

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA DE VIAJES  
OPERADORA QUE PROMUEVA EL TURISMO DE BIENESTAR, EN EL  
SOCORRO, SANTANDER

DENILSON STEWUAR SANCHEZ MURILLO

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
PROGRAMA TURISMO  
BUCARAMANGA  
2023

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA DE VIAJES  
OPERADORA QUE PROMUEVA EL TURISMO DE BIENESTAR, EN EL  
SOCORRO, SANTANDER

DENILSON STEWUAR SANCHEZ MURILLO

Trabajo de grado para optar al título profesional en turismo

DIRECTOR

EDIS MAURICIO SANMIGUEL JAIMES

PhD. Dirección y Mercadotecnia

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

PROGRAMA TURISMO

BUCARAMANGA

2023

## **DEDICATORIA**

Le dedico este trabajo a mis padres Sandra Estela Murillo Niño y Omar Sánchez que desde siempre han estado conmigo apoyándome en mis decisiones, momentos difíciles y especiales, a mis tías quienes han estado para mí en todo momento desde mi crianza hasta lo que soy hoy en día por el cual me siento muy orgullo, pero en especial este trabajo es para mi abuelo Armando Murillo quien fue el que me inculco en todo momento la importancia de estudiar y las ganas con las que quiero salir adelante.

## **AGRADECIMIENTOS**

En primera estancia le agradezco a Dios el cual me ha permitido llegar con salud y gozar de mi vida universitaria la cual me cruzo con personas que con el tiempo se convirtieron en amigos importantes, con excelentes profesores que sin lugar a duda son importantes en mi formación como persona y profesional en especial a las docentes Celmira Pereira Franco y Laura Victoria Buitrago Álvarez por sus consejos y dedicación a la carrera.

A mi director de trabajo de grado el ingeniero Edis Mauricio Sanmiguel Jaimes que, por sus orientaciones, consejos, dedicación, por su tiempo y su arduo trabajo me fue fundamental para llevar a cabo este proyecto.

## CONTENIDO

INTRODUCCION .....	17
1. OBJETIVOS .....	19
1.1. OBJETIVO GENERAL .....	19
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	19
2. RESUMEN EJECUTIVO .....	21
2.2. CONCEPTO DE NEGOCIO .....	22
2.3. VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR .....	22
2.4. POTENCIAL MERCADO EN CIFRAS .....	22
2.5. PROYECCION EN VENTAS Y RENTABILIDAD .....	23
2.6. CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD .....	24
3. EL PLAN DE NEGOCIOS ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	24
3.1. ESTADO DE DESARROLLO DEL PROYECTO .....	24
3.1.1 Modelo Canvas .....	25
3.2. EQUIPO DE TRABAJO .....	27
4. MERCADO.....	28
4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	28
4.1.1. Análisis del Sector .....	28
4.1.2. Análisis del mercado .....	30
4.1.3. Mercado objetivo .....	32
4.1.4. PERFIL DEL TURISTA.....	34
4.1.5. Segmentos Del Turista De Bienestar En El Mundo .....	36

4.1.6. SEGMENTO DEL MERCADO .....	40
4.1.7. Criterio de segmentación: geográfico .....	41
4.1.8. Criterio de segmentación: Demográfica. ....	42
4.1.9. Criterio de segmentación: socioeconómico. ....	49
4.1.10. Turistas y visitantes. ....	49
4.1.11. ANÁLISIS DE ENCUESTAS A AGENCIAS DE VIAJES.....	49
4.1.12. Análisis de la competencia .....	50
4.1.13. CLÚSTER O CADENA PRODUCTIVA.....	55
4.2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR.....	57
4.3. ESTRATEGIAS DE MERCADO .....	61
4.3.1. Concepto del Producto o Servicio .....	61
4.3.2. Logo, Imagotipo.....	69
4.3.3. Estrategias de Distribución.....	70
4.3.4. Estrategias de Precio .....	70
4.3.6. Estrategias de Comunicación.....	75
4.3.7. Estrategias de Servicio.....	75
4.3.8. Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo .....	76
4.3.9. Estrategias de Aprovisionamiento .....	76
4.3.10. Justificación Proyecciones De Ventas.....	80
4.3.11 Política de Cartera.....	80
5. ASPECTOS TÉCNICOS Y DE OPERACIÓN .....	81
5.1. OPERACIÓN .....	81

5.1.2. Ficha Técnica del Producto .....	81
5.1.3. Ficha técnica de los servicios .....	82
5.1.4. Ficha técnica de los paquetes turísticos .....	91
5.1.5. Estado De Desarrollo .....	94
5.1.6. Descripción del Proceso .....	96
5.1.7. Necesidades y Requerimientos .....	101
5.1.8. Inversión diferida .....	102
5.1.9. Inversión total .....	102
6. ORGANIZACIÓN .....	102
6.1. MATRIZ DOFA .....	103
6.1.2. Matriz De Impacto Consecuencia Y Estrategia DOFA. ....	104
6.2. ORGANISMOS DE APOYO .....	107
6.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	107
6.3.1. Manual de funciones .....	108
6.4. ASPECTOS LEGALES.....	112
6.5. TIPO DE CONTRATACIÓN DEL PERSONAL .....	120
6.6. COSTOS ADMINISTRATIVOS.....	121
6.6.1. Gastos del personal.....	121
6.6.2. Gastos de Puesta en Marcha .....	122
6.6.3. Gastos Anuales de Administración.....	122
7. FINANZAS .....	124
7.1. INVERSIÓN FIJA.....	124
7.1.1. Equipos de oficina .....	124

7.2. INVERSIÓN FIJA TOTAL .....	124
7.3. INVERSIÓN DIFERIDA .....	124
7.3.1. Inversión diferida .....	125
7.4. INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO.....	125
7.5. COSTOS Y GASTOS .....	125
7.5.1. Depreciación .....	125
7.6. GASTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVOS .....	126
7.6.1. Gastos De Administración .....	126
7.6.2. Gasto De Personal De Ventas .....	126
7.6.3. Gasto De Administración Y Ventas .....	127
7.6.4. Capital De Trabajo.....	127
7.7. PRORRATEO DE COSTOS Y GASTOS.....	127
7.8. COSTEO DE SERVICIOS .....	128
7.8.1. Costos indirectos .....	128
7.9. COSTOS DEL PRODUCTO .....	129
7.10. CREDITO .....	129
7.10.1. Cuotas De Pago De Crédito .....	129
7.10.2. Resumen Del Crédito .....	130
7.11. COSTOS DEL PRODUCTO .....	130
7.12. COSTOS FIJOS .....	131
7.13. COSTOS VARIABLES.....	131
7.13.1. Costos Totales Unitarios .....	131
7.14. PROYECCIONES FINANCIERAS.....	132

7.15. CALCULO DE PRECIO VENTA .....	132
7.16. RESULTADOS DEL PROYECTO .....	133
7.17. FLUJO DE CAJA PROYECTADO .....	133
7.18. ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO.....	135
7. 19. RAZONES FINANCIERAS .....	136
7.20. Evaluación del proyecto.....	137
7.21. Cálculo de la Tasa de Descuento o Tasa de Oportunidad .....	138
7.22. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	138
9. CRONOGRAMA DE ACTIVIADES .....	139
10.CONCLUSIONES .....	140
BIBLIOGRAFIAS.....	142

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Modelo Canvas .....	25
Tabla 2. Empresas turísticas .....	31
Tabla 3. Motivo de viaje en Santander.....	35
Tabla 4. Segmentación de turista de turismo de Bienestar.....	39
Tabla 5. Precios de la Competencia .....	50
Tabla 6. Agencias de viaje .....	51
Tabla 7. Estado emocional .....	55
Tabla 8. Itinerario Wellness.....	62
Tabla 9. Itinerario lúdico recreativo .....	64
Tabla 10. Itinerario Holístico .....	66
Tabla 11. Paquete turístico wellness .....	71
Tabla 12. Paquete turístico Holístico .....	72
Tabla 13. Paquete turístico lúdico recreativo .....	73
Tabla 14. Servicios de alojamiento .....	76
Tabla 15. Servicio de transporte .....	77
Tabla 16. Servicio de alimentación .....	77
Tabla 17. Servicios de wellness.....	78
Tabla 18. Servicios lúdicos recreativos.....	79
Tabla 19. Servicios holísticos.....	80
Tabla 20. Ficha técnica de empresa .....	81
Tabla 21. Ficha técnica de restaurante.....	82
Tabla 22. Ficha técnica de spa .....	83
Tabla 23. Ficha técnica de Guianza.....	84
Tabla 24. Ficha técnica de Gym .....	85
Tabla 25. Ficha técnica de academia de baile .....	86
Tabla 26. Ficha técnica de hotel .....	87
Tabla 27. Ficha técnica de transporte.....	87

Tabla 28. Ficha técnica de sala de belleza .....	88
Tabla 29. Ficha técnica de hotel .....	89
Tabla 30. Ficha técnica de psicólogo.....	90
Tabla 31 Ficha Técnica Paquete de Wellness .....	91
Tabla 32 Ficha Técnica de Paquete Lúdico Recreativo .....	92
Tabla 33 Ficha Técnica de Paquete Holístico.....	93
Tabla 34. Descripción de procesos.....	101
Tabla 35. Equipos de oficina.....	102
Tabla 36. Inversión diferida.....	102
Tabla 37. Inversión total.....	102
Tabla 38. DOFA .....	103
Tabla 39. Matriz de impacto DOFA.....	104
Tabla 40. Manual de funciones Gerente .....	108
Tabla 41. Manual de funciones secretaria .....	110
Tabla 42. Manual de funciones Contador .....	111
Tabla 43. Gastos personal.....	122
Tabla 44. Gastos puesta en marcha .....	122
Tabla 45. Gastos anuales de administración .....	123
Tabla 46. Equipos de oficina.....	124
Tabla 47. Inversión fija.....	124
Tabla 48. Inversión diferida.....	124
Tabla 49. Valor amortización .....	125
Tabla 50. Inversión diferida.....	125
Tabla 51. Inversión capital de trabajo .....	125
Tabla 52. Depreciación de equipos de oficina .....	125
Tabla 53. Gastos de personal de administración .....	126
Tabla 54. Gastos administración.....	126
Tabla 55. Gastos de personal de ventas .....	126
Tabla 56. Gastos de administración y ventas .....	127

Tabla 57. Capital de trabajo .....	127
Tabla 58. Prorrato de equipos de oficina .....	127
Tabla 59. Distribución de depreciación .....	128
Tabla 60. Costeo de servicios .....	128
Tabla 61. Costos Indirectos .....	128
Tabla 62. Costos del producto .....	129
Tabla 63. Crédito a solicitar .....	129
Tabla 64. Resumen del crédito .....	130
Tabla 65. Costos del producto .....	130
Tabla 66. Costos fijos .....	131
Tabla 67. Costos variables .....	131
Tabla 68. Costos totales unitarios.....	131
Tabla 69. Unidades a vender anual .....	132
Tabla 70. Calculo de precio de venta.....	132
Tabla 71. Resultados del proyecto.....	133
Tabla 72. Flujo de caja proyectado .....	134
Tabla 73. Estado de situación financiera .....	135
Tabla 74. Evaluación del proyecto .....	137
Tabla 75. Tasa de descuento.....	138
Tabla 76. Punto de equilibrio .....	138
Tabla 77. Cronograma de actividades .....	139

## LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Agencias de viajes a nivel nacional – Fuente: MINCIT .....	32
Ilustración 2. Agencias de viajes en El Socorro – Fuente: MINCIT .....	33
Ilustración 3. Agencias de viajes en San Gil – Fuente: MINCIT .....	33
Ilustración 4. Motivo de viaje en Santander – Fuente: SITUR .....	34
Ilustración 5. Segmentación del turista de turismo de Bienestar – Fuente: Colombiaproductiva .....	37
Ilustración 6. Nube de palabras – Fuente: Elaboración propia .....	41
Ilustración 7. Lugar de procedencia – Fuente: Encuesta .....	42
Ilustración 8. Identidad de Género – Fuente: Encuesta .....	43
Ilustración 9. Rango de edad – Fuente: Encuesta .....	43
Ilustración 10. No. de acompañantes a viajar – Fuente: Encuesta .....	44
Ilustración 11. Medios de comunicación – Fuente: Encuesta .....	44
Ilustración 12. Redes Sociales – Fuente: Encuesta .....	45
Ilustración 13. Nube de palabras - Fuente elaboración propia.....	46
Ilustración 14. Frecuencia de datos Fuente: Elaboración propia .....	46
Ilustración 15. Turismo de Bienestar – Fuente: Encuesta.....	47
Ilustración 16. No. de días de viaje – Fuente: Encuesta .....	48
Ilustración 17. Motivo de viaje – Fuente: Encuesta.....	48
Ilustración 18. Ingresos - Fuente: Encuesta.....	49
Ilustración 19. Edad comercial – Fuente: Encuesta .....	51
Ilustración 20. Tipo de turismo – Fuente: Encuesta .....	52
Ilustración 21. Oscilación de paquetes – Fuente: Encuesta .....	53
Ilustración 22. Turismo de Bienestar – Fuente: Encuesta.....	54
Ilustración 23. Implementaría Paquetes de bienestar – Fuente: Encuesta .....	54
Ilustración 24. Clúster turístico – Fuente: Elaboración propia.....	57
Ilustración 25. Estados Emocional – Fuente: Encuesta .....	58

Ilustración 26. Tratamientos wellness – Fuente: Elaboración propia .....	58
Ilustración 27. Tratamientos lúdico-recreativos – Fuente: Elaboración propia .....	59
Ilustración 28. Tratamientos holísticos - Fuente: Elaboración propia .....	60
Ilustración 29. Logo de la empresa – Fuente: Elaboración propia .....	69
Ilustración 30. Inversión redes sociales – Fuente: Elaboración propia .....	74
Ilustración 31. Proyección de ventas – Fuente: Elaboración propia.....	80
Ilustración 32 Descripción del paquete lúdico recreativo - Fuente: Elaboración propia .....	97
Ilustración 33 Descripción del proceso del paquete de Medical Wellness - Fuente: Elaboración propia .....	98
Ilustración 34 Descripción del proceso del paquete de Holístico - Fuente: Elaboración propia .....	99
Ilustración 35. Descripción del proceso – Fuente: Elaboración propia.....	100
Ilustración 36. Estructura organizacional – Fuente: Elaboración propia .....	108

## RESUMEN

**TITULO:** PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA QUE PROMUEVA EL TURISMO DE BIENESTAR, EN EL SOCORRO, SANTANDER

**AUTOR:** DENILSON STEWUAR SÁNCHEZ MURILLO

**PALABRAS CLAVE:** TURISMO DE BIENESTAR, AGENCIA DE VIAJES, PLAN DE NEGOCIOS, CREACION DE EMPRESA.

**RESUMEN:** La agencia de viajes especializada en turismo de bienestar se enfoca en ofrecer experiencias de viaje que promuevan el equilibrio y el bienestar mental de los viajeros. El objetivo principal que se cuenta es brindar experiencias a través de nuestros servicios por medio de actividades que fomenten la relajación, la conexión con la naturaleza, la salud física, mental y el rejuvenecimiento.

Dentro del plan de negocios se elaboró un análisis financiero donde se calculó las inversiones, gastos, créditos bancarios, inversionistas, costos, precios comerciales, proyecciones que de acuerdo con lo realizado se encontró que el proyecto es rentable y muy viable.

A través de la investigación de mercados se encontró que no se cuenta con ninguna agencia dedicada a este tipo de turismo lo que es muy bueno para la oportunidad de negocia ya que el turismo de bienestar está incrementando en consumo por parte de los viajeros.

En aspectos técnicos y de operación del plan de negocio, se establece el plan de operación y compras para la creación de la empresa de modalidad virtual, posteriormente, en la organización, se establece la estrategia organizacional, aspectos legales y costos administrativos del plan de negocio. Luego, en el análisis de las finanzas, se estipuló la inversión inicial, el comportamiento en cinco años y el periodo de recuperación de la inversión. Luego se diseñó el plan operativo, estableciendo el cronograma para la adecuación y puesta en marcha del proyecto.

## **ABSTRACT**

TITLE: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF AN OPERATING TRAVEL AGENCY TO PROMOTE WELLNESS TOURISM, IN EL SOCORRO, SANTANDER

AUTHOR: DENILSON STEWUAR SÁNCHEZ MURILLO

KEY WORDS: WELLNESS TOURISM, TRAVEL AGENCY, BUSINESS PLAN, BUSINESS CREATION.

**ABSTRACT:** The travel agency specialized in wellness tourism focuses on offering travel experiences that promote the balance and mental well-being of travelers. The main objective is to provide experiences through our services through activities that promote relaxation, connection with nature, physical and mental health, and rejuvenation.

Within the business plan, a financial analysis was prepared where investments, expenses, bank loans, investors, costs, commercial prices, projections were calculated, and according to what was done, it was found that the project is profitable and very viable.

Through market research, it was found that there is no agency dedicated to this type of tourism, which is very good for the opportunity to negotiate since wellness tourism is increasing in consumption by travelers.

In technical and operational aspects of the business plan, the operation and purchase plan is established for the creation of the virtual company, later, in the organization, the organizational strategy, legal aspects and administrative costs of the business plan are established. Then, in the financial analysis, the initial investment, the behavior in five years and the period of recovery of the investment were stipulated. Then the operational plan was designed, establishing the schedule for the adaptation and start-up of the project.

## INTRODUCCION

Según el ministerio de desarrollo económico por el cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes de que trata el artículo 85 de la Ley 300 de 1996 EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA, en ejercicio de las atribuciones que le confieren los artículos 189, numeral 11 de la Constitución Política y 85 de la Ley 300 de 1996, DECRETA: ARTÍCULO 1o. CLASIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES. Por razón de las funciones que deben cumplir y sin perjuicio de la libertad de empresa, las Agencias de Viajes son de tres clases, a saber: Agencias de Viajes y Turismo, Agencias de Viajes Operadoras y Agencias de Viajes Mayoristas.

DE LAS AGENCIAS DE VIAJES OPERADORAS. Son Agencias de Viajes Operadoras las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos.

ARTÍCULO 5o. FUNCIONES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES OPERADORAS. Las Agencias de Viajes Operadoras cumplirán las siguientes funciones:

Operar dentro del país planes turísticos, programados por Agencias de Viajes del exterior y del país; Organizar y promover planes turísticos para ser operados por ellas mismas, sus sucursales y agencias si las tuviere, de acuerdo con la ubicación de cada una de ellas dentro del territorio nacional; Prestar los servicios de transporte turístico de acuerdo con las disposiciones que reglamentan la materia; Brindar equipo especializado tal como implementos de caza y pesca, buceo y otros elementos deportivos, cuando la actividad lo requiera; Prestar el servicio de Guianza con personas debidamente inscritas en el Registro Nacional de turismo.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>DECRETO 502 DE 1997 [Anónimo]. <https://ccas.org.co/wp-content/uploads/Decreto-502-de-1997.-Agencias-de-viajes.pdf>[página web]. [Consultado el 1, junio, 2023]. Disponible en Internet: <<https://ccas.org.co/wp-content/uploads/Decreto-502-de-1997.-Agencias-de-viajes.pdf>>.

De esta manera la empresa se creó a partir de estos requerimientos establecidos mediante el decreto, por lo tanto, sus operaciones serán inicialmente en el municipio de El Socorro – Santander aliándose con empresas turísticas para generar empleo y un crecimiento turístico y económico involucrando directamente al turismo de bienestar.

## **1. OBJETIVOS**

### **1.1. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan de negocios para el diseño y puesta en marcha de una agencia operadora turística de viajes dedicada al turismo de bienestar en el municipio de El Socorro Santander

### **1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Realizar un análisis de mercado con el fin de identificar la oferta, demanda y diseñar un plan de mercadeo para la prestación del servicio turístico.

Proponer un estudio técnico donde permita la identificación de procesos y operaciones, así como productos y servicios que desarrolle la empresa.

Definir la estructura organizacional de la empresa, para ajustar el personal idóneo, capacitado y profesional en el área de servicio que se va a ofrecer.

Hacer un análisis microentorno y macroentorno para obtener una perspectiva general de aspectos del entorno que puedan generar riesgos.

Diseñar el modelo de negocio a partir de la metodología canvas.

Elaborar un análisis financiero determinando los costos, inversiones, gastos y proyecciones para evaluar su rentabilidad.

## 2. RESUMEN EJECUTIVO

El municipio de El Socorro, Santander posee gran potencial turístico gracias a las características históricas, arquitectónicas y religiosas a su vez hace parte de la red de pueblos patrimonio cultural de Colombia sin embargo carece de flujo de turistas ya que no cuenta con una agencia de viajes turística que promocióne el turismo del municipio y además de su cercanía con el municipio de San Gil, Santander catalogado capital turística del departamento por su fuerte en el turismo de deportes de aventura por ello es el epicentro de turistas que visitan el sur de Santander.

Por lo anterior, se hizo una investigación de mercados para la creación de una agencia operadora turística dedicada al turismo de bienestar en el municipio de El Socorro - Santander, cuenta con gran potencial para vender este tipo de turismo.

El proyecto se enfocó en la prestación de servicios turísticos a través de paquetes de turismo de bienestar que constan de hospedaje, alimentación, transporte, tratamientos holísticos, wellness (bienestar), lúdicos y recreativos; esto condujo a la aplicación de una encuesta y encontramos un mercado consumidor del 85% de aceptación lo cual es aceptable que tomen este tipo de turismo.

Aunque en la indagación se obtuvo que el municipio no cuenta con termalismo, si cuenta con diferentes empresas propias ya establecidas que pueden abastecer a la empresa con sus servicios de relajación a través de terapias, masajes, tratamientos rejuvenecedores, cambios de imagen, actividades físicas y nutricionales a raíz de esto el municipio si cuenta con potencial para crecer turísticamente e incrementar el flujo de turistas.

