1,186,474,212			
Punto de equilibrio	\$ 154,703,014			
Índice de absorción	13%			
				\$ 154,703,014

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15. Total de servicios en punto de equilibrio Agencia Los Patios Tours

Punto de equilibrio en temporada Baja con descuento 10%				
SERVICIOS		PRECIO UNITARIO	PERSONAS	EGRESOS
1	Tour Bochalema	\$58.500	210	\$12,285.000
2	Tour Eje cafetero	\$675.000	80	\$54,000.000
3	Tour Ragonvalia	\$144.000	90	\$12,960.000
4	Tour Salazar	\$36.000	98	\$3,528.000
5	Tour Chinácota	\$45.000	70	\$3,150.000
6	Tour Santa Marta	\$414.000	80	\$33,120.000
7	Tour Cartagena	\$396.000	90	\$35,640.000
	Total de servicios		718	\$154,683.000

Fuente: Elaboración Propia

7.1.3 Participación del mercado

La agencia los patios tours se estima tener una participación de 3840 clientes en proyección al 5 año de funcionamiento, se tiene como objetivo aumentar el 20% anual de fidelización de clientes.

7.1.4 Política de cartera

La agencia los patios tour manejaría la política de pago con 20 % del valor del tour para iniciar la separación y el 80% restante en cuotas semanales o quincenales como prefiera el cliente, por correo electrónico se le estará informando de los pagos y se le recuerda la fecha programada de tours, debe están cancelado en su totalidad antes de iniciar el tour.

7.1.5 Inversión y financiación

7.1.5.1 Costos y gastos de la operación

La siguiente información se soporta con valores actualizados a la fecha 20 de octubre 2021 por diferentes sitios web donde reportan la venta de muebles y enseres u otros.

Se estima el presupuesto de inversión de equipos, muebles y enseres del local se relaciona a continuación:

Tabla 16. Proyecciones de gastos Agencia Los Patios Tours

PRESUPUESTO DE GASTOS						
	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ARRIENDOS						
LOCAL	\$600.000	\$7,200.000	\$7,560,000	\$7,920.000	\$8,280.000	\$8,640.000
SERVICIOS						
TELÉFONO	\$60.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000	\$720.000
INTERNET	\$80.000	\$960.000	\$960.000	\$960.000	\$960.000	\$960.000
AGUA	\$40.000	\$480.000	\$540,000	\$576,000	\$600.000	\$660.000
ENERGÍA	\$120.000	\$1,440.000	\$1,500,000	\$1,560.000	\$1,620.000	\$1,680.000
GAS	\$10.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
GASTOS LEGALES		\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000
SEGUROS Y VIGILANCIA	\$100.000					
DEPRECIACION COMPUTADORES Y EQUIPOS	\$9,633,300	\$1,926,660	\$1,926,660	\$1,926,660	\$1,926,660	\$1,926,660
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$5,557,500	\$555.750	\$555.750	\$555.750	\$555.750	\$555.750
PAPELERÍA	\$80,000	\$960,000	\$960,000	\$960,000	\$960,000	\$960,000
ASEO	\$100,000	\$1,200,000	\$1,200,000	\$1,200,000	\$1,200,000	\$1,200,000
CAFETERÍA	\$100,000	\$1,200,000	\$1,200,000	\$1,200,000	\$1,200,000	\$1,200,000
GASTOS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD						
PAGINA WEB		\$1,200.000	\$1,200.000	\$1,200.000	\$1,200.000	\$1,200.000
MATERIAL PUBLICITARIO	\$100.000	\$1,200.000	\$1,200.000	\$1,200.000	\$1,200.000	\$1,200.000
TOTAL GASTOS		\$19.962.410	\$20.442.410	\$20.898.410	\$21.342.410	\$21.822.410