Existen agencias de viajes convencionales, pero no se cuenta con agencias dedicadas al turismo de bienestar en la región, lo cual "CALM DOWN" será reconocido por ofrecer un servicio diferenciador, de calidad y especializado en el bienestar de sus clientes mejorando su salud física y mental.

## **2.2. CONCEPTO DE NEGOCIO**

La creación de una agencia de viajes operadora dedicada al turismo de bienestar en el municipio de El Socorro, Santander, que ofrecerá servicios turísticos de acuerdo con el gusto del cliente (turista) lo cual se creara su paquete a su caracterización, la principal aspiración con el que cuenta la empresa es lograr una diferenciación sobre el turismo de salud como parte independiente para ofrecer oportunidades reales de mejora de la salud física y mental.

La finalidad de la agencia es brindar servicios de turismo de bienestar complementando a su vez los diferentes servicios turísticos que se perciben en el municipio para la creación de paquetes adecuados a los clientes, involucrando inicialmente empresas socorranas como centros de bienestar, actividades de ocio y deportes, hostelería, transporte, restaurantes y atractivos turísticos.

## **2.3. VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR**

La agencia de viajes CALM DOWN se diferencia de las demás agencias convencionales por el tipo de turismo al que se va a dedicar, el turismo de bienestar, la agencia brindaá servicios de calidad guiados por profesionales los cuales son especialistas en las áreas a desempeñar tales como las terapias, prácticas de relajación, alimentación saludable, actividades físicas y otros aspectos relacionados en los paquetes de turismo de bienestar. Su experiencia les permite ofrecer asesoramiento y recomendaciones para una atención personalizada hacia los partícipes para cumplir de manera satisfactoria un excelente servicio.

## **2.4. POTENCIAL MERCADO EN CIFRAS**

Según MINCIT el número de camas disponibles de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de El Socorro - Santander es de 1.033 para el año 2022, con esta información proyectamos que cada cama esta estipulada por persona teniendo cuenta esta percibimos que el flujo anual de turistas para el año 2022 año de la reactivación turística fue de 1.033 personas<sup>2</sup>.

## **2.5. PROYECCION EN VENTAS Y RENTABILIDAD**

Según las estadísticas territoriales de turismo del MINCIT menciona que el número de camas disponibles de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de El Socorro - Santander es de 1.033 para el año 2022, con esta información se realizaran las proyecciones de nuestro potencial de mercado.

Frente a la pregunta realizada en la encuesta orientada hacia los turistas que tan dispuesto estaría usted a consumir un paquete de "**Turismo de Bienestar**" se encontró que el 82,5% de los turistas encuestados afirman que lo tomarían.

Como porción del mercado para hacer las proyecciones se tomó el 10% por ciento de ellas con un total de 85 personas que viajarían a tomar un paquete de turismo de bienestar, este paquete se constituye al menos de 4 personas lo cual nos arroja un total de 21 paquetes al mes.

Teniendo en cuenta que la aceptación de los 3 paquetes es alta se proyecta una participación igual en cada uno de los paquetes (Lúdico y recreativo, Wellness y "Medical wellness", holístico) en tal sentido cada paquete a ofrecer tendrá una venta de 7 paquetes por mes.

---

<sup>2</sup> MINTURISMO/. [Consultado el 12, abril, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/inicio>.

## **2.6. CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD**

Estas conclusiones se basan en el análisis de los estados financieros, los flujos de caja de la empresa proyectados mensual y anual de donde consideran los gastos de la empresa. Proyectado en fianzas

## **3. EL PLAN DE NEGOCIOS ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN**

### **3.1. ESTADO DE DESARROLLO DEL PROYECTO**

El proyecto propone ante la carencia de productos enfocados al bienestar de las personas, una agencia de viajes operadora dedicada al turismo de bienestar, con el objetivo primordial de realizar actividades encaminadas al cuidado, al descanso, a sentirse bien recibiendo tratamientos alternativos por medio de viajes planificados.

No existen antecedentes de una agencia operadora turística dedicada al turismo de bienestar en el municipio de El Socorro - Santander, por lo tanto, para el autor del proyecto, la creación del plan de negocios significa el inicio o punto de partida.

### 3.1.1 Modelo Canvas

Tabla 1. Modelo Canvas

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CON LOS CLIENTES	SEGMENTACION DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuestros socios claves serán nuestros proveedores que son empresas socorranas que prestan servicios turísticos y de bienestar:</li> </ul> <p>Restaurantes. Hoteles. Transporte. Guías. Spas. Salas de belleza. Aseguradoras. Gimnasios. Conferencistas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Plataformas digitales.</li> <li>Cámara de comercio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Paquetes turísticos.</li> <li>Actividades de bienestar como:  Wellness. Lúdico y recreativo. Holístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Va a ser una empresa digital.</li> <li>Primer agencia operadora turística dedicada al turismo de bienestar en El Socorro, Santander.</li> <li>Los paquetes Turísticos se van a crear dependiendo los gustos o preferencias del cliente de acuerdo con sus necesidades.</li> <li>Los servicios dados en los paquetes turísticos van a estar a cargo de profesionales.</li> <li>La agencia se especializará en turismo de bienestar, no obstante, se ofrecerán paquetes dependiendo el tipo de turismo que busca el cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicios personalizados.</li> <li>La atención con el cliente va a ser directa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para todo tipo de personas (turistas) en especial aquellas que desean mejorar su estado físico, mental o espiritual.</li> <li>Familias.</li> </ul>
	<b>RECURSOS CLAVES</b>		<b>CANALES</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Personal altamente calificado.</li> <li>Servicios especializados según el tipo de actividades que desean realizar.</li> <li>Servicio de Transporte.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Principal la página web de la empresa.</li> <li>Redes sociales:  Facebook. Instagram. WhatsApp. Correo electrónico.</li> </ul>	
<b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b>			<b>FLUJOS DE INGRESOS</b>	

<ul style="list-style-type: none"><li>• Salario de empleados de la empresa.</li><li>• Publicidad.</li><li>• Contratación de servicios.</li><li>• Internet</li><li>• Plan de datos</li><li>• Equipos electrónicos (computador, celular)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ventas de paquetes turísticos.</li><li>• Comisiones.</li></ul>
--	--

Fuente: Elaboración propia.

### **3.2. EQUIPO DE TRABAJO**

El equipo de trabajo estará conformado por el autor del proyecto, el estudiante de la carrera Profesional en Turismo, Denilson Stewuar Sánchez Murillo de la Universidad Industrial de Santander Sede Socorro, quien, en aptitud de estudiante realizará las investigaciones relacionadas con el proyecto.

De acuerdo con la naturaleza del proyecto, para llevarlo a cabo primordialmente requiere una inversión financiera para su creación, para ello se deben solicitar créditos en entidades financieras a través de préstamos o tener alianzas con algunos socios comerciales que deseen invertir en el proyecto.

Teniendo en cuenta las características del proyecto y el producto que va a brindar a sus clientes, se tendrán alianzas comerciales con prestadores de servicios que son empresas socorranas ubicadas en el municipio; involucradas directamente con el turismo de bienestar.

Para que se haga realidad y funcione la agencia a futuro será necesario ya dicho anteriormente la contratación de servicios turísticos de bienestar para establecer los paquetes turísticos; se contratará una agencia de publicidad digital para el desarrollo y mantenimiento de la empresa se contratara con una secretaria y un contador profesional para trabajar de tiempo parcial (trabajo de medio tiempo).

## 4. MERCADO

### 4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

#### 4.1.1. Análisis del Sector

A pesar de los retos que enfrenta la industria del turismo después de la llegada del covid-19, sus empresarios, de la mano del Gobierno, han encontrado soluciones para recuperarse. Una de ellas fue la Ley 2068 del 2020 (Ley del Turismo), que contempla en su artículo 45 la exención transitoria del Impuesto sobre las Ventas (IVA) para servicios de hotelería y turismo hasta el año 2021, la cual se extendió hasta el 2022 mediante la Ley 2155, que incluye paquetes turísticos comercializados por las agencias de viajes. También se han adelantado otras medidas, como la reducción del IVA en los tiquetes aéreos, que disminuyó del 19 al 5% hasta diciembre de este año. Estos alivios han dado como resultado que la industria pueda renovarse conforme lo ha hecho el bolsillo de los colombianos, pese a las restricciones de movilidad y pueda surfear sobre las olas de la reactivación. En conclusión, el gobierno colombiano eximio del IVA a todas las empresas dedicadas al turismo como una ayuda al sector debido a las afectaciones provocadas por el covid-19<sup>3</sup>.

Colombia tiene una de las estrategias de turismo más innovadoras del mundo, gracias a la implementación de soluciones creativas e innovadoras que han facilitado el impulso de la industria turística en el país, ProColombia fue reconocida entre 75 agencias públicas y organizaciones no gubernamentales a nivel mundial

---

<sup>3</sup> GALEANO BALAGUERA, PAULA ANDREA. Las peticiones del turismo en Colombia para consolidar la reactivación. Portafolio.co [página web]. (27, diciembre, 2022). [Consultado el 1, junio, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.portafolio.co/revista-portafolio/turismo-en-colombia-como-va-el-sector-en-2022-y-peticiones-para-consolidar-la-reactivacion-576200>.

por Apolitical, una compañía de origen inglés que busca aportar a la transformación de los gobiernos a través de políticas públicas.

Esta selección la hizo el organismo internacional junto con la Organización Mundial del Turismo y MasterCard. En esta lista incluyeron entidades provenientes de África, Medio Oriente, Asia, Europa y América y que, a su criterio, han demostrado un liderazgo dentro de la industria, además de innovar con nuevos enfoques y utilizar la tecnología y la digitalización para crear comunidades turísticas más accesibles y equitativas. La entidad colombiana, a nivel Américas, quedó entre las 18 agencias escogidas con otras que representan a Estados Unidos, Puerto Rico, Guyana, Costa Rica, Bahamas, Chile, Canadá y Brasil.

“Los criterios para hacer la lista se basaron en tres áreas”, indica Apolitical en la lista publicada en su página web oficial. “Estos fueron la planificación para la recuperación de la industria durante y después de la pandemia, incluso a través de esfuerzos de salud pública, pruebas, tecnología y otras iniciativas. Impulsar inversiones sostenibles a largo plazo que ayuden a maximizar la justicia económica y la inclusión financiera de las comunidades turísticas. Y, finalmente, mejorar la gestión de destinos a través de la implementación de buenas prácticas y modelos de gobernanza, particularmente integrando y respetando las culturas globales y minimizando el impacto ambiental<sup>4</sup>”, indica el organismo.

El año 2021 fue clave para la reactivación del turismo en Colombia, habiendo generado este sector 3.101 millones de dólares en divisas, lo que significa un incremento del 59,5% en comparación con 2020, y sitúa al turismo como el primer generador de divisas del país entre los sectores no tradicionales. En cuanto al producto interno bruto (PIB), en 2021 el Fondo Monetario Internacional (FMI) estimó

---

<sup>4</sup> COLOMBIA TIENE una de las estrategias de turismo más innovadoras del mundo [Anónimo]. el editorial [página web]. (17, octubre, 2021). [Consultado el 16, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.elspectador.com/turismo/colombia-tiene-una-de-las-estrategias-de-turismo-mas-innovadoras-del-mundo/>

un incremento del 10,2% y el Banco de la República de Colombia del 9,9% con respecto a 2020. En realidad, el PIB aumentó un 10,6% en 2021 y, según el FMI, se espera que la economía colombiana crezca un 4,5%. Para ello, los principales aportes al PIB colombiano por sectores son: el comercio (mayorista y minorista) 17,8%, el sector público (defensa y educación entre otros), 15%, la industria manufacturera 11,5%, la promoción inmobiliaria, 8,4%, la agricultura, 7,4%, y otros servicios profesionales<sup>5</sup>, 6,6%.

#### **4.1.2. Análisis del mercado**

Según las estadísticas del sector turístico a nivel nacional obtenidas por el Registro Nacional de Turismo y el Viceministerio de Turismo para finales del año 2022 en el mes de noviembre, Colombia cuenta con 79.987 (100%) empresas turísticas activas, las cuales se destacan en un mayor número de empresas superando las 10.000 siendo las viviendas turísticas 32.924 (41,2%), los establecimientos de alojamiento 17.436 (21,8%) y las agencias de viajes 12.350 (15,4%)<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> TURISMO Y negocio invertir en Colombia [Anónimo]. UNWTO | World Tourism Organization a UN Specialized Agency [página web]. (5, abril, 2023). [Consultado el 3, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.unwto.org/es/inversion/turismo-y-negocio-invertir-en-colombia>

<sup>6</sup> DASHBOARD [Anónimo]. [Consultado el 18, mayo, 2023]. Disponible en Internet: [https://gestion.mincit.gov.co/rnt-bi/dashboard\\_dashboard.php](https://gestion.mincit.gov.co/rnt-bi/dashboard_dashboard.php)

## EMPRESAS TURISTICAS A NIVEL NACIONAL

Tabla 2. Empresas turísticas

Agencias de viajes	12.350
Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional	398
Bares	173
Compañías de intercambio vacacional	11
Concesionarios de servicios turísticos en parque	42
Empresas captadoras de ahorro para viajes	27
Empresas de tiempo compartido y multipropiedad	60
Empresas de transporte terrestre automotor	948
Establecimientos de alojamiento turístico	17.436
Establecimientos de gastronomía	1.438
Establecimientos de gastronomía y similares	19
Guías de turismo	3.536
Oficinas de representación turística	683
Operadores de plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos	39
Operadores profesionales de congresos ferias y convenciones	871
Organizadores de boda destino	4
Otros tipos de hospedaje turísticos no permanentes	8.840
Parques temáticos	184
Usuarios industriales operadores o desarrolladores de servicios turísticos de las zonas francas	4
Viviendas turísticas	32.924
Total 79.917	

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los datos anteriormente obtenidos, las agencias de viajes a nivel nacional cuentan con 12.350 empresas activas, sub - categorizadas en 3 tipos, agencias de viajes y turismo con 5.892 empresas, agencia de viajes operadoras 5.721 empresas, agencia de viajes mayoristas 737 empresas.

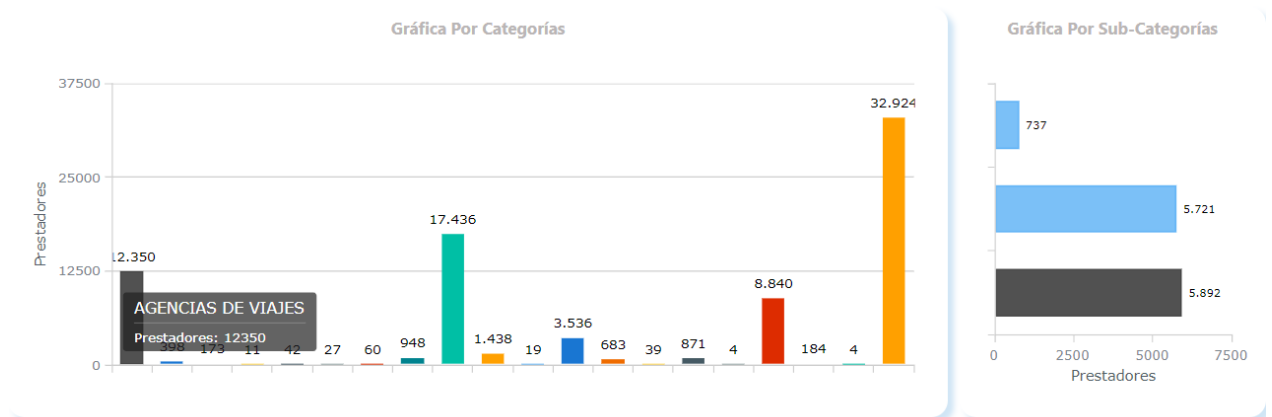


Ilustración 1. Agencias de viajes a nivel nacional – Fuente: MINCIT

A nivel departamental, Santander cuenta con 3.461 empresas turísticas activas categorizadas en 16 tipos de prestadores de servicios, las agencias de viajes son las que asumen más prestadores de servicios a nivel departamental con 696 empresas que derivan en 3 sub – categorías, agencias de viajes mayoristas 31, agencias de viajes operadoras 288, agencia de viajes y turismo 377, teniendo en cuenta del departamento los municipios del Socorro y San Gil.

#### 4.1.3. Mercado objetivo

El municipio del Socorro cuenta con 85 empresas turísticas activas un 2,5% a nivel departamental, teniendo en cuenta las agencias de viajes tiene 9 activas están

subcategorizadas por 2 tipos, 4 son agencias de viajes operadoras y 3 agencias de viajes y turismo.

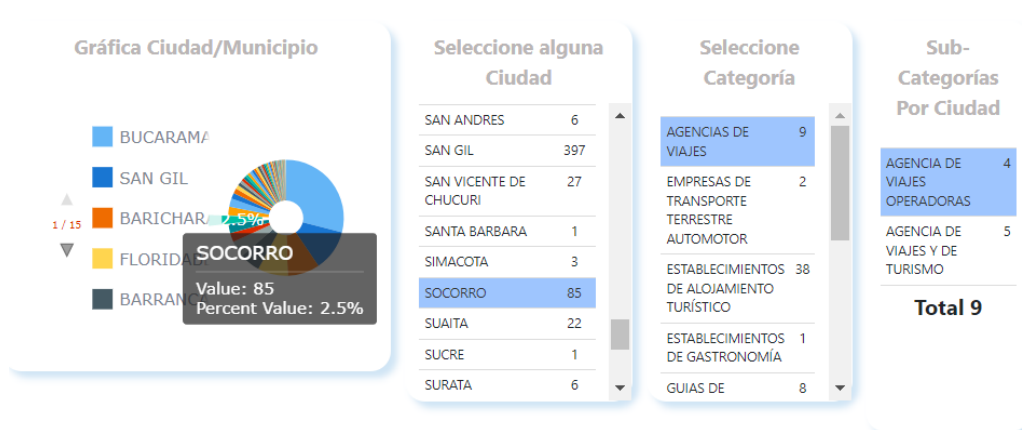


Ilustración 2. Agencias de viajes en El Socorro – Fuente: MINCIT

El municipio San Gil cuenta con 387 empresas turísticas activas un 11,5% a nivel departamental, teniendo en cuenta las agencias de viajes tiene 80 activas están subcategorizadas por 3 tipos, 50 son agencias de viajes operadoras, 2 agencias de viajes mayoristas y 28 agencias de viajes y turismo.

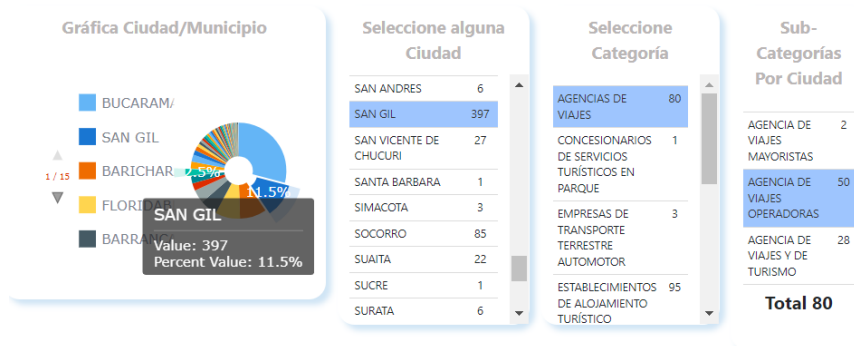


Ilustración 3. Agencias de viajes en San Gil – Fuente: MINCIT

Teniendo en cuenta que la empresa consiste en una agencia de viajes operadora que promueva el turismo de bienestar en el Socorro Santander, nuestro mercado objetivo sera las agencias de viajes operadoras

#### 4.1.4. PERFIL DEL TURISTA

El departamento de Santander, Colombia es un destino turístico sonado para personas que buscan disfrutar de la naturaleza, la aventura y la cultura.

Según SITUR (Sistema de Información Turístico) en su más reciente actualización año (2019) en el mes de junio el mayor porcentaje del motivo principal del turista para visitar al departamento fueron: por inversiones, vacaciones, visitas, salud y educación.

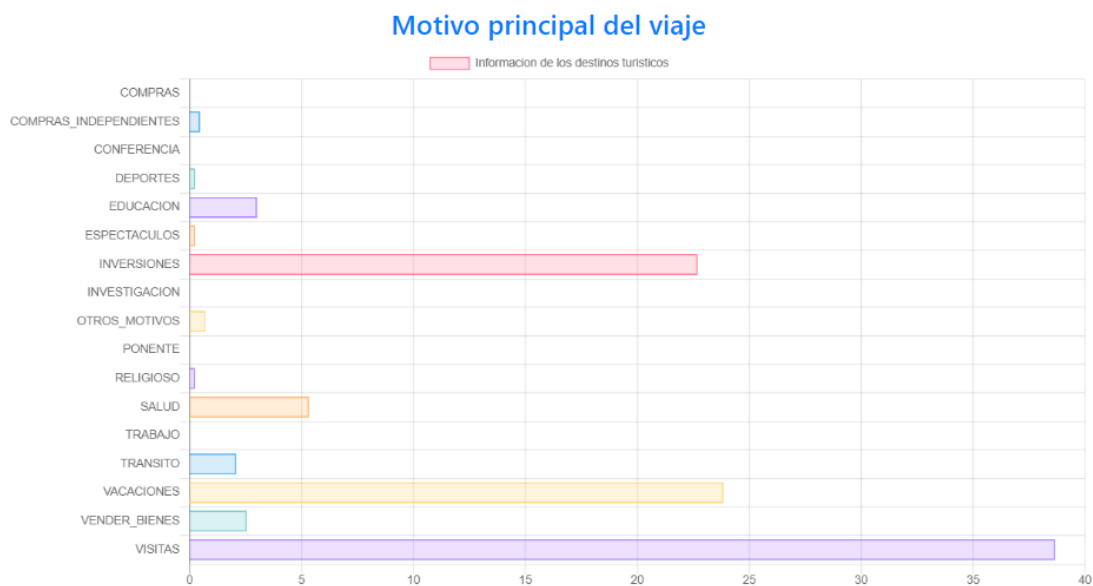


Ilustración 4. Motivo de viaje en Santander – Fuente: SITUR

Tabla 3. Motivo de viaje en Santander

MOTIVO	AÑO	MES	PORCENTAJE
Educación y formación	2019	06	3.0093 %
Salud y atención médica	2019	06	5.3241 %
Vacaciones, recreo y ocio	2019	06	23.8426 %
Realizar inversión y/o Asistir a reunión de negocios	2019	06	22.6852 %
Visitas a familiares y amigos	2019	06	38.6574 %

Elaboración propia.

En el plano departamental, indica SITUR que, para junio de 2019, el 96.06% de los turistas que llegaron a Santander eran nacionales, en tanto el 3.94% eran extranjeros. Asimismo, el 57.4% eran hombres, mientras el 42.6% eran mujeres. Respecto a la edad, el 62.3% estaban entre 25 y 50 años, 107 el 28.94% entre 16 y 25 años y el 8.8% superaban los 50 años. De esta población, el 39.12% llegaron por vía aérea, en tanto el 45.4% arribó por vía terrestre y el 13.19% en transporte propio.

En cuanto a las motivaciones del viaje, el 84.5% de los viajeros de negocios vino para atender una conferencia o evento. Respecto a aquellos que llegaron por razones personales, el 53% vino para visitar familiares o amigos y el 33% por motivos de vacaciones u ocio.

Con relación al viaje turístico, SITUR establece que la duración suele estar entre 1 y 3 días (61%), y 4 y 5 días (19.21%), que los turistas reportan una elevada satisfacción (95% superior a 8 en una calificación de 1 a 10) y el 95% volvería a visitar el departamento<sup>7</sup>.

Según Plan de Desarrollo San Gil 2020 – 2023 se puede evidenciar que los visitantes nacionales provienen principalmente del mismo departamento de

<sup>7</sup> SITUR - SANTANDER [Anónimo]. SITUR - SANTANDER [página web]. [Consultado el 14, marzo, 2023]. Disponible en Internet: <http://www.sitursantander.co/Estadisticas>.

Santander (41%, fundamentalmente de la ciudad de Bucaramanga), así como de Cundinamarca (17%), Boyacá (6 %), Norte de Santander, Caldas y Antioquia (5% respectivamente), entre otros 10 departamentos.

Igualmente, los visitantes extranjeros son oriundos de Alemania (22%), Estados Unidos (22%), Venezuela (14%), Argentina (11%), Canadá (8%), Brasil (8%), así como también de Bolivia, Perú, Chile y México<sup>8</sup>.

En El Socorro, Santander se puede evidenciar a través del plan de desarrollo municipal vía web que:

Según el estudio realizado para el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico 2016 - 2025, identificó que el 96% de los turistas son de origen nacional y solo el 4% son de países como Estados Unidos, Francia, México y Argentina.

De los turistas nacionales el 23% proviene de otros municipios de Santander, el 32% del departamento de Cundinamarca, y más del 10 % del eje cafetero.

El 34% de los turistas tiene menos de 35 años, el 49% está en el rango de los 36 a 55 años y solo el 17 % son mayores de 56 años<sup>9</sup>.

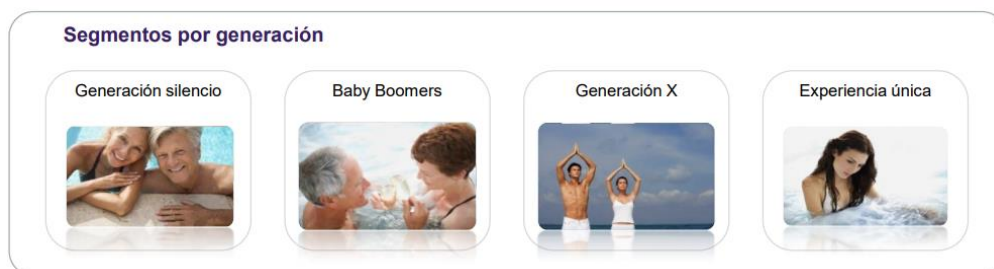
[https://socorrosantander.micolombiadigital.gov.co/sites/socorrosantander/content/files/000415/20742\\_plan-de-desarrollo-2020-2023-aprobado.pdf](https://socorrosantander.micolombiadigital.gov.co/sites/socorrosantander/content/files/000415/20742_plan-de-desarrollo-2020-2023-aprobado.pdf)

#### **4.1.5. Segmentos Del Turista De Bienestar En El Mundo**

---

<sup>8</sup> PLAN DE desarrollo San Gil con visión Ciudadana 2020-2023 [Anónimo]. Alcaldía de San Gil [página web]. [Consultado el 10, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.sangil.gov.co/publicaciones/44/plandedesarrollosangilconvisionciudadana2020-2023/>

<sup>9</sup> PLAN DE desarrollo del municipio del Socorro para el periodo 2020 – 2023 “El Socorro, la ciudad de las oportunidades” [Anónimo]. Alcaldía Municipal del Socorro Santander [página web]. [Consultado el 10, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <http://www.socorrosantander.gov.co/planes/plandedesarrollomunicipalsocorrosantander>.



*Ilustración 5. Segmentación del turista de turismo de Bienestar – Fuente: Colombiaproductiva*

## **GENERACIÓN SILENCIO**

- Generación leal
- Servicios personalizados
- Tradicional oferta de tratamientos
- Nacidos entre 1925 y 1942
- Este segmento es lo forman principalmente clientes de proximidad y responden únicamente al marketing personalizado (llamadas telefónicas y notas personalizadas, por ejemplo)

## **BABY BOOMERS**

- “Siempre joven”
- Fuente importante de ingresos
- Tratamientos con valor añadido
- Nacidos entre 1943 y 1960
- Este segmento es generador de ingresos importantes para el sector del bienestar
- Los baby boomers buscan tratamientos de prevención pero que no estén relacionados con la edad

## **GENERACIÓN X**

- Conectados en todo momento
- Conocen muy bien las tendencias de bienestar
- Son conscientes de los problemas medioambientales
- Nacidos entre 1961 y 1981
- A este segmento le gusta conocer las ofertas de los centros a través de la web.
- Son muy escépticos y necesitan conocer en detalle cada oferta del spa
- Son especialmente receptivos a las acciones de protección del medioambiente

## **MILENARIOS**

- El spa es una necesidad
- Expectativa de resultados inmediatos
- Nuevos “creadores de tendencias” del sector del bienestar
- Nacidos entre 1982 y 2000
- Esta nueva generación está muy bien informada y le gusta probar cosas nuevas
- Son muy receptivos a las campañas de marketing basadas en tendencias, tratamientos y servicios

Debido a la necesidad y preferencia de viajes entre los turistas de salud y bienestar, resulta necesario segmentar el mercado para ajustar el mercado a cada uno de los perfiles de los turistas.

Cuestiones como la capacidad económica y el estado de salud influyen en la duración de los viajes, la propensión al gasto y el tipo de tratamiento que necesitarán.

La ocurrencia de nuevos perfiles a los clientes es resultado de un proceso de cambios sociales, en el cual, además de las variables socio - demográficas, es

necesario considerar otras relacionadas con la cultura, los valores y los comportamientos del mercado al que se dirige la oferta.

Si bien el segmento senior (a partir de los 50 años) ha sido el principal mercado al que se ha dirigido el turismo de salud y bienestar, una mayor concienciación sobre el cuidado del cuerpo y la mente desde una perspectiva holística ha amortiguado el desarrollo de una demanda de terapias y tratamientos por parte de turistas más jóvenes.<sup>10</sup>

Tabla 4. Segmentación de turista de turismo de Bienestar

<b>CONTEXTO Y TENDENCIAS</b>	<b>PERFIL</b>	<b>MOTIVACIONES</b>
<p>Aumento de la esperanza de vida.</p> <p>Predisposición a viajar.</p> <p>Mayor capacidad económica.</p> <p>Estancias más largas.</p> <p>Interés por el bienestar y la salud física y mental.</p>	<p>Senior de alma joven (31 a 35 años)</p>	<p>Búsqueda de terapias y tratamientos que le ayuden a mantenerse en forma y relajarse.</p> <p>Oferta complementaria: preferencia por experiencias activas y de aventura</p>
<p>Aumento de la esperanza de vida.</p> <p>Predisposición para viajar.</p>	<p>Senior (a partir de 50 años)</p>	<p>Búsqueda de terapias y tratamientos preventivos y curativos tanto para la salud física como mental.</p>

<sup>10</sup> SÁNCHEZ BERGARA, Sheila. Tendencias, perfiles y motivaciones del turismo de salud y de bienestar. [http://www.aept.org/archivos/documentos/informe\\_turismo\\_de\\_salud\\_y\\_bienestar\\_ostealea.pdf](http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_turismo_de_salud_y_bienestar_ostealea.pdf) [página web]. [Consultado el 10, mayo, 2023]. Disponible en Internet: [http://www.aept.org/archivos/documentos/informe\\_turismo\\_de\\_salud\\_y\\_bienestar\\_ostealea.pdf](http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_turismo_de_salud_y_bienestar_ostealea.pdf).

<p>Mayor capacidad económica.</p> <p>Estancias más largas.</p> <p>Interés por el bienestar y la salud física y mental.</p>		<p>Oferta complementaria: preferencia por experiencias pasivas y contemplativas.</p>
<p>Uso intensivo de las NTIC.</p> <p>Uso de plataformas de Intercambio y colaboración.</p> <p>Gran valor a las experiencias auténticas.</p> <p>Preocupación por cuestiones de sostenibilidad.</p> <p>Alto nivel de educación.</p> <p>Menor capacidad económica.</p>	<p>Millenials</p>	<p>Búsqueda de terapias alternativas, tratamientos cosméticos y de bienestar físico y mental.</p> <p>Oferta complementaria: Inmersión en la comunidad local, la cultura, idioma, tradiciones, etc.</p>

Elaboración propia.

Se aplicó una encuesta a turistas y visitantes para determinar el conocimiento que tienen y la aceptación sobre el turismo de Bienestar y se obtuvo que:

**Encuesta:** <https://docs.google.com/forms/d/1lelyiQi2LI1rqxo8AJ863UG6nzAO3F6qnM0hkDhMg/edit>

#### 4.1.6. SEGMENTO DEL MERCADO





Ilustración 7. Lugar de procedencia – Fuente: Encuesta

La mayor frecuencia del lugar de procedencia de los turistas y visitantes fueron: El Socorro 24, Bucaramanga 18, San Gil 15, Barichara 10, Barranquilla 6, Piedecuesta 5, Simacota 4, Barbosa 2, Floridablanca 2 y Oiba 2.

#### 4.1.8. Criterio de segmentación: Demográfica.

La información de la segmentación demográfica se obtuvo a través de una encuesta realizada a turistas y visitantes que se encuentran en el municipio de El Socorro Santander, realizada digitalmente para medir el flujo de turistas que pueden ser clientes potenciales.

Se encuestó a 103 personas y se obtuvo:

Género  
102 respuestas

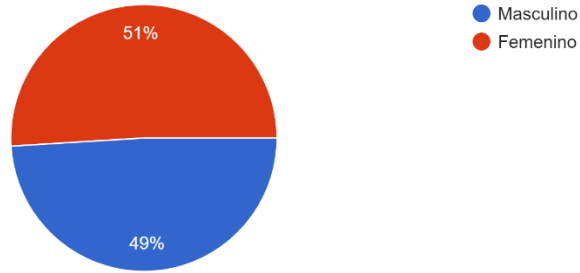


Ilustración 8. Identidad de Género – Fuente: Encuesta

En los encuestados predominó el género femenino con un 51% y un 49% el masculino.

Rango de edad  
103 respuestas

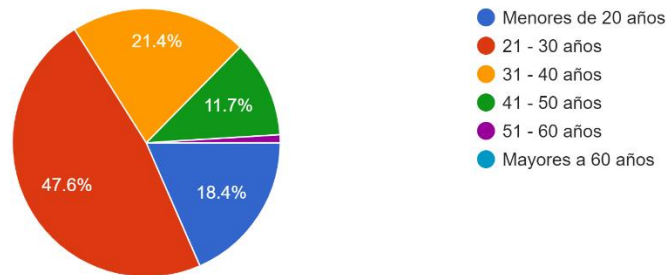


Ilustración 9. Rango de edad – Fuente: Encuesta

El rango de edad que predominó fue de 21 a 30 años con un 47,6% lo cual nos indica que nos direccionaremos un mercado joven, seguido de 31 a 40 años con un 21,4%, menores de 20 años con un 18,4%, 41 a 50 años con un 11,7% y 51 a 60 años con 1%.

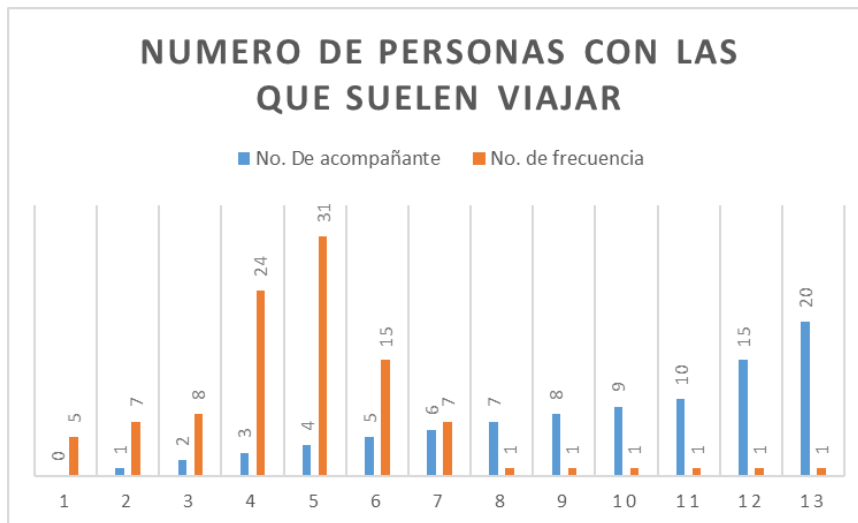


Ilustración 10. No. de acompañantes a viajar – Fuente: Encuesta

El número de personas con la que suelen viajar es de 4 ya que fue la que más frecuente con un total de 31 elecciones por los encuestados.

¿De los siguientes medios de comunicación cual es el mas usado por usted?

103 respuestas

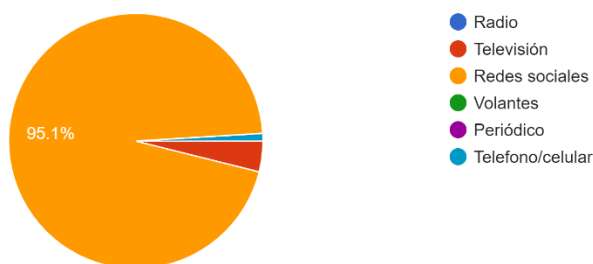


Ilustración 11. Medios de comunicación – Fuente: Encuesta

Con un 95,1% las redes sociales es el medio de comunicación más usado por los encuestados.

De las siguientes redes sociales cual o cuales suele usar con mayor frecuencia

103 respuestas

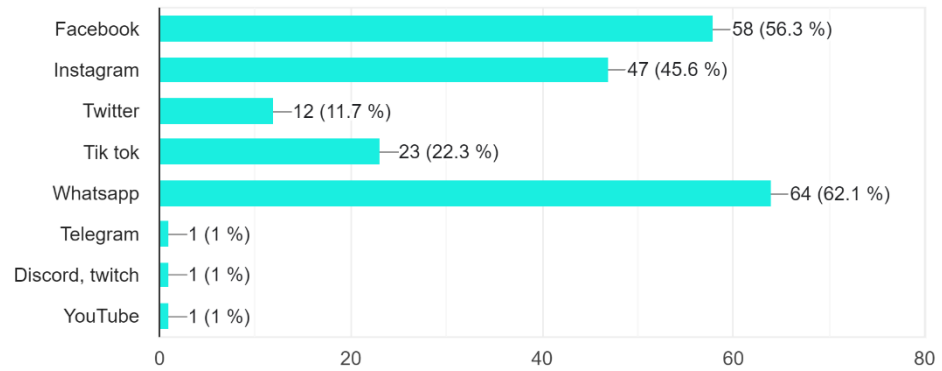


Ilustración 12. Redes Sociales – Fuente: Encuesta

Las redes sociales que más usan los encuestados es el WhatsApp la red social más usada seguida por Facebook e Instagram.

Mencione porque medios de comunicación ha tenido información sobre turismo de bienestar:



Los encuestados respondieron con mayor frecuencia las redes sociales como medio por el cual se enteraron sobre el turismo de bienestar.

El **turismo de Bienestar** es aquel que resulta del desplazamiento de turistas que desean mejorar su estado físico, mental y/o espiritual por medio de actividades de bienestar; como resultado de estos tratamientos, esperan tener una mayor disposición para satisfacer sus propias necesidades y funcionar mejor en sus actividades diarias.

 Copiar

¿Qué tan de acuerdo esta usted con el turismo de Bienestar?

103 respuestas

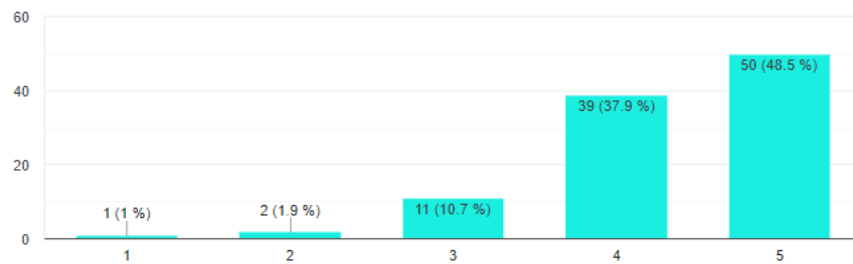


Ilustración 15. Turismo de Bienestar – Fuente: Encuesta

Teniendo en cuenta la teoría sobre turismo de bienestar, están muy de acuerdo en tomar este tipo de turismo.

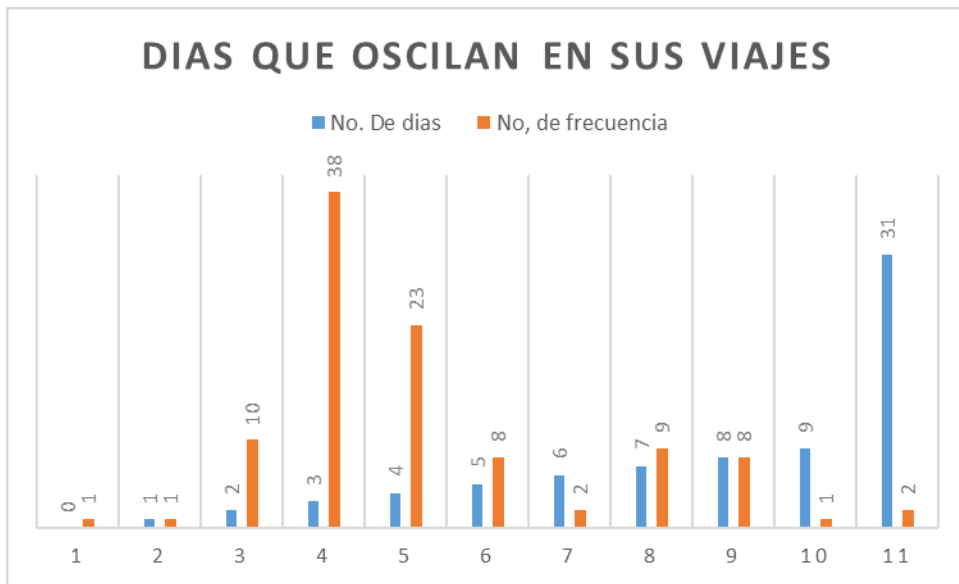


Ilustración 16. No. de días de viaje – Fuente: Encuesta

El número de días en que suelen viajar son 3 ya que es el de mayor frecuencia con un total de 38 selecciones por parte de los encuestados.

¿ Cual es el motivo principal de su viaje?

103 respuestas

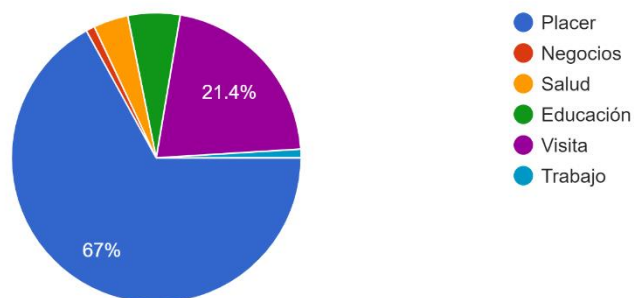


Ilustración 17. Motivo de viaje – Fuente: Encuesta

El motivo principal de viaje es por placer con un 67% seguido por la visita con un 21,4%, la educación con un 5,8%.

#### 4.1.9. Criterio de segmentación: socioeconómico.

La información de la segmentación socioeconómica hace parte de una encuesta de análisis realizada a agencias operadoras y a turistas y visitantes que se encuentran en el municipio de El Socorro Santander, realizada digitalmente para medir el flujo de dinero que gastan en sus viajes lo cual y calcular rentabilidades para los precios de los paquetes turísticos de la empresa.

#### 4.1.10. Turistas y visitantes.

¿De cuanto son sus ingresos expresados en salarios mínimos ?