Nómina

Tabla 17. Nómina de Agencia Los Patios Tour

AGENCIA LOS PATIOS TOURS														
DEVENGADO									DEDUCCIONES					
Nombre del Empleado	Cargo	Sueldo básico	Días trabajados	Total básico	Auxilio de transporte	Horas Extras	Comisiones	Total Devengado	Salud	Pensión	Retención/ otras	Total Deduciones	Neto Pagado	Firma
	Gerente Administrativo	\$ 1,500,000	\$ 30	\$ 1,500,000	\$ 106,454		\$ -	\$ 1,606,454	\$ 60,000	\$ 60,000	\$ -	\$ 120,000	\$ 1,486,454	
	Contador	\$ 1,200,000	\$ 30	\$ 1,200,000	\$ 106,454		\$ -	\$ 1,306,454	\$ 48,000	\$ 48,000	\$ -	\$ 96,000	\$ 1,210,454	
	Guía Turístico	\$ 1,000,000	\$ 30	\$ 1,000,000	\$ 106,454		\$ -	\$ 1,106,454	\$ 40,000	\$ 40,000	\$ -	\$ 80,000	\$ 1,026,454	
	Coordinador comercial	\$ 1,200,000	\$ 30	\$ 1,200,000	\$ 106,454		\$ -	\$ 1,306,454	\$ 48,000	\$ 48,000	\$ -	\$ 96,000	\$ 1,210,454	
	Asistente de venta	\$ 908,526	\$ 30	\$ 908,526	\$ 106,454		\$ -	\$ 1,014,980	\$ 36,341	\$ 36,341	\$ -	\$ 72,682	\$ 942,298	
	Coordinador Marketing	\$ 1,200,000	\$ 30	\$ 1,200,000	\$ 106,454		\$ -	\$ 1,306,454	\$ 48,000	\$ 48,000	\$ -	\$ 96,000	\$ 1,210,454	
	Call Center	\$ 908,526	\$ 30	\$ 908,526	\$ 106,454		\$ -	\$ 1,014,980	\$ 36,341	\$ 36,341	\$ -	\$ 72,682	\$ 942,298	
				\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
				\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTALES				\$ 7,917,052	\$ 745,178	\$ 0	\$ 0	\$ 8,662,230	\$ 316,682	\$ 316,682	\$ 0	\$ 633,364	\$ 8,028,866	

A cargo del empleador						
Seguridad Social		%	Valor	Provisiones Prest. Soc y Vac.		
				%	Valor	
Salud		8.5%	\$ 672,949	Cesantías	8.330%	\$ 721,564
Fondo de Pensiones		12%	\$ 950,046	Intereses sobre cesantías	1%	\$ 7,216
ARL (riesgos lab Seleccione la tarifa:		0.522%	\$ 41,327	Prima	8.330%	\$ 721,564
Total Seguridad Social			\$ 1,664,323	Vacaciones	4.170%	\$ 330,141
Parafiscales		%	Valor	Total prestaciones sociales		\$ 1,780,484
Caja Compensación Familiar		4%	\$ 316,682			
ICBF		3%	\$ 237,512			
SENA		2%	\$ 158,341			
Total Parafiscales			\$ 712,535			

Salario mínimo	\$ 908,526
Auxilio de transporte	\$ 106,454

Total a cargo del empleador	\$ 4,157,342
------------------------------------	---------------------

Fuente: Elaboración propia

7.1.6 *Balance Inicial*

Tabla 18. Balance inicial Agencia Los Patios Tours

**BALANCE INICIAL
Agencia Los Patios Tour**

	DEBE	HABER
ACTIVOS		19,990,800
Disponibles		
Muebles y Enseres	5,557,500	
Equipos de computo	9,633,300	
Total Activo Fijos		
Activos Diferidos	4,800,000	
Activos Diferidos		
TOTAL ACTIVOS		
PASIVOS		
Pasivo Corriente		
Cuentas por pagar comerciales		
Total Pasivo Corriente		0
Pasivo No Corriente		
Obligaciones financieras		
Total Pasivo No Corriente		0
TOTAL PASIVO		0
PATRIMONIO		
Aportes sociales	19,990,800	
Utilidades retenidas del ejercicio		
TOTAL PATRIMONIO		19,990,800
TAOTAL PASIVO + PATRIMONIO		19,990,800