103 respuestas

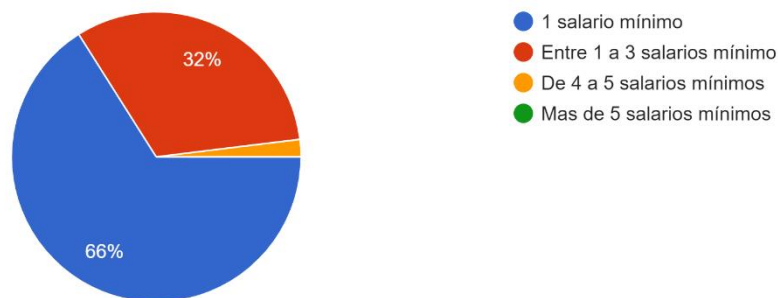


Ilustración 18. Ingresos - Fuente: Encuesta

Un 66% ganan un salario mínimo, un 32% de 1 a 3 salarios mínimos y 1,9% de 4 a 5 salarios mínimos.

#### 4.1.11. ANÁLISIS DE ENCUESTAS A AGENCIAS DE VIAJES

Se desarrollo un análisis a partir de una encuesta a las agencias para medir como están posicionados en el mercado.

Tabla 5. Precios de la Competencia

<b>PRECIOS QUE OSCILAN LOS PAQUETES TURÍSTICOS DE LAS AGENCIAS ENCUESTADAS</b>
Depende, según el plan y la cantidad de días, aproximadamente un mínimo de 300.000
50mil
200 a 400
Desde 120.000
Desde \$570.000 en adelante
Desde 40.000 pesos hasta 300.000
Dependiendo de las actividades pueden costar hasta 600.00
\$ 200.000 - \$ 600.000
\$300.000

Elaboración propia.

Según las agencias de viajes encuestadas el precio promedio por paquete turístico en general es de \$360.00.

#### **4.1.12. Análisis de la competencia**

El municipio de El Socorro, Santander cuenta con un total de 9 agencias turísticas y el municipio de San Gil, Santander con un total de 80 agencias.

Se envió por medio de la red social (WhatsApp) y se realizó una salida a campo la cual fue para la divulgación de una encuesta digital para recolectar información acerca de estas agencias y se obtuvo que:

ENCUESTA: [https://docs.google.com/forms/d/12c4wl1WWQt\\_T5nced2x8PkOkhskURXZ881e1JTc\\_hE/edit#responses](https://docs.google.com/forms/d/12c4wl1WWQt_T5nced2x8PkOkhskURXZ881e1JTc_hE/edit#responses)

En total solo contestaron la encuesta entre los 2 municipios un total de 9 agencias de viajes.

Tabla 6. Agencias de viaje

<b>NOMBRE DE LA EMPRESA O PROPIETARIO</b>
Toures de mi tierra
Vértigo total
De la tierra casa taller – Barichara
Armonía travel
Moncogua SAS
Jottatravel Colombia
San Gil tours
Pedro Javier Ramírez Bohórquez
Aventura total

Elaboración propia.

Se les pregunto ¿Hace cuánto tiempo está ejerciendo su actividad comercial?, y se obtuvo que:

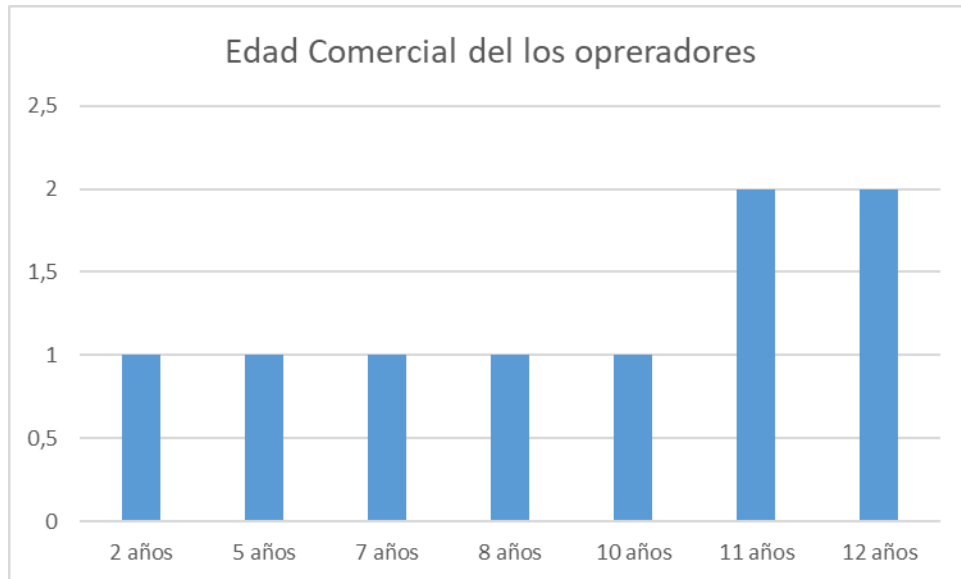


Ilustración 19. Edad comercial – Fuente: Encuesta

Llevan en promedio 9 años en el mercado laborando y constituidas legalmente, esto las hace comercialmente llamativas y factibles para los turistas por su tiempo en el comercio.

Se les pregunto ¿Cuál es el tipo de turismo más recurrente que vende?, y esto se obtuvo

¿Cuál es el tipo de turismo mas recurrente que vende? (puede seleccionar mas de uno)  
9 respuestas

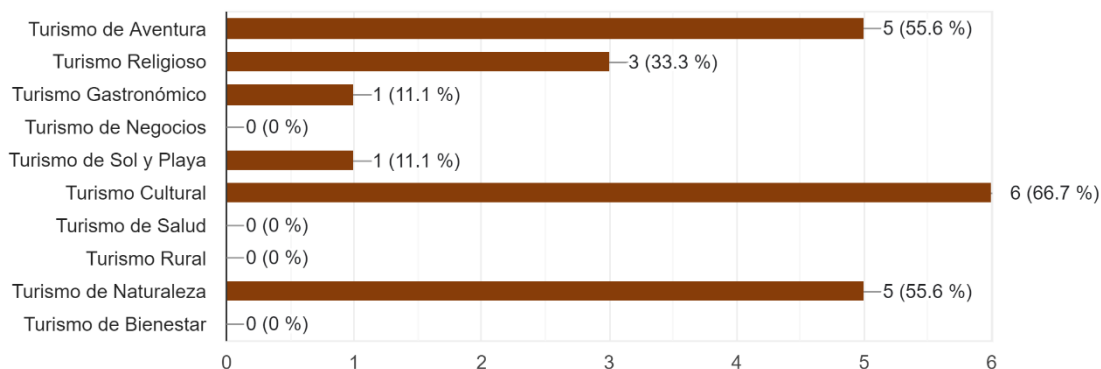


Ilustración 20. Tipo de turismo – Fuente: Encuesta

Teniendo en cuenta los resultados, el turismo más vendido es el turismo cultural, turismo de naturaleza, turismo de aventura y turismo religioso.

Esto quiere decir que no contamos con una competencia directa ya que no se encontró una agencia que se dedicara o vendiera paquetes turísticos enfocados a turismo de bienestar.

Se les pregunto el tiempo que oscilan sus paquetes turísticos en días a las agencias de viajes, y se obtuvo:

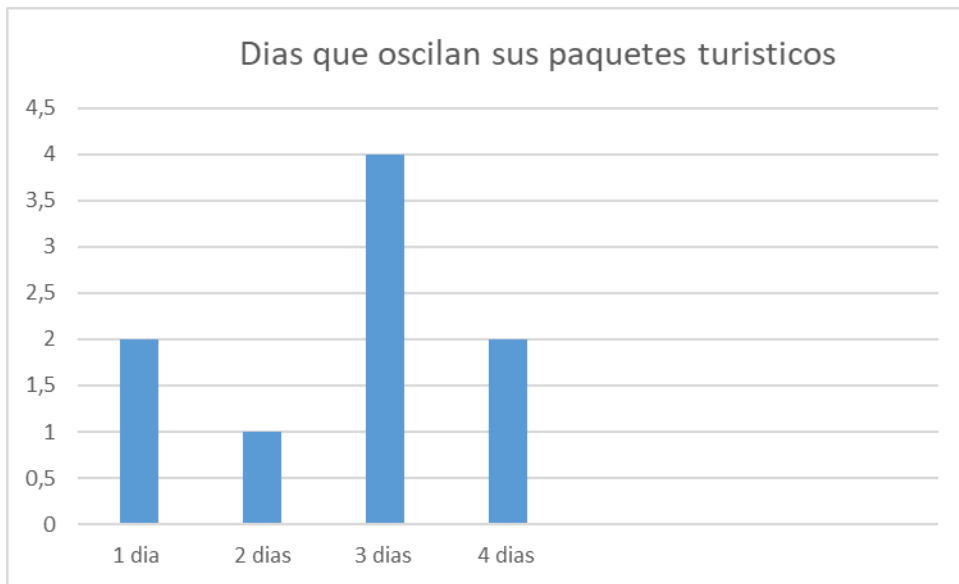


Ilustración 21. Oscilación de paquetes – Fuente: Encuesta

Que en promedio los paquetes duran 3 días y 2 noches.

Se les pregunto si ¿Han prestado servicios de turismo de bienestar? y se obtuvo que:

El turismo de Bienestar es aquel que resulta del desplazamiento de turistas que desean mejorar su estado físico, mental y/o espiritual por medio de a... ¿Han prestado servicios de Turismo de Bienestar?  
9 respuestas

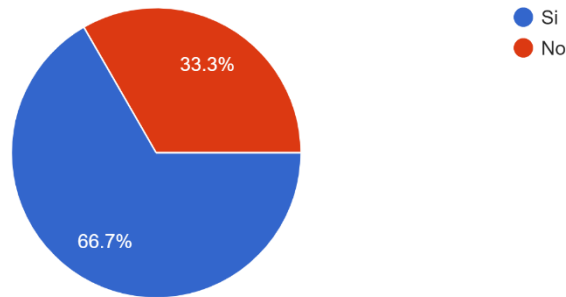


Ilustración 22. Turismo de Bienestar – Fuente: Encuesta

Como resultado se obtuvo que el 66.7% (6) dijeron que sí y el 33,3% (3) dijeron que no, los operadores afirman que si han prestado servicios de bienestar sin embargo a revisar los conceptos de turismo de bienestar encontramos que no existen paquetes turísticos enfocados al bienestar.

Se les pregunto ¿Implementaría en sus paquetes el turismo de bienestar? Y se obtuvo

¿Implementaría en sus paquetes el turismo de bienestar?  
9 respuestas

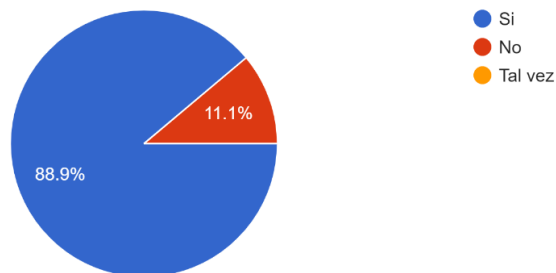


Ilustración 23. Implementaría Paquetes de bienestar – Fuente: Encuesta

Del 100% en total de las agencias encuestadas (9) el 88,9% (8) respondió que si implementaría paquetes de turismo de bienestar y el 11,1% (1) dijo que no.

Este resultado indirectamente a un futuro nos representa como una amenaza ante una posible competencia.

Se les pregunto si en sus clientes a percibido cambios emocionales (antes y después) de haber tomado el servicio y se obtuvo que:

*Tabla 7. Estado emocional*

<b>ESTADO EMOCIONAL</b>	<b>Porcentaje</b>
Felicidad	35,5% (3)
Sorpresa	12,5% (1)
Estrés	12,5% (1)
Calma	25% (2)
Se crea un vínculo de amistad	12,5% (1)

Elaboración propia.

Se puede decir que si han percibido el estado emocional que llegan los clientes ya que se puede evidenciar en la tabla el estado emocional y su recurrencia.

Sus precios promedios en general por paquete oscilan en \$360.000.

#### **4.1.13. CLÚSTER O CADENA PRODUCTIVA**

El clúster del turismo busca mejorar la competitividad y la eficiencia de la industria turística, a través de la colaboración y la creación de asociaciones entre las

empresas y organizaciones involucradas en el sector, ya que el proyecto incluye estos actores muy necesarios y prioritarios para su desarrollo.

El departamento de Santander cuenta con un Clúster de Turismo Vacacional es la apuesta regional que busca fortalecer y potencializar las condiciones de los miembros de clúster y contribuir a la consolidación de la región como un destino experiencial - conectado, con el objetivo de atraer a turistas nacionales e internacionales especializados que buscan una oferta integral que les permita vivir y conocer riquezas naturales y culturales<sup>11</sup>.

El clúster para utilizar en el proyecto es de acuerdo con los servicios y empresas que se encuentran y/o estén a la disposición del municipio Socorro – Santander y se relacionen directamente con la agencia operadora turística.

---

<sup>11</sup> CLUSTER SANTANDER - Clúster Turismo [Anónimo]. Clúster Santander [página web]. [Consultado el 11, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://clustersantander.com/bienvenido-cluster-turismo/>

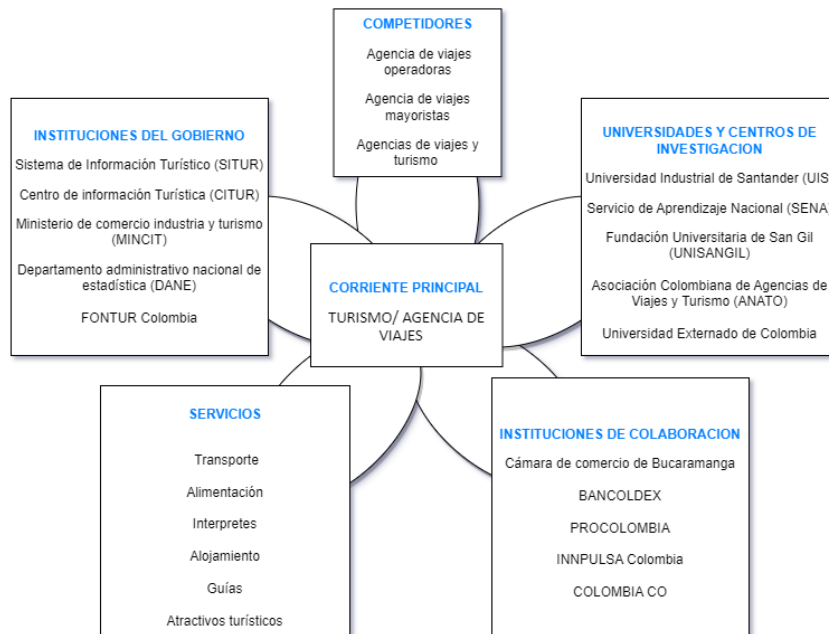


Ilustración 24. Clúster turístico – Fuente: Elaboración propia

## 4.2. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR

Resultados obtenidos por la encuesta realizada a los turistas y visitantes para medir las acciones más adecuadas al construir los paquetes turísticos.

Frente a la pregunta: que tanto afecta los estados emocionales su calidad de vida, donde 1 corresponde a no hay afectación y 5 corresponde a si hay afectación.

De las siguientes afirmaciones cual o cuales cree usted que afecten su calidad de vida. De 1 a 5 califique que tanto afecta su calidad de vida, donde 1 corresponde a no hay afectación y 5 corresponde a hay afectación

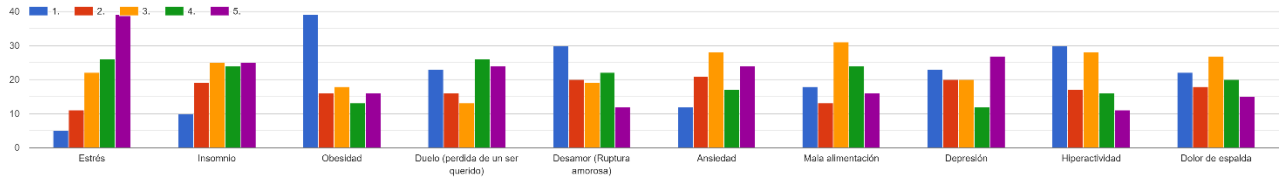


Ilustración 25. Estados Emocional – Fuente: Encuesta

La mayor afectación que causa en las personas es el estrés, insomnio, duelo (perdida de un ser querido), ansiedad, mala alimentación y la depresión.

Los tratamientos de Wellness y Medical wellness que mas acudirian son:

Teniendo en cuenta que despues de 3,0 es equivalente a que si tomarina estos tratamientos.

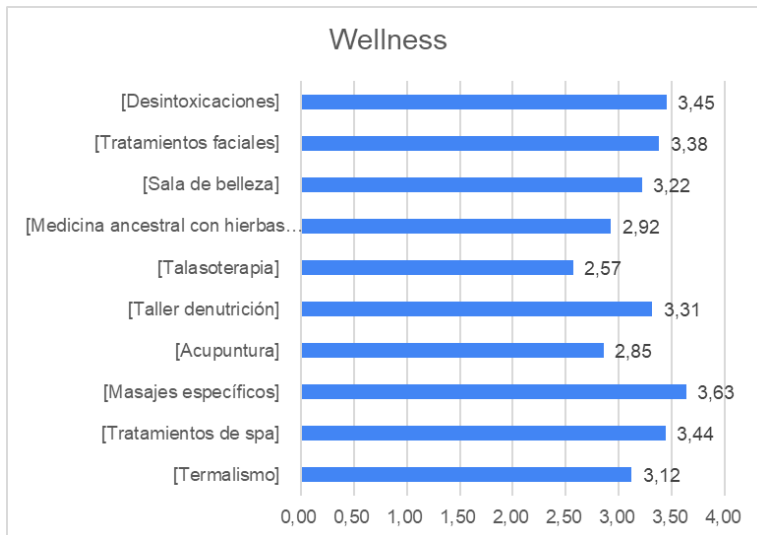


Ilustración 26. Tratamientos wellness – Fuente: Elaboración propia

Desintoxicaciones, tratamientos faciales, salas de belleza, taller de nutricion, masajes especificos, tratamientos de spa y termalismo.

Los tratamientos lúdicos y recreativos que mas acudirían son:

Teniendo en cuenta que despues de 3,0 es equivalente a que si tomarina estos tratamientos.

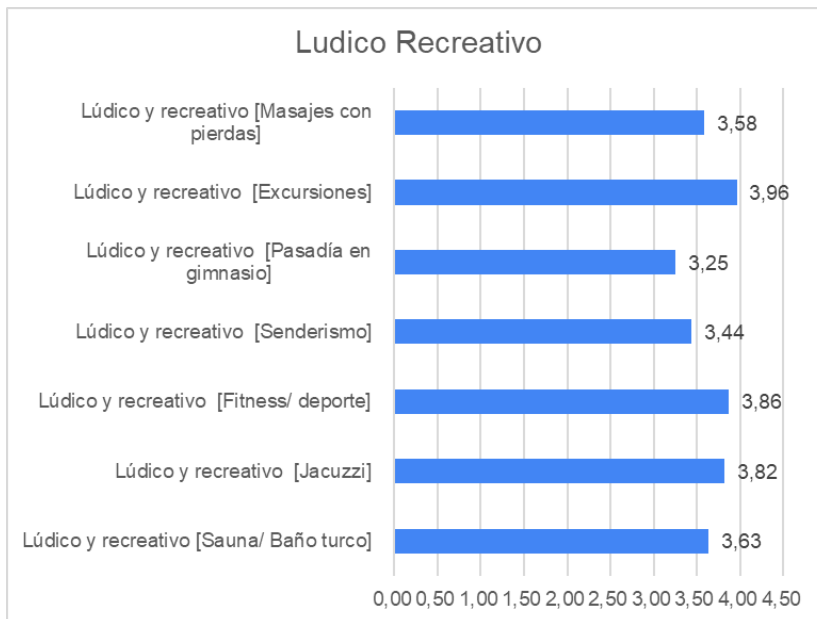
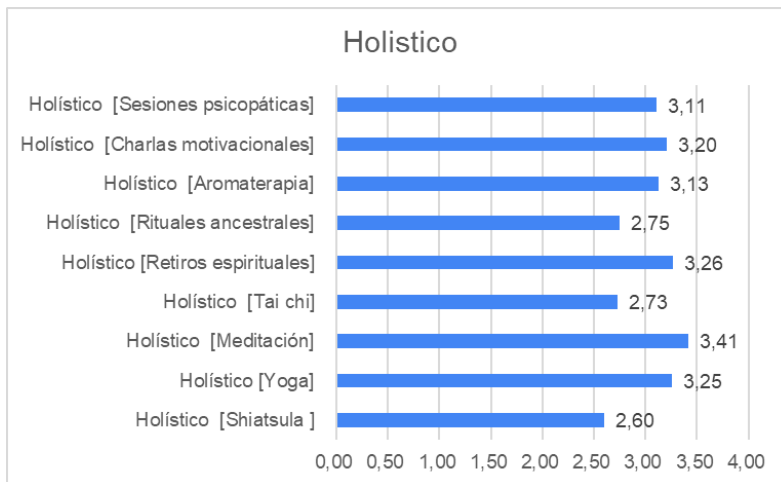


Ilustración 27. Tratamientos lúdico-recreativos – Fuente: Elaboración propia

Masajes con piedras, excursiones, pasadía en un gimnasio, senderismo, fitness/deporte, jacuzzi y sauna/baño turco.

Los holísticos recreativos que más acudirían son:

Teniendo en cuenta que después de 3,0 es equivalente a que si tomaría estos tratamientos.



*Ilustración 28. Tratamientos holísticos - Fuente: Elaboración propia*

Sesiones psicopáticas, charlas motivacionales, aromaterapia, retiros espirituales, meditación, y yoga.

### **4.3. ESTRATEGIAS DE MERCADO**

#### **4.3.1. Concepto del Producto o Servicio**

Una agencia de viajes operadora dedicada al turismo de bienestar en el municipio de El Socorro, Santander, que ofrecerá servicios turísticos de acuerdo con el gusto del cliente (turista), la principal aspiración con el que cuenta la empresa es lograr una diferenciación sobre el turismo de salud como parte independiente para ofrecer oportunidades reales de mejora de la salud física y mental.

La finalidad de la agencia es brindar servicios de turismo de bienestar complementando a su vez los diferentes tipos de turismo para ofrecer paquetes turísticos adecuados a sus clientes, involucrando empresas que presten servicios tales como centros de bienestar, actividades de ocio y deportes, hostelería, transporte, restaurantes y atractivos turísticos.

**NOTA:** estos paquetes turísticos se crearon dependiendo de los resultados obtenidos mediante la investigación de mercados por medio de una encuesta en donde se puede evidenciar los problemas que afectan el bienestar de las personas y el tipo de actividad o tratamiento que desean realizar para contrarrestar estas afectaciones.

Tabla 8. Itinerario Wellness

<b>ITINERARIO</b>	
<p><b>PAQUETE TURISTICO “BELLEZA RELAJANTE”</b></p> <p>A continuación, te presentamos un itinerario turístico de wellness y “medical wellness para 3 días y 2 noches en El Socorro Santander. Este itinerario incluye actividades relajantes encontradas dentro del municipio enfocados en el bienestar y la tranquilidad.</p> <p>Ten en cuenta que este itinerario es de acuerdo con las necesidades y exigencias del cliente lo cual puede variar dependiendo del gusto.</p>	
<b>DIA 1</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
MAÑANA	<p>Llegada al Socorro, Santander</p> <p>Check-in en el hotel SAN ESTEBAN</p> <p>Tómate un tiempo para relajarte y disfrutar de las instalaciones del hotel. Puedes comenzar con una caminata al aire libre o un baño en la piscina.</p>
TARDE	<p>Almuerza en LA ECOTEKA que ofrece opciones de alimentos orgánicos y saludables</p> <p>En María Ximena spa explora las instalaciones del lugar y busca para ti el mejor o el más adecuado tratamiento de wellness y “medical wellness tratamientos relajantes, como masajes terapéuticos, tratamientos faciales o baños de vapor para el bienestar de tu cuerpo.</p> <p>Practica yoga al aire libre o participa en una clase de meditación guiada.</p>
NOCHE	<p>Disfruta de una cena saludable y equilibrada en LA ECOTEKA un restaurante local que ofrece opciones vegetarianas o veganas.</p> <p>Antes de dormir, dedique tiempo a la relajación total. Puedes tomar un baño caliente con sales de baño aromáticas o leer un libro tranquilamente.</p>
<b>DIA 2</b>	
MAÑANA	<p>Despierta temprano y participa en una sesión de yoga matutina o una clase de estiramientos suaves.</p> <p>Desayuna alimentos nutritivos y energéticos en el hotel SAN ESTEBAN</p>

TARDE	<p>Almuerza en LA ECOTEKA que ofrece opciones de alimentos orgánicos y saludables</p> <p>Visita UÑAS DE REINA SPA, un spa local que brinda tratamientos relajantes de belleza con servicios novedosos donde podrás estar toda la tarde para darte un nuevo look.</p>
NOCHE	<p>Cena en LA ECOTEKA que ofrece opciones de alimentos orgánicos y saludables. Puedes probar platos locales que se preparan con ingredientes frescos y naturales.</p> <p>Antes de dormir, puedes practicar técnicas de relajación, como la respiración profunda o la meditación, para ayudarte a conciliar el sueño y descansar profundamente.</p>
<b>DIA 3</b>	
MAÑANA	<p>Desayuna ligero pero nutritivo para cargar energías.</p> <p>Participa en una clase de yoga o meditación en el hotel SAN ESTEBAN</p> <p>Si te sientes con ganas y con mucha energía, puedes realizar una caminata o ejercicio con la conexión con la naturaleza.</p>
TARDE	<p>Check out en el hotel SAN ESTEBAN</p> <p>Almuerza en LA ECOTEKA que ofrece opciones de alimentos orgánicos y saludables</p> <p>Disfruta de un último tratamiento de bienestar en MARIA XIMENA SPA, como un masaje relajante, sueroterapia o un rejuvenecimiento facial.</p> <p>Dedica tiempo a reflexionar y agradecer por esta experiencia de bienestar.</p> <p>Emprende el regreso a casa.</p>

Elaboración propia.

Tabla 9. Itinerario lúdico recreativo

<b>ITINERARIO</b>	
<b>PAQUETE TURISTICO “ACTIVA LA TRANQUILIDAD”</b>	
<p>A continuación, te presentamos un itinerario turístico lúdico y recreativo para 3 días y 2 noches en El Socorro Santander. Este itinerario está diseñado para brindar una experiencia divertida y relajante. Ten en cuenta que este itinerario es de acuerdo con las necesidades y exigencias del cliente lo cual puede variar dependiendo del gusto.</p>	
<b>DIA 1</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>MAÑANA</b>	<p>Llegada al Socorro, Santander</p> <p>Check-in en el hotel SAN ESTEBAN</p> <p>Tómate un tiempo para relajarte y disfrutar de las instalaciones del hotel. Puedes comenzar con una caminata al aire libre o un baño en la piscina.</p>
<b>TARDE</b>	<p>Almuerza en LA ECOTEKA que ofrece opciones de alimentos orgánicos y saludables</p> <p>Has una excursión a cargo de ASOCAMINEMOS, visita los diferentes parques de El Socorro y conoce a cerca de la historia del municipio.</p> <p>Practica yoga al aire libre o participa en una clase de meditación guiada.</p>
<b>NOCHE</b>	<p>Disfruta de una cena saludable y equilibrada en LA ECOTEKA un restaurante local que ofrece opciones vegetarianas o veganas.</p> <p>Tendremos una espectacular rumba terapia en LATINO GANG donde disfrutas y dejaras toda tu energía a través del baile.</p> <p>Antes de dormir, dedique tiempo a la relajación total. Puedes tomar un baño caliente con sales de baño aromáticas o leer un libro tranquilamente.</p>
<b>DIA 2</b>	
<b>MAÑANA</b>	<p>Desayuna alimentos nutritivos y energéticos en el hotel SAN ESTEBAN</p>

	<p>Despierta temprano y participa en una sesión de entrenamiento guiada por GYM TRAINERS COL donde podrás realizar estiramientos suaves y aptos para ti.</p>
TARDE	<p>Almuerza en LA ECOTEKA que ofrece opciones de alimentos orgánicos y saludables.</p> <p>Excursión con ASOCAMINEMOS a un lugar cercano. Donde realizaras una caminata guiada por senderos pintorescos, disfrute de la observación de aves y aprenda sobre la flora y fauna local.</p>
NOCHE	<p>Cena en LA ECOTEKA que ofrece opciones de alimentos orgánicos y saludables. Puedes probar platos locales que se preparan con ingredientes frescos y naturales.</p> <p>Antes de dormir, puedes practicar técnicas de relajación, como la respiración profunda o la meditación, para ayudarte a conciliar el sueño y descansar profundamente.</p>
<b>DIA 3</b>	
MAÑANA	<p>Desayuna ligero pero nutritivo para cargar energías.</p> <p>Participa en una charla nutricional en el hotel SAN ESTEBAN</p> <p>Si te sientes con ganas y con mucha energía, puedes realizar una caminata o ejercicio con la conexión con la naturaleza.</p>
TARDE	<p>Check out en el hotel SAN ESTEBAN</p> <p>Almuerza en LA ECOTEKA que ofrece opciones de alimentos orgánicos y saludables</p> <p>Disfruta de una última caminata para hacer compras, explorar la ciudad o disfrutar de alguna actividad adicional, como un paseo por los lugares de interés.</p> <p>Dedica tiempo a reflexionar y agradecer por esta experiencia de bienestar.</p>

	Emprende el regreso a casa.
--	-----------------------------

Elaboración propia.

Tabla 10. Itinerario Holístico

<b>ITINERARIO</b>	
<b>PAQUETE TURISTICO “MENTE SANA”</b>	
<p>A continuación, te presentamos un itinerario turístico Holístico para 3 días y 2 noches en El Socorro Santander. Este paquete está diseñado para brindar una experiencia equilibrada y rejuvenecedora para el cuerpo, la mente y el espíritu. Ten en cuenta que este itinerario es de acuerdo con las necesidades y exigencias del cliente lo cual puede variar dependiendo del gusto.</p>	
<b>DIA 1</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
MAÑANA	<p>Llegada al Socorro, Santander</p> <p>Check-in en el hotel SANTA LUCIA</p> <p>Sesión de yoga matutina: En MARIA XIMENA SPA Comenzaremos el día con una relajante sesión de yoga para equilibrar el cuerpo y la mente.</p>
TARDE	<p>Almuerza en LA ECOTEKA que ofrece opciones de alimentos orgánicos y saludables</p> <p>Masaje terapéutico: En MARIA XIMENA SPA te consentiremos con un masaje terapéutico para liberar tensiones y promover la relajación.</p> <p>Practica yoga al aire libre o participa en una clase de meditación guiada por el psicólogo.</p>
NOCHE	<p>Disfruta de una cena saludable y equilibrada en LA ECOTEKA un restaurante local que ofrece opciones vegetarianas o veganas.</p> <p>Antes de dormir, dedique tiempo a la relajación total. Puedes tomar un baño caliente con sales de baño aromáticas o leer un libro tranquilamente.</p>
<b>DIA 2</b>	
MAÑANA	

	<p>Meditación matutina: Comenzaremos el día con una sesión de meditación guiada por el psicólogo, para calmar la mente y encontrar la paz interior.</p> <p>Desayuna alimentos nutritivos y energéticos en el hotel SANTA LUCIA</p> <p>Participa en talleres de bienestar en MARIA XIMENA SPA, participarás en talleres de bienestar, que pueden incluir actividades como aromaterapia, yoga, entre otras.</p>
TARDE	<p>Almuerza en LA ECOTEKA que ofrece opciones de alimentos orgánicos y saludables.</p> <p>Spa y relajación en MARIA XIMENA SPA disfrutarás de tiempo libre para disfrutar de las instalaciones del spa, como saunas, ritual de abundancia o yoga facial.</p>
NOCHE	<p>Te ofreceremos una cena holística, en LA ECOTEKA donde se combinarán ingredientes frescos y saludables para una experiencia gastronómica única.</p> <p>Antes de dormir, puedes practicar técnicas de relajación, como la respiración profunda o la meditación, para ayudarte a conciliar el sueño y descansar profundamente.</p>
<b>DIA 3</b>	
MAÑANA	<p>Desayuna ligero pero nutritivo para cargar energías.</p> <p>Clase de yoga: Participarás en una última clase de yoga en el hotel para estirar el cuerpo y prepararte para el día.</p> <p>Si te sientes con ganas y con mucha energía, puedes realizar una caminata o ejercicio con la conexión con la naturaleza.</p>
TARDE	<p>Check out en el hotel SANTA LUCIA</p> <p>Almuerza en LA ECOTEKA que ofrece opciones de alimentos orgánicos y saludables</p>

	<p>Tendrás tiempo libre para explorar el destino a tu propio ritmo o descansar antes de tu partida.</p> <p>Dedica tiempo a reflexionar y agradecer por esta experiencia de bienestar.</p> <p>Emprende el regreso a casa.</p>
--	--

Elaboración propia.

**ESTE PAQUETE INCLUYE:**

Alimentación: desayuno, almuerzo y cena

Alojamiento: 2 noches

Asistencia medica

Transporte interno

Servicio de guía

**NO INCLUYE:**

Transporte al destino El Socorro, Santander

Gastos adicionales.

### 4.3.2. Logo, Imagotipo



*Ilustración 29. Logo de la empresa – Fuente: Elaboración propia*

El nombre de la empresa "CALM DOWN" es la traducción en inglés de la palabra del español "CALMATE" que es la segunda persona de la conjugación del verbo "Calmar", que significa según la real lengua española (RAE) sosegar, adormecer, templar y estar en calma o tender a ella, con este nombre se quiere dar a entender la relación de la agencia con sus servicios que es buscar la calma a sus problemas o inconvenientes por los que está pasando el cliente.

El lema "La mejor manera de encontrarse a sí mismo" se busca transmitir la forma en estar alejado de la vida cotidiana y estar en disposición de conocerse a sí mismo.

El diseño corresponde a un imagotipo, integrando una imagen con texto para complementar el mismo, en la imagen aparece una persona recibiendo un masaje en la frente, el dibujo es de color negro #000000 neutro sin ningún significado, el texto corresponde al nombre de tipología Clear Sans Thin color gris #72685F y el lema corresponde a la tipología Questrial de color gris #72685F.

#### **4.3.3. Estrategias de Distribución**

La empresa usará la estrategia directa, ya que nosotros mismos atenderemos a nuestros clientes directamente sin necesidad de intermediarios a través de perfiles comerciales de páginas web donde encontrarán toda la información de nuestros paquetes y servicios.

Esto conllevará a una inversión en marketing digital que es nuestro componente de mercadotecnia en donde manejaremos la empresa digitalmente por medios de plataformas digitales.

#### **4.3.4. Estrategias de Precio**

El cálculo de precio de los paquetes turísticos se obtuvo a través de la creación de 3 paquetes (1 por cada tipo de actividad de turismo de bienestar; Wellness “Medical wellness”, Holístico, Lúdico y recreativo), teniendo en cuenta los precios de venta de las empresas socorranas prestadoras de servicios turísticos para la empresa en el año 2023.

Tabla 11. Paquete turístico wellness

<b>Costos paquete n 1</b>			
<b>3 DIAS / 2 NOCHES</b>			
<b>BELLEZA RELAJANTE</b>			<b>4 PAX</b>
<b>Costos</b>	<b>Valor de producción</b>	<b>Valor total del paquete por persona</b>	<b>Total 4 personas</b>
Transporte interno	\$4.150	\$20.750	\$ 5.200
Refrigerio	\$6.000	\$ 36.000	\$ 144.000
Almuerzo	\$15.400	\$ 46.200	\$ 184.000
Cena	\$15.400	\$ 30.800	\$123.200
Actividades de Wellness y "Medical wellness"	\$139.700		
MARIA XIMENA SPA		\$139.700	\$558.800
UÑAS DE REINA SPA	\$31.900	\$ 31.900	\$127.600
Hospedaje	\$68.000	\$ 136.000	\$544.000
Seguro Contra Accidentes	\$3.600	\$ 10.800	\$43.200
Acompañamiento de guía	\$120.000	\$120.000	\$30.000
<b>Costos totales:</b>	<b>\$404.150</b>	<b>\$572.150</b>	<b>\$1.760.000</b>
<b>Comisión 20%</b>		<b>\$114.430</b>	<b>\$352.000</b>
		<b>\$686.580</b>	<b>\$2.112.000</b>

Elaboración propia.

Tabla 12. Paquete turístico Holístico

<b>Costos paquete n 1</b>			
<b>3 DIAS / 2 NOCHES</b>			
<b>MENTE SANA</b>			<b>4 PAX</b>
<b>Costos</b>	<b>Valor de producción</b>	<b>Valor total del paquete por persona</b>	<b>Total 4 personas</b>
Transporte interno	\$4.150	\$20.750	\$ 5.200
Refrigerio	\$6.000	\$ 36.000	\$ 144.000
Almuerzo	\$15.400	\$ 46.200	\$ 184.000
Cena	\$15.400	\$ 30.800	\$123.200
Actividades HOLISTICAS MARIA XIMENA SPA	\$130.000	\$130.000	\$520.000
JORGE DAVID PERTUZ (psicólogo).	\$128.000	\$ 128.000	\$32.000
Hospedaje	\$144.000	\$ 288.000	\$1.152.000
Seguro Contra Accidentes	\$3.600	\$ 10.800	\$43.200
Acompañamiento de guía	\$120.000	\$120.000	\$30.000
<b>Costos totales:</b>	<b>\$566.550</b>	<b>\$810.500</b>	<b>\$2.233.600</b>
<b>Comisión 20%</b>		<b>\$162.100</b>	<b>\$446.720</b>
		<b>\$972.600</b>	<b>\$2.680.320</b>

Elaboración propia.

Tabla 13. Paquete turístico lúdico recreativo

<b>Costos paquete n 1</b>			
<b>3 DIAS / 2 NOCHES</b>			
<b>ACTIVA LA TRANQUILIDAD</b>			<b>4 PAX</b>
<b>Costos</b>	<b>Valor de producción</b>	<b>Valor total del paquete por persona</b>	<b>Total 4 personas</b>
Transporte interno	\$4.150	\$20.750	\$ 5.200
Refrigerio	\$6.000	\$ 36.000	\$ 144.000
Almuerzo	\$15.400	\$ 46.200	\$ 184.000
Cena	\$15.400	\$ 30.800	\$123.200
Actividades LUDICAS Y RECREATICAS	\$12.400		
ASOCAMINEMOS		\$24.800	\$96.000
LATINO GANG	\$4.000	\$ 4.000	\$16.000
GYM TRAINERS COL	\$8.000	\$ 8.000	\$32.000
Hospedaje	\$68.000	\$ 136.000	\$544.000
Seguro Contra Accidentes	\$3.600	\$ 10.800	\$43.200
Acompañamiento de guía	\$120.000	\$120.000	\$30.000
<b>Costos totales:</b>	<b>\$256.950</b>	<b>\$437.350</b>	<b>\$1.217.600</b>
<b>Comisión 20%</b>		<b>\$87.470</b>	<b>\$243.550</b>
		<b>\$790.250</b>	<b>\$1.950.750</b>

Elaboración propia.

#### 4.3.5. Estrategias de Promoción

Se creará una página web, un correo empresarial, un perfil comercial en Facebook, WhatsApp business, perfil de Instagram, Facebook ads, Twitter, canal de YouTube y tik tok.

Se contratará a una empresa socorrana llamada “INNOVOBOX S.A.S” Agencia de publicidad digital, experta en marketing digital donde se harán cargo de la creación de estos perfiles comerciales y del mantenimiento, a través de las redes sociales se hará promoción ya que será nuestra visibilidad en el mercado objetivo, el centro de operación y será la fuente de conectividad directa con nuestros clientes, subiremos videos de las experiencias y/o productos que se prestan para dar a conocer nuestros servicios.

Para estas estrategias de distribución contaremos con un presupuesto (precios reales que maneja la agencia de publicidad) inicial de COP \$1'860.000, distribuidos de la siguiente manera:

ESTRATEGIA	PRECIO	MENSUAL	ANUAL	AÑO 2 (5,4%)	AÑO 3 (5,4%)	AÑO 4 (5,4%)	AÑO 5 (5,4%)
E-Commerce creación de Página Web propia, correo corporativo y redes sociales	\$1'450.000		\$ 1.450.000	\$ 1.528.300	\$ 1.610.828	\$ 1.697.812	\$ 1.789.493
Manejo De Redes Sociales	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 3.000.000	\$ 3.162.000	\$ 3.332.748	\$ 3.512.716	\$ 3.702.402
Ads Google	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 1.920.000	\$ 2.023.680	\$ 2.132.958	2.248.137	\$ 2.369.536
<b>TOTAL</b>	<b>\$1'860.000</b>	<b>\$ 410.000</b>	<b>\$ 6.370.000</b>	<b>\$ 6.713.980</b>	<b>\$ 7.076.534</b>	<b>\$ 7.458.665</b>	<b>\$ 7.861.431</b>

Ilustración 30. Inversión redes sociales – Fuente: Elaboración propia

#### **4.3.6. Estrategias de Comunicación**

La empresa usará su página web como la fuente principal de comunicación con los clientes, donde se podrán registrar con sus correos electrónicos y encontrarán toda la información detallada de los servicios y sus precios, adicionalmente se les enviará a sus correos registrados promociones y servicios personalizados

Además, en nuestros canales de comunicación que son las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Tik tok, YouTube), se usarán como canales de promoción mostrando nuestros productos reales e información detallada de cada uno, para así llegar a nuestros clientes y atraer a futuro.

#### **4.3.7. Estrategias de Servicio**

Los clientes que deseen adquirir nuestros servicios lo pueden hacer a través de nuestros medios de comunicación directos que son la página web, al correo electrónico, nuestro WhatsApp o por mensaje en nuestras redes sociales que serán revisados y contestados y redireccionados a nuestros medios de comunicación directos (correo electrónico, WhatsApp y pagina web).

Para hacer su respectiva reservación tendrán que hacer un anticipo inicial del 30% del costo total del plan, ya acordado el tiempo del viaje en ese lapso podrán terminar de pagar el valor restante equivalente del 70% para así tener la cancelación del 100% (esta cancelación total se debe hacer a una semana (7 días) de la fecha del plan).

Se aceptarán pagos de tarjetas débito o crédito, giros y efectivo, con la garantía de devolución del dinero en caso de una transacción errónea (por motivos de pago excedido, aplicando términos y condiciones).

#### 4.3.8. Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo

El presupuesto de mercadeo hace referencia solamente a lo estipulado dentro de la estrategia de promoción en el marketing digital correspondiente a \$1.860.000.

#### 4.3.9. Estrategias de Aprovisionamiento

Para el aprovisionamiento de los paquetes turísticos a ofertar van a consistir en servicios de bienestar (Holístico, Wellness “Medical wellness”, Lúdico y recreativo) que se implementaran a través de empresas socorranas. Además de los servicios de transporte, alojamiento y alimentación, estas empresas nos darán el 20% de descuento del precio real del servicio por paquete vendido. Los precios obtenidos son de empresas que brindan los servicios necesarios para el desarrollo del proyecto y se describen en las siguientes tablas.