Tabla 19. Gastos variables Agencia Los Patios Tours**GASTOS VARIOS ANUAL**

ITEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ARRIENDO	\$600.000	\$7,200.000
UTILES DE ASEO	\$100,000	\$1,200,000
ELEMENTOS DE CAFETERIA	\$100,000	\$1,200,000
SERVICIOS PÚBLICOS	\$250,000	\$3,000,000
PLANES CELULARES	\$60.000	\$720.000
MANTENIMIENTO	\$200.000	\$800.000
PUBLICIDAD	\$100.000	\$1,200,000
TOTAL	\$1,410.000	\$15,320.000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 20. Gastos de constitución Agencia Los Patios Tours**GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

ITEM	VALOR
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$800.000
TOTAL	\$800.000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 21. Diferidos Agencia Los Patios Tours**DIFERIDOS**

ITEM	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAPELERIA Y ÚTILES DE OFICINA	\$4,800.000	\$960,000	\$960,000	\$960,000	\$960,000	\$960,000
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$4,000.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000	\$800.000
TOTAL	\$8,800.000	\$1,760,000	\$1,760,000	\$1,760,000	\$1,760,000	\$1,760,000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22. Gastos de personal Agencia Los Patios Tours

GASTO DE PERSONAL PRIMER AÑO		
CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SALARIOS	\$7,283,688	\$87,404,256
AUXILIO DE TRANSPORTE	\$745,178	\$8,942,136
SALUD	\$672,949	\$8,075,388
PENSIÓN	\$950,046	\$11,400,552
A.R. L	\$41,327	\$495,924
APORTES PARAFISCALES	\$712,535	\$8,550,420
VACACIONES	\$330,141	\$2,310,987
CESANTÍAS	\$721,564	\$5,050,948
INT. A LAS CESANTÍAS	\$7,216	\$86,592
PRIMA DE SERVICIOS	\$721,564	\$5,050,948
DOTACIÓN	\$210.000	\$630.000
TOTAL	\$12,186,418	\$137,368,781

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23. Depreciación Agencia Los Patios Tours

DEPRECIACIÓN							
Concepto	Vida útil años	VALOR	1	2	3	4	5
Maquinaria							
DEPRECIACION							
Equipo de oficina							
Muebles y enseres	10	\$ 5,557,500					
DEPRECIACIÓN			555,750	555,750	555,750	555,750	555,750
Equipo de comunicación y computación	5	\$ 9,633,300					
DEPRECIACIÓN			1,926,660	1,926,660	1,926,660	1,926,660	1,926,660
Total Depreciación			2,482,410	2,482,410	2,482,410	2,482,410	2,482,410

Fuente: Elaboración Propia

7.1.7 Plan de Inversión

Se necesita para la inversión inicial, el aporte de los socios es de \$20.000.000 se invierte en activos fijos para iniciar el proyecto.

Tabla 24. Inversión inicial Agencia Los Patios Tours

INVERSIÓN INICIAL				
N°	Equipos de Oficina	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1	COMPUTADORES DE MESA HP AIO 21Pulg 205 G4 Todo en Uno Athlon 3050U 1TB 4GB RAM	1,488,900	6	8,933,400.00
2	EPSON Impresora Multifuncional Inalámbrica de Inyección de Tinta MicroPiezo 4 colores L3150	699,900	1	699,900.00
				-
SUBTOTAL				9,633,300.00

N°	Muebles y enseres	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1	SILLAS OFICINA	109,900	6	659,400.00
2	ESCRITORIOS DE MADERA	289,900	6	1,739,400.00
3	LG Aire Acondicionado Inverter 12000BTU 220V VM122C7 WiFi	2,199,900	1	2,199,900.00
4	SILLAS CLIENTES	79,900	12	958,800.00
				-
SUBTOTAL				5,557,500.00

Fuente: Elaboración Propia

7.1.8 FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS

Tabla 25. Flujo de caja proyectado Agencia Los Patios Tours

En esta tabla se logra observar que según el plan de ventas de los paquetes o servicios es un negocio rentable y si se logran alcanzar los objetivos propuestos, cada año abriría mayor utilidad.