Tabla 14. Servicios de alojamiento

<b>SERVICIO DE ALOJAMIENTO</b>			
<b>EMPRESA</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO (por persona)</b>	<b>PRECIOS CON EL 20 %</b>
SANTA LUCIA	Alojamiento Piscina Desayuno Asistencia Medica Parqueadero	\$180.000	\$144.000
SAN ESTEBAN	Alojamiento Desayuno Piscina Servicio De Restaurante Canchas (Voleibol/Futbol)	\$85.000	\$68.000

	Juegos (Billar/Pin Pon/ Rana/Boli rana/Mini Tejo/Futbolito) Parqueadero Parque Infantil		
--	---	--	--

Elaboración propia.

Tabla 15. Servicio de transporte

<b>SERVICIO DE TRANSPORTE</b>			
<b>EMPRESA</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO</b> (por persona)	<b>PRECIOS</b> <b>CON EL</b> <b>20 %</b>
CONTRASARAVITA	Taxi	\$5.000	\$4.000
	Transporte Urbano	\$2.500	\$2.000
	Servicio Especial	\$8.000	\$6.400
	<b>Precio promedio</b>	<b>\$5.200</b>	<b>\$4.150</b>

Elaboración propia.

Tabla 16. Servicio de alimentación

<b>SERVICIO DE ALIMENTACION</b>			
<b>EMPRESA</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO</b> (por plato)	<b>PRECIOS</b> <b>CON EL</b> <b>20 %</b>
LA ECOTEKA	Pastas	\$22.000	\$17.600
	Sándwich	\$20.000	\$16.000
	Ensaladas	\$20.000	\$16.000
	Entradas	\$15.000	\$12.000
	<b>Precio promedio</b>	<b>\$19.250</b>	<b>\$15.400</b>

Elaboración propia.

Tabla 17. Servicios de wellness

<b>SERVICIOS DE WELLNESS Y “MEDICAL WELLNESS”</b>			
<b>EMPRESA</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO (por persona)</b>	<b>PRECIOS CON EL 20 %</b>
MARIA XIMENA SPA	Spa en tina	\$80.000	\$64.000
	Rejuvenecimiento facial	\$200.000	\$160.000
	Limpieza profunda	\$150.000	\$120.000
	Plasma facial	\$200.000	\$160.000
	Plasma capilar	\$180.000	\$144.000
	Masaje cuello y espalda	\$60.000	\$48.000
	Masaje terapéutico	\$60.000	\$48.000
	Tratamientos para tonificar abdomen	\$250.000	\$200.000
	Tratamiento levantamiento de glúteos	\$250.000	\$200.000
	Tratamiento post – quirúrgico	\$250.000	\$200.000
	Suero terapia	\$200.000	\$160.000
	Tratamientos de reducción corporal	\$250.000	\$200.000
	Body sculpt.	\$250.000	\$200.000
	<b>Precio promedio</b>	<b>\$184.000</b>	<b>\$139.700</b>
UÑAS DE REINA SPA	Manicure	\$38.000	\$30.400
	Pedicure	\$29.000	\$23.200
	Peinados	\$40.000	\$32.000
	Pestañas	\$80.000	\$64.000
	Depilación	\$32.000	\$25.600
	Peluquería	\$20.000	\$16.000
	<b>Precio promedio</b>	<b>\$40.000</b>	<b>\$31.900</b>

Elaboración propia.

Tabla 18. Servicios lúdicos recreativos

<b>SERVICIOS LUDICOS Y RECREATIVOS</b>			
<b>EMPRESA</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO</b> (por persona)	<b>PRECIOS CON EL 20 %</b>
ASOCAMINEMOS	Balneario la cinco mil	\$23.000	\$18.400
	Majavita – sendero UIS	\$10.000	\$8.000
	El Socorro – Vereda chanchon – Finca villa Estela – El Socorro	\$20.000	\$16.000
	El Socorro – Reserva forestal – El Socorro	\$12.000	\$9.600
	El Socorro	\$10.000	\$8.000
	Vuelta caballo	\$10.000	\$8.000
	El socorro – Pinchote	\$18.000	\$14.400
	El Socorro – Reserva forestal el huerto – Jardín botánico el caucho	\$14.500	\$11.600
	El Socorro – Hato	\$25.000	\$20.000
	El Socorro – Villa esperanza	\$18.000	\$14.400
	El Socorro – Confines	\$19.000	\$15.200
	Vereda el libano	\$10.000	\$8.000
	El Socorro - Simacota	\$12.000	\$9.600
		<b>Precio promedio</b>	<b>\$15.500</b>
GYM TRAINERS COL	Voluntad sin límites Tu salud a tu manera El mejor de todos Pr atleta.	\$10.000	\$8.000
LATINO GANG	Aeróbicos Rumba terapia Zumba Gymdance	\$5.000	\$4.000

Elaboración propia.

Tabla 19. Servicios holísticos

<b>SERVICIOS HOLISTICOS</b>			
<b>EMPRESA</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIOS (por persona)</b>	<b>PRECIOS CON EL 20 %</b>
MARIA XIMENA SPA	Ritual de la abundancia	\$150.000	\$120.000
	Yoga facial	\$100.00	\$80.000
	Masaje thai	\$100.000	\$80.000
	Ritual alma gemela	\$300.000	\$240.000
	<b>Precio promedio</b>	<b>\$162.500</b>	<b>\$130.000</b>
JORGE DAVID PERTUZ (psicólogo)	Acompañamiento emocional Retiro espiritual Charlas motivacionales Terapias de acercamiento espiritual	\$160.000	\$128.000

Elaboración propia.

#### 4.3.10. Justificación Proyecciones De Ventas

Las proyecciones de venta para la agencia corresponden a 21 paquetes mensual, de venta equitativa entre los 3 paquetes con un precio individual y 202 paquetes anual.

paquetes	costos	valor mensual	valor anual	5.4% valor 2 año	5.4% valor 3 año	5.4% valor 4 año	5.4% valor 5 año
wellness	\$ 1.760.000	\$ 12.320.000	\$ 147.840.000	\$ 155.823.360	\$ 164.237.821	\$ 173.106.664	\$ 182.454.424
holístico	\$ 2.233.600	\$ 15.635.200	\$ 187.622.400	\$ 197.754.010	\$ 208.432.726	\$ 219.688.093	\$ 231.551.250
lúdico y recreativo	\$ 1.217.600	\$ 8.523.200	\$ 102.278.400	\$ 107.801.434	\$ 113.622.711	\$ 119.758.337	\$ 126.225.288
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 36.478.400</b>	<b>\$ 437.740.800</b>	<b>\$ 461.378.803</b>	<b>\$ 486.293.259</b>	<b>\$ 512.553.095</b>	<b>\$ 540.230.962</b>

Ilustración 31. Proyección de ventas – Fuente: Elaboración propia.

#### 4.3.11 Política de Cartera


No se aplica.

## 5. ASPECTOS TÉCNICOS Y DE OPERACIÓN

### 5.1. OPERACIÓN

#### 5.1.2. Ficha Técnica del Producto


Tabla 20. Ficha técnica de empresa

	<b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>		<b>FICHA</b>	001
			<b>FECHA</b>	8/05/2023
			<b>NOMBRE</b>	Calm Down
			<b>CATEGORIA</b>	Agencia Operadora Turística
<b>UBICACIÓN</b>	<b>PAIS</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	
	Colombia	Santander	EL Socorro	
<b>DESCRIPCION</b>	Una agencia de viajes operadora dedicada al turismo de bienestar que busca ofrecer oportunidades reales de mejora de la salud física y mental de sus clientes.			
<b>SERVICIOS</b>	Medical wellness Lúdico y recreativo Holístico			
<b>ALIADOS</b>	Hoteles, restaurantes, transporte, empresas turísticas, guías, seguros médicos.			
<b>ESTADO ACTUAL</b>	En desarrollo			
<b>PARTICULARIDADES</b>	Es una agencia dedicada al turismo de bienestar			
<b>TIPO DE CLIENTES</b>	Extranjeros, nacionales, departamento, municipio			

Elaboración propia.

### 5.1.3. Ficha técnica de los servicios

Tabla 21. Ficha técnica de restaurante

	<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>		<b>FICHA</b>	002
			<b>FECHA</b>	8/05/2023
			<b>NOMBRE</b>	La Ecoteka
			<b>CATEGORIA</b>	Restaurante
<b>UBICACIÓN</b>	<b>PAIS</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	
Cra 14 # 10-45 local 201 C.c Santo Tomás	Colombia	Santander	EL Socorro	
<b>DESCRIPCION</b>	Es un restaurante especializado en comida vegetariana que brinda experiencias a través de una alimentación sana y saludable			
<b>SERVICIOS</b>	Venta de comida Conferencias alimenticias			
<b>ESTADO ACTUAL</b>	En funcionamiento			
<b>PARTICULARIDADES</b>	Es un restaurante especializado en comida vegetariana			
<b>TIPO DE CLIENTES</b>	Extranjeros, nacionales, departamento, municipio			

Elaboración propia.

Tabla 22. Ficha técnica de spa

	<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>		<b>FICHA</b>	003
			<b>FECHA</b>	10/05/2023
			<b>NOMBRE</b>	María Ximena spa boutique
			<b>CATEGORIA</b>	Spa
<b>UBICACIÓN</b>	<b>PAIS</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	
Cra 11 a n 7 sur – 45 Bis Rincón del Virrey	Colombia	Santander	EL Socorro	
<b>DESCRIPCION</b>	En María Ximena spa boutique lo más importante eres tú confía en nuestras manos, déjate consentir y eleva tú belleza interior, descubre los beneficios de nuestros masajes, limpiezas faciales y tratamientos con la última tecnología en equipos estéticos que te ayudara a elevar tu espíritu, equilibrar tu salud, bienestar y tranquilidad.			
<b>SERVICIOS</b>	Spa en tina Rejuvenecimiento facial Limpieza profunda Plasma facial Plasma capilar Yoga facial Masaje thai Masaje cuello y espalda Masaje terapéutico Ritual de abundancia Suero terapia Tratamientos para tonificar abdomen Tratamiento post – quirúrgico Tratamiento levantamiento de glúteos Tratamientos de reducción corporal Body sculpt.			
<b>ESTADO ACTUAL</b>	En funcionamiento			
<b>PARTICULARIDADES</b>	Es spa boutique brinda servicios médicos estéticos, buscando mejorar la salud y el bienestar de las personas.			
<b>TIPO DE CLIENTES</b>	Extranjeros, nacionales, departamento, municipio			

Elaboración propia.

Tabla 23. Ficha técnica de Guianza

	<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>		<b>FICHA</b>	004
			<b>FECHA</b>	10/05/2023
			<b>NOMBRE</b>	Asocaminemos
			<b>CATEGORIA</b>	Guianza
<b>UBICACIÓN</b>	<b>PAIS</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	
	Colombia	Santander	EL Socorro	
<b>DESCRIPCION</b>	<p>Es una asociación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo social impulsar la salud de sus participantes así como la exploración, protección y conservación de medio ambiente a través del ejercicio del caminar en espacios que comprometan esta actividad como elemento de interacción entre el hombre y el medio ambiente, el trabajo en equipo, la investigación, la lúdica por medio de la realización de diferentes caminatas con propósitos recreativos, de bienestar, culturales, artísticos, deportivos, educativos y turísticos.</p>			
<b>SERVICIOS</b>	<p>Rutas:                  Balneario la cinco mil                  Majavita – sendero UIS                  El Socorro                  El Socorro – Reserva forestal – El Socorro                  El Socorro – Vereda chanchon – Finca villa Estela – El Socorro                  Vuelta caballo                  El socorro – Pinchote                  El Socorro – Reserva forestal el huerto – Jardín botánico el caucho                  El Socorro – Hato                  El Socorro – Villa esperanza                  El Socorro – Confinas                  Vereda el libano                  El Socorro – Simacota</p>			
<b>ESTADO ACTUAL</b>	En funcionamiento			

<b>PARTICULARIDADES</b>	Es un grupo de caminantes la mayor parte (guías) que han recuperado, recorrido los caminos ancestrales y han venido creando nuevas rutas.
<b>TIPO DE CLIENTES</b>	Extranjeros, nacionales, departamento, municipio

Elaboración propia.

Tabla 24. Ficha técnica de Gym

	<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>			<b>FICHA</b>	005
				<b>FECHA</b>	10/05/2023
				<b>NOMBRE</b>	Gym Trainers Col
				<b>CATEGORIA</b>	Entrenamiento
<b>UBICACIÓN</b>	<b>PAIS</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>MUNICIPIO</b>		
Calle 12 # 10 – 48	Colombia	Santander	EL Socorro		
<b>DESCRIPCION</b>	TrainerS Col siempre se ha caracterizado por ofertar servicios seguros, cordiales y armónicos para que las personas puedan hacer de su vida una vida más activa y saludable. Hemos evolucionado y a través de las ciencias aplicadas al deporte nos posicionamos como el centro de entrenamiento número uno en ofertar diferentes maneras de mejorar tu calidad de vida y tu estado físico siempre con la primicia del entrenamiento dirigido y personalizado				
<b>SERVICIOS</b>	Charlas nutricionales Clases personalizadas: Voluntad sin límites Tu salud a tu manera El mejor de todos Pr atleta.				
<b>ESTADO ACTUAL</b>	En funcionamiento				
<b>PARTICULARIDADES</b>	TrainerS Col. Tiene como misión fundamental ofrecer servicios de entrenamiento dirigido a través de la aplicación de ciencias del deporte a diferentes usuarios, deportistas y no deportistas que desean tener un mejor estilo de vida y que desean cambiar su vida a través del ejercicio físico				

<b>TIPO DE CLIENTES</b>	Extranjeros, nacionales, departamento, municipio
-------------------------	--

Elaboración propia.

Tabla 25. Ficha técnica de academia de baile

	<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>		<b>FICHA</b>	006
			<b>FECHA</b>	10/05/2023
			<b>NOMBRE</b>	Latino gang
			<b>CATEGORIA</b>	Academia de baile
<b>UBICACIÓN</b>	<b>PAIS</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	
Carrera 14 # 16 - 37	Colombia	Santander	EL Socorro	
<b>DESCRIPCION</b>	Una academia de baile que mezcla el baile con actividades físicas			
<b>SERVICIOS</b>	Actividades físicas funcionales mezcladas con baile: Aeróbicos Rumba terapia Zumba Gymdance.			
<b>ESTADO ACTUAL</b>	En funcionamiento			
<b>PARTICULARIDADES</b>	Se enfoca en la diversión, recreación, actividad y estado físico de las personas.			
<b>TIPO DE CLIENTES</b>	Extranjeros, nacionales, departamento, municipio			

Elaboración propia.

Tabla 26. Ficha técnica de hotel

	<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>		<b>FICHA</b>	007
			<b>FECHA</b>	10/05/2023
			<b>NOMBRE</b>	Santa Lucia
			<b>CATEGORIA</b>	Hotel
<b>UBICACIÓN</b>	<b>PAIS</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	
Km 2 Socorro – Oiba	Colombia	Santander	EL Socorro	
<b>DESCRIPCION</b>	Las instalaciones del Hotel Santa Lucia; su diseño moderno hace del hotel un lugar acogedor, presta diferentes tipos de acomodaciones para disfrutar de la mejor compañía.			
<b>SERVICIOS</b>	Alojamiento Piscina Parqueadero Salón de eventos y conferencias			
<b>ESTADO ACTUAL</b>	En funcionamiento			
<b>PARTICULARIDADES</b>	Está ubicado en las afueras del municipio Lujo y naturaleza por su estructura de glamur y ubicación			
<b>TIPO DE CLIENTES</b>	Extranjeros, nacionales, departamento, municipio			

Elaboración propia.

Tabla 27. Ficha técnica de transporte

	<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>		<b>FICHA</b>	007
			<b>FECHA</b>	12/05/2023
			<b>NOMBRE</b>	Cootrasaravita
			<b>CATEGORIA</b>	Transporte

UBICACIÓN	PAIS	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
Carrera 17 No. 14-32	Colombia	Santander	EL Socorro
DESCRIPCION	Como cooperativa insigne de la provincia comunera en el transporte terrestre, brindan soluciones a sus necesidades y expectativas en la prestación de sus servicios, garantizando altos estándares de calidad los cuales generen confianza, credibilidad y permitan estar siempre a la vanguardia de las nuevas tecnologías.		
SERVICIOS	Transporte urbano Transporte intermunicipal Servicio especial Taxis Expresos Remesas Estaciones de servicio Pagos en línea		
ESTADO ACTUAL	En funcionamiento		
PARTICULARIDADES	Es la empresa número 1 de transporte en la provincia comunera.		
TIPO DE CLIENTES	Extranjeros, nacionales, departamento, municipio		

Elaboracion propia.

Tabla 28. Ficha técnica de sala de belleza

	<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>		<b>FICHA</b>	008
			<b>FECHA</b>	12/05/2023
			<b>NOMBRE</b>	Uñas de reina spa
			<b>CATEGORIA</b>	Salón de belleza
UBICACIÓN	PAIS	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	
Calle 10 # 15 - 68	Colombia	Santander	EL Socorro	
DESCRIPCION	Un salón de belleza dedicado a la imagen y cuidado personal			
SERVICIOS	Manicure Pedicure			

	Peinados Pestañas Depilación Peluquería
<b>ESTADO ACTUAL</b>	En funcionamiento
<b>PARTICULARIDADES</b>	Es un espacio único y exclusivo para la belleza y la relajación con sistemas novedosos.
<b>TIPO DE CLIENTES</b>	Extranjeros, nacionales, departamento, municipio

Elaboración propia.


Tabla 29. Ficha técnica de hotel

	<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>		<b>FICHA</b>	009
			<b>FECHA</b>	12/05/2023
			<b>NOMBRE</b>	San Esteban
			<b>CATEGORIA</b>	Hotel
<b>UBICACIÓN</b>	<b>PAIS</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	
Vereda Bariri, km 3,4 vía a palmas del Socorro	Colombia	Santander	EL Socorro	
<b>DESCRIPCION</b>	Es un hotel campestre rodeado de naturaleza, perfecto para el descanso, estar en familia y salir de la cotidianidad.			
<b>SERVICIOS</b>	Desayuno Jacuzzi al aire libre Piscina Hamacas Juegos (Billar, Pin pon, Rana, Boli-rana, Futbolito, Minitejo) Parque Infantil para niños Cancha vóleibol / futbol Servicio de Restaurante Parqueadero Zona Wifi			
<b>ESTADO ACTUAL</b>	En funcionamiento			

<b>PARTICULARIDADES</b>	El hotel es muy amplio, cuenta con un ambiente sano y tranquilo ya que se encuentra rodeado de la naturaleza, tiene glamping y cabañas.
<b>TIPO DE CLIENTES</b>	Extranjeros, nacionales, departamento, municipio

Elaboracion propia.

Tabla 30. Ficha técnica de psicólogo

	<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>		<b>FICHA</b>	010
			<b>FECHA</b>	12/05/2023
			<b>NOMBRE</b>	Jorge David Pertuz
			<b>CATEGORIA</b>	Psicólogo
<b>UBICACIÓN</b>	<b>PAIS</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	
	Colombia	Santander	EL Socorro	
<b>DESCRIPCION</b>	Es un psicólogo profesional con destrezas a la hora de emplear su vocación ya que sus habilidades a resaltar son la comunicación, la paciencia y la ética.			
<b>SERVICIOS</b>	Acompañamiento emocional Retiro espiritual Charlas motivacionales Terapias de acercamiento espiritual			
<b>ESTADO ACTUAL</b>	En funcionamiento			
<b>PARTICULARIDADES</b>	Va a estar presente durante todo el paquete turístico dependiendo si así lo desea el cliente			
<b>TIPO DE CLIENTES</b>	Extranjeros, nacionales, departamento, municipio			

Elaboracion propia.

#### 5.1.4. Ficha técnica de los paquetes turísticos

Tabla 31 Ficha Técnica Paquete de Wellness

<b>FICHA TECNICA DEL PAQUETE TURISTICO</b>			<b>FICHA</b>	011
			<b>FECHA</b>	10/06/2023
			<b>NOMBRE</b>	BELLEZA RELAJANTE
			<b>CATEGORIA</b>	Medical wellness
<b>UBICACIÓN</b>	<b>PAIS</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	
	Colombia	Santander	El Socorro	
<b>DESCRIPCION</b>	Este paquete turístico incluye actividades relajantes encontradas dentro del municipio enfocados en el bienestar y el cuidado de la belleza física. Estas actividades son de acuerdo a las necesidades y exigencias del cliente			
<b>SERVICIOS</b>	Transporte interno Alojamiento Alimentación Guianza Seguro Servicios			
<b>ALIADOS</b>	María Ximena spa Uñas de reina spa La Ecoteca San esteban Cootrasaravita			
<b>ESTADO ACTUAL</b>	En desarrollo			
<b>PARTICULARIDADES</b>	El paquete esta direccionado en el servicio de wellness			
<b>TIPO DE CLIENTES</b>	Extranjeros, nacionales, departamento, municipio			

Elaboración propia

Tabla 32 Ficha Técnica de Paquete Lúdico Recreativo

<b>FICHA TECNICA DEL PAQUETE TURISTICO</b>			<b>FICHA</b>	012
			<b>FECHA</b>	10/06/2023
			<b>NOMBRE</b>	ACTIVA LA TRANQUILIDAD
			<b>CATEGORIA</b>	Lúdico y recreativo
<b>UBICACIÓN</b>	<b>PAIS</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	
	Colombia	Santander	El Socorro	
<b>DESCRIPCION</b>	<p>Este paquete turístico incluye actividades recreativas encontradas dentro del municipio enfocados en el bienestar y la activación del cuerpo.  Estas actividades están enfocadas para una experiencia divertida y relajante.  Estas actividades son de acuerdo con las necesidades y exigencias del cliente</p>			
<b>SERVICIOS</b>	<p>Transporte interno  Alojamiento  Alimentación  Guianza  Seguro  Servicios</p>			
<b>ALIADOS</b>	<p>Asocaminemos  Latino Gang  Gym Trainers Col  La Ecoteca  San esteban  Cootrasaravita</p>			
<b>ESTADO ACTUAL</b>	En desarrollo			
<b>PARTICULARIDADES</b>	El paquete esta direccionado en el servicio lúdico y recreativo			
<b>TIPO DE CLIENTES</b>	Extranjeros, nacionales, departamento, municipio			

Elaboracion propia.

Tabla 33 Ficha Técnica de Paquete Holístico

<b>FICHA TECNICA DEL PAQUETE TURISTICO</b>			<b>FICHA</b>	013
			<b>FECHA</b>	10/06/2023
			<b>NOMBRE</b>	MENTE SANA
			<b>CATEGORIA</b>	Holístico
<b>UBICACIÓN</b>	<b>PAIS</b>	<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>MUNICIPIO</b>	
	Colombia	Santander	El Socorro	
<b>DESCRIPCION</b>	Este paquete turístico es para 3 días y 2 noches en El Socorro Santander. Este paquete está diseñado para brindar una experiencia equilibrada y rejuvenecedora para el cuerpo, la mente y el espíritu. Las actividades son de acuerdo a necesidades y exigencias del cliente.			
<b>SERVICIOS</b>	Transporte interno Alojamiento Alimentación Guianza Seguro Servicios			
<b>ALIADOS</b>	María Ximena Spa Psicólogo La Ecoteca Santa Lucia Cootrasaravita			
<b>ESTADO ACTUAL</b>	En desarrollo			
<b>PARTICULARIDADES</b>	El paquete esta direccionado en el servicio Holístico.			
<b>TIPO DE CLIENTES</b>	Extranjeros, nacionales, departamento, municipio			

Elaboracion propia

### 5.1.5. Estado De Desarrollo

Para determinar cual ha sido el avance y el desarrollo de las agencias operadoras de viajes es necesario saber como fue el surgimiento de este negocio en la rama turística, según Miguel Ángel Acerenza nos explica que:

“Al hablar del negocio turístico, y especialmente de las Agencias de Viajes dentro de este negocio, necesariamente hay que comenzar por referirse a aquellos pioneros que muchísimo tiempo antes de que el turismo se manifestara como un fenómeno capaz de acarrear beneficios económicos y sociales para una población, ya comercializaban con éxito en esta actividad.

Y, lógicamente, tenemos que referirnos a Thomas Cook y Henry Wells, quienes, por rara coincidencia, comienzan sus actividades en este campo en el mismo año: 1841. El primero de ellos en Inglaterra y el segundo en los Estados Unidos de Norteamérica.

Es mucho en realidad lo que la actividad turística debe tanto a Thomas Cook como a Henry Wells, fundadores de Thomas Cook & Sons y American Express Company, respectivamente, esta última creada en el año 1850. Y de una manera muy especial a Thomas Cook, a quien se reconoce como el primer Agente de Viajes profesional dedicado fulltime a su actividad (1).

Cook comienza en 1841 fletando un tren para transportar 540 personas en un viaje de ida y vuelta entre las ciudades de Leicester y Loughborough, distantes 22 millas una de otra, para asistir a una convención religiosa. Efectuó los arreglos del viaje sin pretender ningún tipo de beneficio personal, pero de inmediato comprendió el potencial existente para la organización de viajes.

Es así como en 1845 inicia su actividad fulltime como organizador de excursiones. Comienza con las características de lo que hoy conocemos como un "Tour Operator", y desde un principio su principal preocupación fue la de elaborar tours de acuerdo con el interés y la conveniencia de los turistas, lo que, sin duda, contribuyó en gran medida a su éxito como Agente de Viajes.

Son innumerables los aportes que Cook, en su calidad de Agente de Viajes, ha realizado a la actividad turística, por lo que sólo

destacaremos aquellos que, por su relevancia, tienen una mayor significación para el tema que nos ocupa.

En el mismo año de 1845, y en ocasión de una excursión que organizara desde la ciudad de Leicester al puerto de Liverpool, preparó para uso de los participantes, lo que se denominó Handbook of the Trip, que constituye el primer itinerario descriptivo de viaje, preparado en forma profesional, especialmente para turistas.

En 1846 efectúa el primer tour haciendo uso de "guías". El primero conocido con estas características, en el cual llevó a 350 personas en un viaje a través de Escocia.

En oportunidad de la Primera Exposición Mundial, realizada en Londres, y a la cual concurrieron seis millones de visitantes, se calcula que no menos de 165.000 personas hicieron uso de los servicios brindados por Cook para los arreglos de transporte y alojamiento, lo que, evidentemente, pone de manifiesto su capacidad receptiva en aquella época.<sup>12</sup>

Para una mejor comprensión del rol que juegan las Agencias de Viajes en el desarrollo de la actividad turística, debemos comenzar por efectuar un breve análisis de la forma como se lleva a cabo la comercialización del turismo para ello se tiene en cuenta la cadena productiva en el cual es posible ver cómo se lleva a cabo esta comercialización turística. Obviamente, se trata de un esquema básico, pero perfectamente válido para los fines que nos proponemos. En el mismo se observa cómo los productores, o prestadores de servicios, como los llamaremos indistintamente, efectúan la venta.

---

<sup>12</sup> ACERENZA, Miguel Ángel. AGENCIAS DE VIAJES. Editorial Trillas [página web]. (4, enero, 2010). [Consultado el 17, marzo, 2023]. Disponible en Internet: [https://doi.org/cloudfront.net/57072231/Agencia\\_de\\_viajes-libre.pdf](https://doi.org/cloudfront.net/57072231/Agencia_de_viajes-libre.pdf).

### **5.1.6. Descripción del Proceso**

La empresa se manejará bajo digitalización a través de la página web lo cual allí va a estar en contacto constante con los clientes, que pueden consultar en cualquier momento información relevante para satisfacer una necesidad, entre las más importantes, el listado de productos o servicios, horario, contacto, precios y así vender los paquetes turísticos

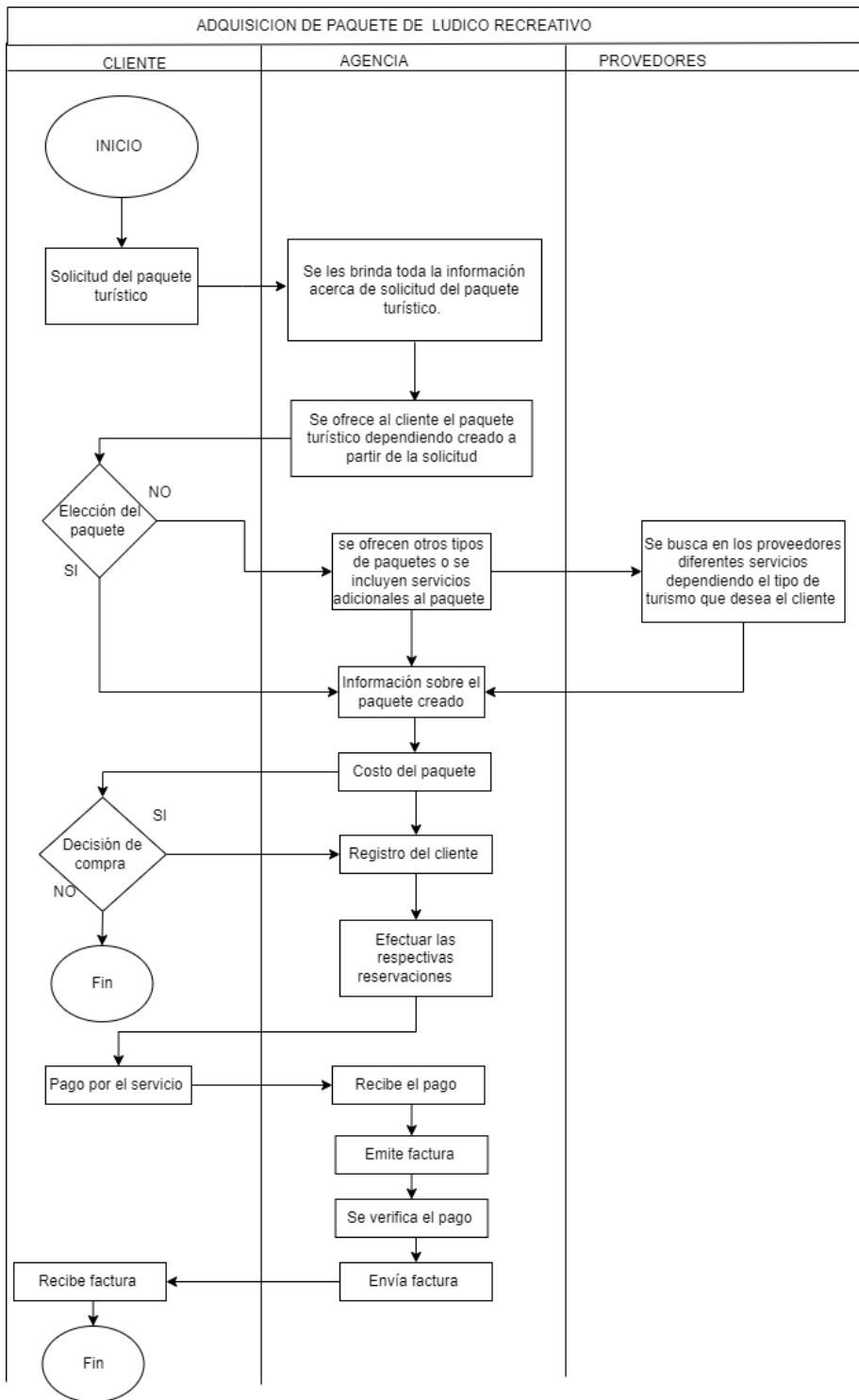


Ilustración 32 Descripción del paquete lúdico recreativo - Fuente: Elaboración propia

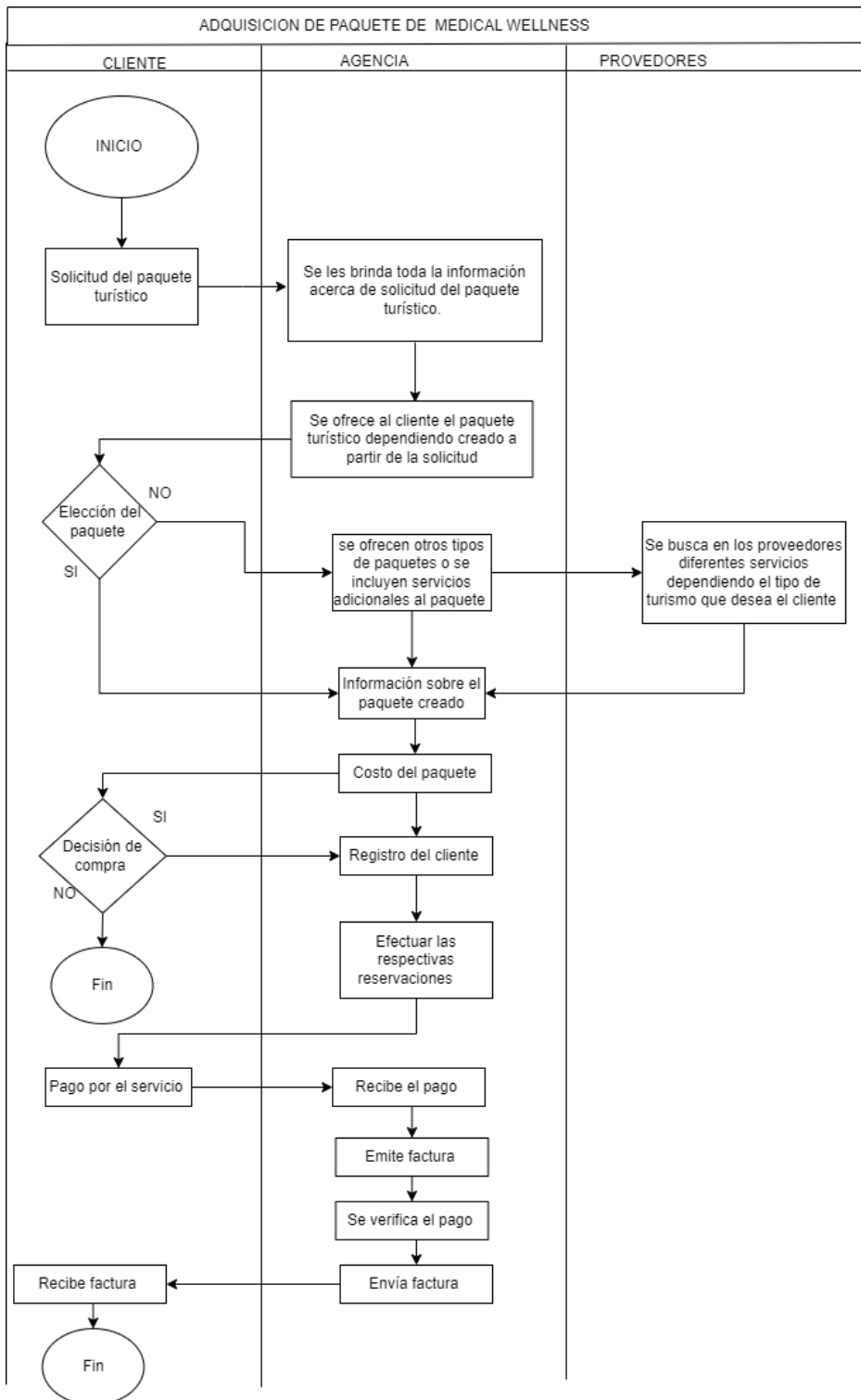


Ilustración 33 Descripción del proceso del paquete de Medical Wellness - Fuente: Elaboración propia

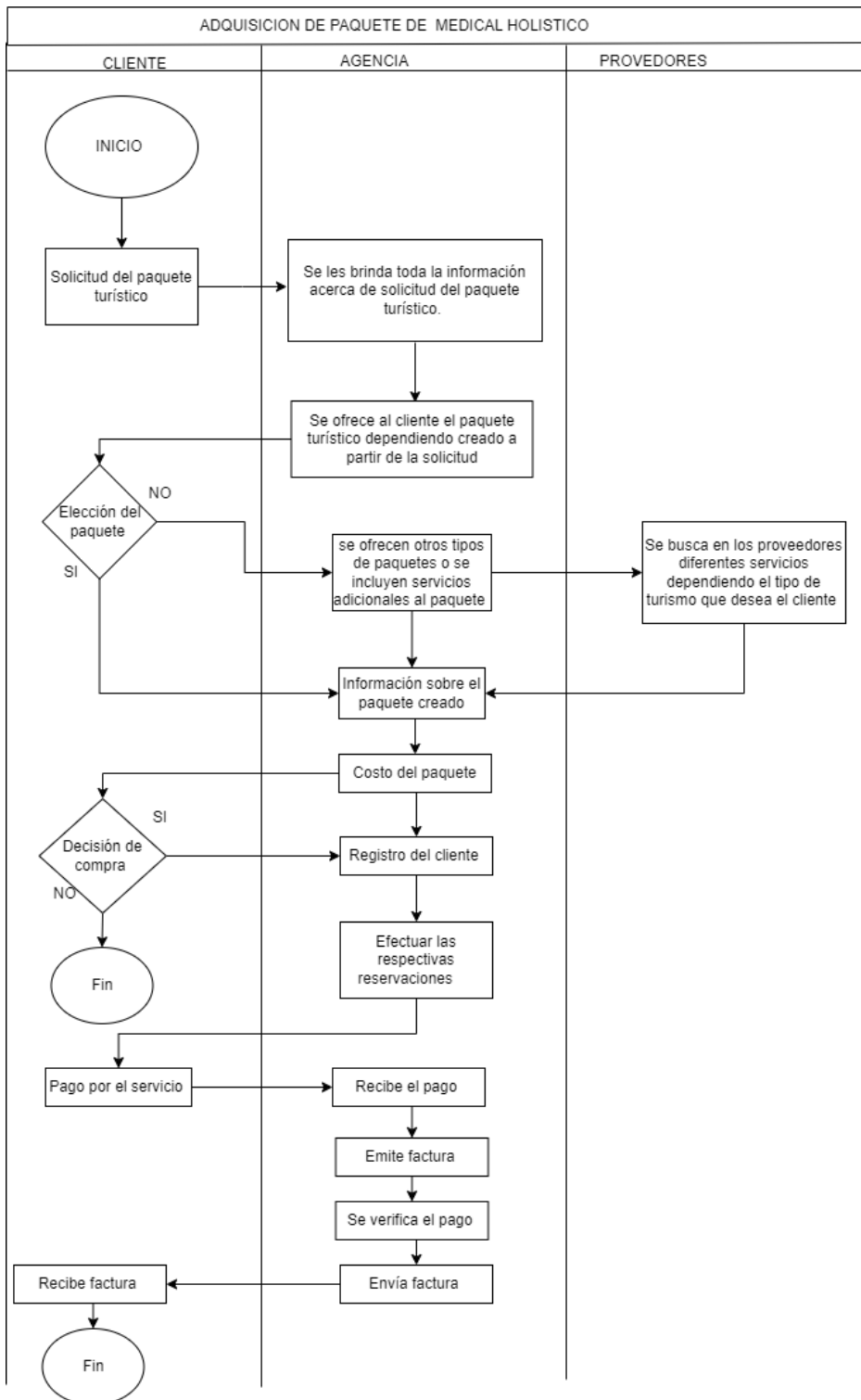


Ilustración 34 Descripción del proceso del paquete de Holístico - Fuente: Elaboración propia

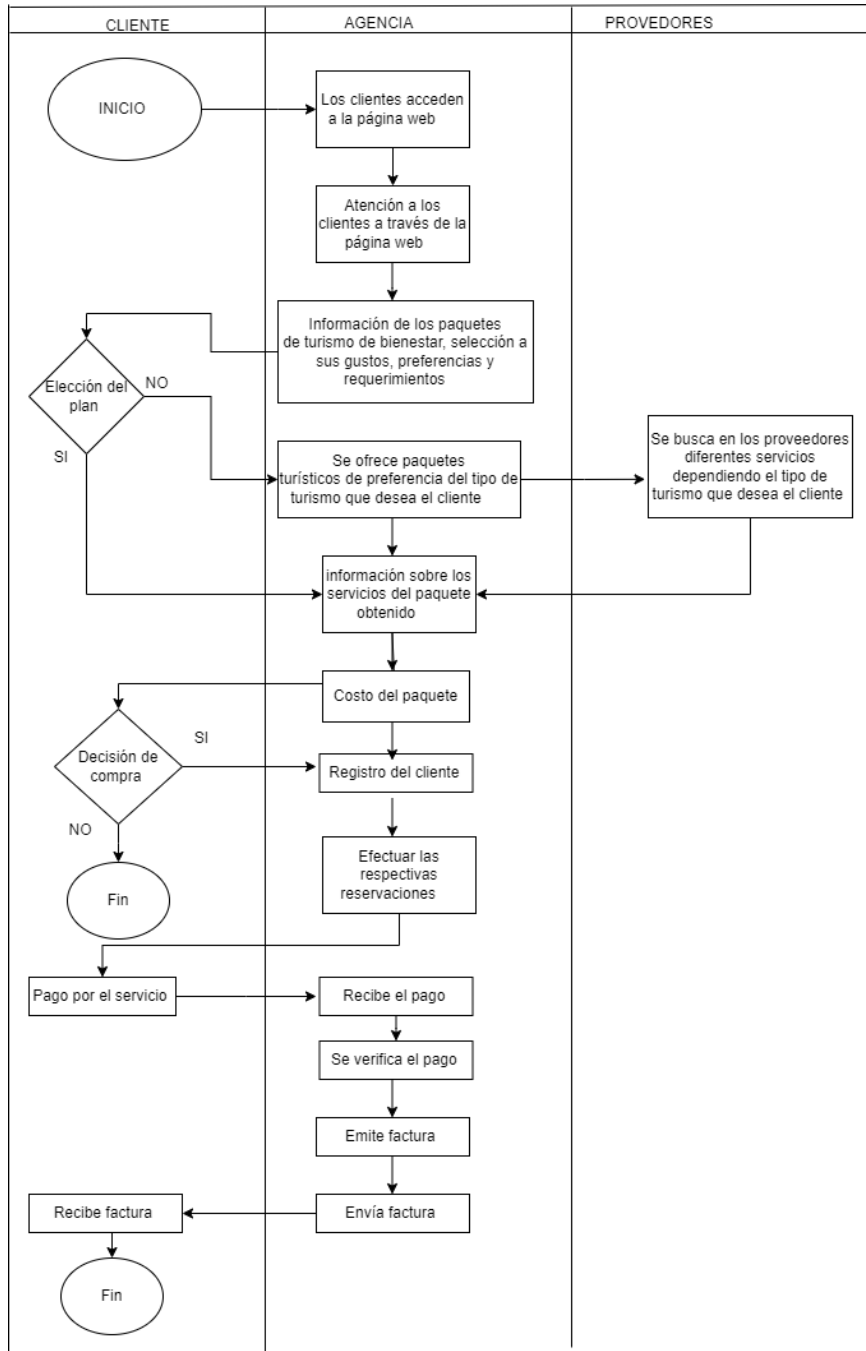


Ilustración 35. Descripción del proceso – Fuente: Elaboración propia

Tabla 34. Descripción de procesos

ITEM	AGENCIA	DESCRIPCION
1	Atención a los clientes a través de la página web	El cliente se comunicará con nosotros a través de la página web donde encontrará toda la información y asesoramiento de nuestros servicios.
2	Información de los paquetes de turismo de bienestar, selección a sus gustos, preferencias y requerimientos	Se estará a disposición al cliente dependiendo sus preferencias para su paquete turístico de bienestar, si el cliente no desea este tipo de turismo o quiere mezclarlo con otro se tendrá en cuenta y se le dará el paquete a su gusto
3	información sobre los servicios del paquete obtenido	Se le informara sobre como quedo su paquete turístico y todas las condiciones de sus servicios, entre otras cosas su precio.
4	Registro del cliente	Una vez el cliente se arma su paquete, se registrará en la base de datos de la empresa para hacer un seguimiento y establecer la fecha que van a consumir efectuar el servicio.
5	Efectuar las respectivas reservaciones	Se reservarán con nuestros proveedores todos los requerimientos y servicios que adquirieron los clientes para su paquete, así mismo se costearan los servicios y se le enviara al cliente el costo.
6	Verificación del pago	Después de haber enviado el valor a pagar, se verifica el pago correspondiente realizado por el cliente y se le envía el recibo electrónico de la compra

Elaboración propia

### 5.1.7. Necesidades y Requerimientos

La agencia necesitará una inversión fija ya que será una empresa virtual, para ello, se necesitará de productos electrónicos y de servicios los cuales son: 1 computador portátil con Intel Core i5, 8 GB de RAM, 512 GB de disco duro, 1 teléfono celular para el uso de las redes sociales, un plan de datos, internet y luz.