Flujo de caja					
Años	1	2	3	4	5
Utilidad neta	188,160,000	239,040,000	309,980,000	357,400,000	409,420,000
+Depreciación.	2,482,410	2,482,410	2,482,410	2,482,410	2,482,410
Diferidos	\$1,760,000	\$1,760,000	\$1,760,000	\$1,760,000	\$1,760,000
Flujo de Ajustado de caja	183,917,590	234,797,590	305,737,590	353,157,590	405,177,590

Fuente: Elaboración Propia

7.1.9 Estado De Resultado

Tabla 26. Estado de resultados Agencia Los Patios Tours

ESTADO DE RESULTADOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	188,160,000	239,040,000	309,980,000	357,400,000	409,420,000
Gastos Varios	17,080,000	17,934,000	18,788,000	19,642,000	20,496,000
Gastos de Personal	137,368,781	141,489,844	145,610,907	149,731,970	153,853,033
Total Gastos	154,448,781	159,423,844	164,398,907	169,373,970	174,349,033
Utilidad Bruta	33,711,219	79,616,156	145,581,093	188,026,030	235,070,967
Menos Depreciación	2,482,410	2,482,410	2,482,410	2,482,410	2,482,410
Menos Diferidos	1,760,000	1,760,000	1,760,000	1,760,000	1,760,000
Utilidad	29,468,809	75,373,746	141,338,683	183,783,620	230,828,557
Menos Impto. 31%	9,135,331	23,365,861	43,814,992	56,972,922	71,556,853
UTILIDAD NETA	20,333,478	52,007,885	97,523,691	126,810,698	159,271,704

Fuente: Elaboración Propia

En esta tabla se puede observar que será una empresa rentable y si todos los años aumentan las ventas, generará mayor utilidad.

8 Evaluación del Proyecto

8.1 VAN Y TIR

Tabla 27. VAN y TIR con el 15%

DATOS GENERALES	
INVERSIÓN	\$ 20,000,000.00
TIEMPO	5 AÑOS
FLUJOS ANUALES DE GANANCIA	\$ 11,000,000.00
TASA DE DESCUENTO	15%

AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE EFECTIVO	-\$ 20,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00
VP	-\$ 20,000,000.00	\$ 9,565,217.39	\$ 8,317,580.34	\$ 7,232,678.56	\$ 6,289,285.70	\$ 5,468,944.09
VPN	\$ 16,873,706.08	RENTABLE				
TIR	47%	COMPETITIVO				

VPN	\$ 16,873,706.08
-----	-------------------------

Tabla 28. VAN y TIR con el 30%

DATOS GENERALES	
INVERSIÓN	\$ 20,000,000.00
TIEMPO	5 AÑOS
FLUJOS ANUALES DE GANANCIA	\$ 11,000,000.00
TASA DE DESCUENTO	30%

AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE EFECTIVO	-\$ 20,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00
VP	-\$ 20,000,000.00	\$ 8,461,538.46	\$ 6,508,875.74	\$ 5,006,827.49	\$ 3,851,405.76	\$ 2,962,619.82
VPN	\$ 6,791,267.27	RENTABLE				
TIR	47%	COMPETITIVO				

VPN	\$ 6,791,267.27
-----	--------------------

Tabla 29. VAN y TIR con el 50%

DATOS GENERALES	
INVERSIÓN	\$ 20,000,000.00
TIEMPO	5 AÑOS
FLUJOS ANUALES DE GANANCIA	\$ 11,000,000.00
TASA DE DESCUENTO	50%

AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE EFECTIVO	\$ 20,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00	\$ 11,000,000.00
VP	-\$ 20,000,000.00	\$ 7,333,333.33	\$ 4,888,888.89	\$ 3,259,259.26	\$ 2,172,839.51	\$ 1,448,559.67
VPN	-\$	897,119.34	RENTABLE			
TIR		47%	COMPETITIVO			

VPN	-\$ 897,119.34
-----	----------------

Análisis:

Con una tasa del 15% se obtiene un perfil competitivo, rentable favorable, para los 5 años, asimismo, se indica que el proyecto es viable y rentable. Se puede evidenciar que, aunque con una mayor tasa del 30 y 50% sigue siendo un proyecto rentable y competitivo.

8. Impactos

8.1 Impacto Económico

La Agencia Los Patios Tour, ofrece precios asequibles a todos los clientes con excelente calidad de servicio, la propuesta busca que podamos interactuar con otras personas rodeados de naturaleza, tranquilidad, diversión, ya que, al realizar deportes como ciclismo, caminatas, yoga terapéutico, disfrute de termales azúfrales, compartir un clima agradable junto a la familia y nuevas amistades.

8.2 Impacto Social

A nivel social la agencia se identifica como una fuente laboral para el municipio de Los Patios ya que la empresa promueve el trabajo en cada región con proveedores nacionales y locales, con el propósito de dar a conocer nuestras culturas, historias, mitos y leyendas de cada región que visitaremos y dar conocer las reservas naturales de cada región.

9 Conclusiones

La idea de negocio de la Agencia Los Patios Tours, el cual tendrá un enfoque ambiental, cultural, basado en principios e interacción familiar en un ambiente tranquilo donde se privilegia la preservación y apreciación del medio ambiente, buscando construir respeto y conciencia ambiental y cultural, así como, experiencias positivas para nuestros clientes y de esta manera lograr fidelización.

La Agencia Los Patios Tours, buscará posicionarse en el municipio, con un plan de negocios orientado en la unión familiar y en disfrutar de las riquezas naturales de las regiones colombianas, buscando generar ingresos para todas las partes de interés que intervienen en este proyecto.

Con el fin de aumentar los niveles de sostenibilidad empresarial, así como la confianza y seguridad de los turistas, con el cumplimiento a los paquetes turísticos que se vayan a ofertar y garantizando una experiencia que quedará en sus recuerdos permanentes.

Al realizar el análisis de la creación de la agencia los patios tours se evidencia que un proyecto viable, rentable y competitivo.

Recomendaciones

Según lo visto en el desarrollo de este trabajo de grado, La Agencia Los Patios Tours debe centrarse en el valor agregado que es brindar a sus clientes servicios de excelente calidad, recurso humano altamente calificado, en la calidad de servicio fomentando nuevas experiencias con los diferentes paquetes turísticos según la preferencia de nuestros clientes.

El turismo es una industria que cada día es más fuerte en el mercado, además se encuentra gran competencia, por lo tanto, es recomendable realizar alianzas estratégicas con proveedores turísticos que presten igual o similar servicio en los sitios turísticos a visitar.

10 Referencias

- (s.f.). Obtenido de <https://www.mintrabajo.gov.co/normatividad/leyes-y-decretos-ley/leyes>
- Benavides, G. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. *sciencedirect.com*, 2 - 6.
- Brida, J. G., Rodríguez-Brindis, M. A., Mejía-Alzate, M. L., & ZapataAguirre, S. (2017). La contribución directa del turismo al crecimiento económico de Colombia. *revista de estudios regionales*, 7.
- camara de comercio bogota*. (s.f.). Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Que-son-las-sociedades-por-acciones-simplificadas>
- Castilla, T. (2014). Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales. *redalyc*, 8 - 10.
- Leguizamon, M. (2016). Empleo Formal E Informal En El Sector Turístico En Colombia . *REVISTA TURISMO Y SOCIEDAD*, 7.
- maps, G. (2021). Obtenido de <https://www.google.es/maps/search/MUNICIPIO+DE+LOS+PATIOS+KM9/@7.8421425,-72.5108158,15z/data=!3m1!4b1?hl=es>
- ministerio de trabajo*. (1 de noviembre de 2021). Obtenido de GOV.CO: <https://www.mintrabajo.gov.co/normatividad/leyes-y-decretos-ley/leyes>
- MRO Diaz, R. M. (2013). Ecoturismo: diagnostico y propuesta estrategica para la oferta de destinos ecoturísticos en colombia por parte de las agencias de turismo localizadas. *redalyc*, 8 - 10.
- Nuria Recuero Virto, F. B. (2016). *Marketing del Turismo Cultural*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- pigneur, o. e. (2015). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>
- Virto, N. R., Blasco, F. L., & Miranda, J. G. (2016). *Marketing del Turismo Cultural*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Yesly Mackey Montoya, D. A. (2017). turismo en colombia . *revista ploutos*, 4,5.