Tabla 35. Equipos de oficina

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
COMPUTADOR	1	\$2.111.340	\$2.111.340
TELÉFONO CELULAR	1	\$1.049.900	\$1.049.900
	<b>TOTAL</b>	<b>\$3.161.240</b>	<b>\$3.161.240</b>

Elaboración propia

### 5.1.8. Inversión diferida

Tabla 36. Inversión diferida

<b>INVERSION DIFERIDA</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
PUBLICIDAD DE LANZAMIENTO	\$ 2.000.000
LEGALIZACION DE LA EMPRESA (REGISTROS)	\$ 96.500
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.096.500</b>

Elaboración propia.

### 5.1.9. Inversión total

Tabla 37. Inversión total

<b>INVERSION TOTAL</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
INVERSIO DIRECTA	\$ 3.161.240
INVERSION DIFERIDA	\$ 2.096.500
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	\$ 44.742.260
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 50.000.000</b>

Elaboración propia.

## 6. ORGANIZACIÓN

## 6.1. MATRIZ DOFA

Tabla 38. DOFA

<b>ANALISIS DOFA DE LA AGENCIA OPERADORA TURISTICA CALM DOW</b>		
<b>INTERNOS</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<p>Es la primer agencia operadora turística dedicada al turismo de bienestar en la región.</p> <p>Atención al cliente, se busca cumplir con las expectativas y exigencias de los clientes.</p> <p>Se contará con el personal idóneo y capacitado para la prestación de servicios</p> <p>Se desarrolló un estudio serio que demuestra el potencial que tiene este tipo de turismo.</p> <p>La innovación del proyecto.</p> <p>Se encontró en el municipio empresas dedicadas al bienestar que se pueden asociar con el turismo</p>	<p>No se cuenta con recursos económicos para la agencia.</p> <p>Falta de experiencia en el mercado</p> <p>Dependencia de la conectividad</p> <p>La empresa no se encuentra constituida.</p>
<b>EXTERNOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<p>No hay agencias de viajes que se dediquen al turismo de bienestar en la región.</p> <p>El actual gobierno apuesta al desarrollo del sector del turismo.</p>	<p>Las agencias de viajes empiecen a establecer paquetes de turismo de bienestar.</p> <p>Problemas de orden público.</p>

	Generar alianzas con nuevos proveedores del sector de servicios que ofrecen un excelente producto con alta calidad en el servicio, para de esta manera la empresa obtenga tarifas preferenciales.	Competencia desleal. Desastres naturales. Regulaciones asociadas al turismo que puedan afectar operaciones de la empresa. Las empresas no presten el servicio para el aprovisionamiento de los paquetes.
--	---	---

Elaboración propia.

### 6.1.2. Matriz De Impacto Consecuencia Y Estrategia DOFA.

Tabla 39. Matriz de impacto DOFA

MATRIZ DE PROBABILIDAD DE IMPACTO	ITEM	IMPACTO	CONSECUENCIA	ESTRATEGIA
<b>DEBILIDADES</b>	No se cuenta con recursos económicos para la agencia.	MUY FUERTE	No se puede llevar a cabo con el proyecto.	Conseguir inversionistas o fuentes de financiación.
	Falta de experiencia en el mercado.	MUY FUERTE	Desconocimiento de las operaciones comerciales.	Capacitaciones.
	Dependencia de la conectividad.	MUY FUERTE	Des comunicación con nuestros clientes.	Innovar con diferentes métodos de comunicación.
	La empresa no se cuenta constituida.	DEBIL	No existe la empresa.	Llevar a cabo el proyecto.
<b>AMENAZAS</b>	Las agencias de viajes empiecen a establecer paquetes de turismo de bienestar.	FUERTE	Pérdida de clientes potenciales.	Manejar la empresa hacia los clientes con el fin de fidelizar clientela.

	Problemas de orden público.	FUERTE	Marchas y cierres de vías.	Estar al tanto de los problemas sociales.
	Competencia desleal.	MUY FUERTE	Pérdida de clientes.	Emplear las normas tal y como las dicta la ley.
	Desastres naturales.	MUY FUERTE	Accidentes, cierre de vías.	Estar al tanto de las fechas ante los posibles desastres.
	Regulaciones asociadas al turismo que puedan afectar operaciones de la empresa.	FUERTE	Cambio de normativas e implementaciones de operaciones ya establecidos.	Estar al tanto de las normativas para detectar posibles cambios asociados al turismo.
	Las empresas no presten el servicio para el aprovisionamiento de los paquetes.	MUY FUERTE	No poder brindar los servicios establecidos en los paquetes turísticos.	Ir estableciendo alianzas con nuevas empresas que presten servicios turísticos.
<b>FORTALEZAS</b>	Es la primer agencia operadora turística dedicada al turismo de bienestar en la región.	MUY FUERTE	Una ventaja competitiva ante las demás ya que tenemos un servicio diferenciador.	Seguir operando el servicio que nos caracteriza ante los demás.
	Atención al cliente, se busca cumplir con las expectativas y exigencias de los clientes.	MUY FUERTE	Los servicios van a estar al gusto del cliente por lo cual son paquetes personalizados.	Se realizan cambios a los paquetes a ofrecer dependiendo del cliente.
	Contamos con el personal idóneo y capacitado para la prestación de servicios.	MUY FUERTE	Para minimizar los posibles problemas en las actividades.	Se busca el personal idóneo para garantizar confianza y un trabajo eficaz.
	Se desarrollo un estudio serio que demuestra el potencial que tiene este tipo de turismo.	MUY FUERTE	Generación de empleo y activación turística en el municipio.	Involucrar a los empresarios y comunidad del municipio.

	La innovación del proyecto.	FUERTE	Generar competitividad.	Activación de la actividad económica.
	Se encontró en el municipio empresas dedicadas al bienestar que se pueden asociar con el turismo.	MUY FUERTE	Alianzas comerciales para la creación de los paquetes turísticos.	Activación económica involucrando a la comunidad.
<b>OPORTUNIDADES</b>	No hay agencias de viajes que se dediquen al turismo de bienestar en la región.	MUY FUERTE	Diferenciación, reconocimiento por lo cual posible aumento de clientes a comparación de la competencia.	Promoción y publicidad.
	El actual gobierno apuesta al desarrollo del sector del turismo.	FUERTE	Convenios y beneficios para las empresas turísticas.	Estar atento a las propuestas de los nuevos cambios de gobierno.
	Generar alianzas con nuevos proveedores del sector de servicios que ofrecen un excelente producto con alta calidad en el servicio, para de esta manera la empresa obtenga tarifas preferenciales.	MUY FUERTE	Tener proveedores donde se pueda prestar paquetes a diferentes precios y dar servicios nuevos y novedosos a los clientes.	Estar al contacto latente de las empresas turísticas.

Elaboración propia.

## **6.2. ORGANISMOS DE APOYO**

Alcaldía de El Socorro, la cual orientará los pasos a seguir en torno a trámites de licencias y registros.

Las posibles entidades de financiación para el proyecto son: Fondo Nacional de Garantías, Interactuar Famiempresas, Cooperativa EMPRENDER, Organismos de Cooperación Internacional, Fondo Emprender.

La Cámara de Comercio de Bucaramanga – Seccional Socorro, para orientar el proceso de legalización de la empresa.

Empresas encargadas en ofrecer servicios de internet y telefonía móvil.

PSE (pago seguro electrónico), servicio en línea para pagos online.

Bancolombia, será la entidad financiera aliada para la realización de pagos y transacciones de la empresa

Empresas socorrana que prestarán los servicios turísticos de bienestar, serán aliados comerciales para la agencia.

## **6.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

CALM DOWN agencia de viajes operadora turística, estará organizacionalmente compuesto por la junta de accionistas, un gerente administrador, secretario y un contador. A continuación, el organigrama y sus funciones a desarrollar.



Ilustración 36. Estructura organizacional – Fuente: Elaboración propia

### 6.3.1. Manual de funciones

Tabla 40. Manual de funciones Gerente

<b>MANUAL DE FUNCIONES CALM DOW AGENCIA OPERADORA</b>	
<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
OCUPACIÓN	Gerente Administrador
DENOMINACIÓN	Administrador
No. DE CARGOS	1
DEPENDENCIA	N.A.

CARGO DEL JEFE INMEDIATO	N.A.
CARGOS SUPERVISADOS	Secretario
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
<p>Es la persona que actúa como representante legal de la empresa, es el principal responsable del éxito de la empresa, y por tanto la persona que asume el liderazgo y la administración de los recursos para lograr los objetivos fijados por la misma. Su objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los productos y servicios que ofrece la empresa, maximizando el valor de esta. Para dar cumplimiento debe planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar todos los procesos ejecutados en CALM DOWN Agencia operadora turística.</p>	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar y gestionar los recursos de la empresa correctamente.</li> <li>• Organizar, mantener y liderar a los empleados de forma eficiente y activa.</li> <li>• Asignar las funciones a cada uno de los empleados.</li> <li>• Coordinar la ejecución de estrategias de mercadeo.</li> <li>• Seleccionar y capacitar a los empleados.</li> <li>• Fijar las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros establecidos.</li> <li>• Ser la imagen de la empresa en el ámbito externo, provee de contactos y relaciones empresariales.</li> <li>• Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.</li> <li>• Decidir cuando un nuevo servicio ha de ingresar al mercado.</li> <li>• Definir de la contratación y despido de personal.</li> <li>• Resolver solicitudes de cambio de personal.</li> <li>• Revisar y aprobar cualquier transacción financiera mayor como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes.</li> </ul>	
IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Educación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesional en turismo</li> <li>- Administrador de empresas</li> <li>- Servicio al cliente</li> </ul>

Experiencia	1 año de experiencia en administración de servicios
-------------	---

Elaboración propia.

Tabla 41. Manual de funciones secretaria

<b>MANUAL DE FUNCIONES CALM DOW AGENCIA OPERADORA</b>	
<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
OCUPACIÓN	Secretario
DENOMINACIÓN	Secretario
No. DE CARGOS	1
DEPENDENCIA	Gerente
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Gerente
CARGOS SUPERVISADOS	N.A.
<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Manejar correctamente los procesos administrativos relacionados con archivo, recepción, comunicaciones.	
<b>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Manejar correctamente el archivo de la empresa en lo relacionado al almacenamiento y organización</li> <li>▪ Redactar la correspondencia que emite la empresa</li> <li>▪ Realizar presentaciones digitales para exposiciones</li> <li>▪ Redactar las comunicaciones externas que realiza la empresa a través de correo electrónico y redes sociales</li> <li>▪ Atender las solicitudes administrativas del Gerente</li> </ul>	
IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Educación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auxiliar Administrativo del SENA</li> <li>• Técnico Comercial</li> </ul>
Experiencia	6 meses

Elaboración propia.

Tabla 42. Manual de funciones Contador

<b>MANUAL DE FUNCIONES CALM DOW AGENCIA OPERADORA</b>	
I. IDENTIFICACIÓN	
OCUPACIÓN	Contador
DENOMINACIÓN	Contador
No. DE CARGOS	1
DEPENDENCIA	Gerente
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Gerente

CARGOS SUPERVISADOS	N.A.
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Mantener en orden la gestión de los registros contables como pagos, recibos, impuestos, entre otros.	
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Medir de los resultados de inversión, o los riesgos que conlleva alguna negociación.</li> <li>▪ Ordenar las operaciones de la empresa</li> <li>▪ Establecer procedimientos de información financiera</li> <li>▪ Cumplir con los requerimientos directivos</li> <li>▪ Obligaciones fiscales</li> <li>▪ Mantener libros contables actualizados</li> <li>▪ Digitalizar la información</li> <li>▪ Elaborar el informe tributario</li> <li>▪ Calcular los impuestos</li> <li>▪ Mantenerse actualizado</li> </ul>	
IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Educación	• Contador Público
Experiencia	1 año

Elaboración propia.

#### 6.4. ASPECTOS LEGALES

La empresa por construir será Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), ya que es la más apropiada para el proyecto, puede ser constituida por una o varias personas, bien sean naturales o jurídicas, mediante contrato o acto unilateral que

conste por documento privado o escritura pública, el cual debe ser inscrito en el registro mercantil de la Cámara de Comercio.

## **DOCUMENTACIÓN QUE DEBE PRESENTARSE PARA LA CONSTITUCIÓN PRESENCIAL DE LA SAS:**

### **A) FORMULARIO REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL Y SOCIAL (RUES)**

El formulario RUES es el formato dispuesto por la Superintendencia de Industria y Comercio con el fin de adelantar a nivel nacional el proceso de matrícula o inscripción en el Registro Único Empresarial y Social.

El formulario Registro Único Empresarial y Social lo puede adquirir a través de nuestra página web [www.ccb.org.co](http://www.ccb.org.co), menú: Trámites y Consultas, opción:

Descargue Formularios, o en forma impresa en cualquiera de nuestros puntos de atención.

La ausencia en la presentación de los formularios, o la presencia de errores en los mismos constituye causal de devolución de la petición de registro conforme a las instrucciones impartidas en el numeral 2.1.3.12 de la Circular Única por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). Adoptada por Super Sociedades.

El primer paso es la elaboración de un acuerdo de accionistas, en el que se regulen sus obligaciones y aspectos de funcionamiento como porcentajes de participación y aportes de cada accionista.

### **B) FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO RUT**

Para efectos de la expedición del RUT, debe seleccionar cuales son las responsabilidades, calidades y atributos tributarios que tendrá a cargo la sociedad. Es necesario que verifique en ingrese al siguiente link <https://www.vue.gov.co/sopo/consulte/consulta-de-responsabilidades-tributarias> herramienta que dispone la VUE.

De igual forma podrá realizar el trámite con ayuda de nuestros asesores en cualquiera de las sedes de la Cámara de Comercio de Bogotá, diligenciado el formato de Responsabilidades, Calidades y atributos tributarios.

Si encuentra alguna duda sobre el correcto diligenciamiento de cada uno de los formularios, consulte con el Asesor Especializado en creación de empresa en cualquiera de las sedes de atención al público de la Cámara de Comercio de Bogotá, quién le guiará.

### **C) DOCUMENTOS DE IDENTIDAD DE LOS ACCIONISTAS**

Es necesario que se llegue copia de los documentos de identidad de los representantes legales, accionistas, integrantes de órganos de administración y revisores fiscales según el caso, para efectos de realizar la verificación en el sistema de información de la Registraduría Nacional del Estado Civil o en el de Migración Colombia para el caso de ciudadanos extranjeros. En todo caso, la información del número de documento y fecha de expedición debe ser legible para facilitar este proceso.

### **SITUACIÓN DE CONTROL - DECRETO 667 DE 2018**

Con ocasión de la expedición del Decreto 667 de 2018, cuando se presente para inscripción en el Registro Mercantil la constitución de una sociedad por acciones simplificadas en la que el único accionista sea una persona natural, el constituyente de la sociedad diligenciará un formato suministrado por la Cámara de Comercio en el que manifestará su condición de controlante de la sociedad, en los términos previstos en el artículo 30 de la Ley 222 de 1995.

En el formato deberá diligenciarse la siguiente información:

- Nombre sociedad subordinada: corresponde a la razón social de la sociedad SAS que se constituye.

- Domicilio sociedad subordinada: ciudad o municipio elegido para desarrollar la actividad de la sociedad.
- Actividad sociedad subordinada: debe indicar los códigos CIIU que colocó en el formulario RUES.
- Nombre: corresponde al nombre del accionista único persona natural.
- Domicilio: ciudad o municipio de residencia del accionista único natural.
- Nacionalidad: nacionalidad del accionista único persona natural.
- Actividad: código(s) CIIU de la actividad(es) que realiza el accionista único persona natural.

En caso de que la persona natural accionista único rehúse inscribirse como controlante, para que proceda la inscripción de la constitución de la sociedad deberá manifestar por escrito dirigido a la Cámara de Comercio que no ejerce el control sobre la sociedad, el fundamento de su declaración y, si considera que otra persona es el controlante, informar el nombre e identificación de dicha persona.

Dicho documento será remitido por la respectiva Cámara de Comercio a la Superintendencia de Sociedades<sup>13</sup>.

## **Registro Nacional de Turismo (RNT)**

---

<sup>13</sup> REGISTRO ÚNICO Empresarial y Social (RUES) - Cámara de Comercio de Bogotá [Anónimo]. Cámara de Comercio de Bogotá [página web]. [Consultado el 20, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil/Registro-Unico-Empresarial-y-Social-RUES>.

Registro público, en el cual deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia<sup>14</sup>.

### **Norma técnica sectorial**

Es importante que la agencia aplique e implemente diferentes normas técnicas sectoriales, dichas normas son estipuladas por el viceministerio de turismo en Colombia como ente regulador de dictar dichas normas y que por medio del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) se normaliza y supervisa dichas técnicas<sup>15</sup>.

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NTS AV01 (Reservas en agencias de viajes)

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NTS AV 002 (Atención al cliente en agencias de viajes)

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NTS – AV 003. (Infraestructura en agencias de viaje)

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NTS – AV 006. Norma de competencia laboral. (Dirigir el área comercial en agencias de viajes)

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NTS – AV 007. Norma de competencia laboral. (Dirigir el área administrativa en agencias de viajes)

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NTS – AV 008. Norma de competencia laboral. (Dirigir el área financiera en agencias de viajes.)

---

<sup>14</sup> REGISTRO NACIONAL de Turismo - RNT [Anónimo]. Registro Nacional de Turismo - RNT [página web]. [Consultado el 21, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://rnt.confecamaras.co/home>.

<sup>15</sup> CALIDAD Y Desarrollo Sostenible | MINCIT - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [Anónimo]. Inicio | MINCIT - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [página web]. [Consultado el 29, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible>.

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NTS – GT 001 (Norma de competencia laboral prestación del Servicio de Guianza de acuerdo con lo requerido por el usuario)

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NTS – GT 002 (Norma de competencia laboral. control del desarrollo de los programas según objetivos propuestos)

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NTS – GT 012. (Norma de competencia laboral. Prestación del Servicio de Guianza Turística.)

### **REQUISITOS PARA CUMPLIR ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

Es obligatorio, para el ejercicio de cualquier actividad: comercial, industrial, de servicios, social, cultural, de recreación, de entretenimiento, de diversión; con o sin ánimo de lucro, o que, siendo privadas, trasciendan a lo público; que se desarrolle o no a través de establecimientos abiertos o cerrados al público, además de los requisitos previstos en normas especiales, cumplir previamente a la iniciación de la actividad económica los siguientes requisitos:

Las normas referentes al uso del suelo, destinación o finalidad para la que fue construida la edificación y su ubicación.

Mantener vigente la matrícula mercantil de la Cámara de Comercio de la respectiva jurisdicción donde se desarrolle la actividad.

La comunicación de la apertura del establecimiento, al comandante de estación o subestación de Policía del lugar donde funciona el mismo, por el medio más expedito o idóneo, que para tal efecto establezca la Policía Nacional.

Para la comercialización de equipos terminales móviles se deberá contar con el permiso o autorización expedido por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones o su delegado<sup>16</sup>.

**Durante la ejecución de la actividad económica deberá cumplirse con los siguientes requisitos:**

Las normas referentes a los niveles de intensidad auditiva.

Cumplir con los horarios establecidos para la actividad económica desarrollada.

Las condiciones de seguridad, sanitarias y ambientales determinadas en el régimen de Policía.

El objeto registrado en la matrícula mercantil y no desarrollar otra actividad diferente.

Para aquellos establecimientos donde se ejecuten públicamente obras musicales causantes de pago, protegidas por las disposiciones legales vigentes sobre derechos de autor, mantener y presentar el comprobante de pago al día.

Para ofrecer los servicios de alojamiento al público u hospitalidad, se debe contar con el registro nacional de turismo.

**NORMAS QUE REGLAMENTAN EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA**

Las principales normas que reglamentan el Comercio Electrónico en Colombia son la Ley 527 de 1999 que define y regula el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y establece las entidades de certificación correspondientes (que tomó como referencia la ley modelo de comercio

---

<sup>16</sup> BIBLIOTECA LEGAL Colombia [Anónimo]. Biblioteca Legal Colombia [página web]. [Consultado el 24, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://co.biblioteca.legal/>.

electrónico de CNUDMI - Naciones Unidas), y la Ley 1480 de 2011 que contiene el Estatuto del Consumidor en donde se consagran los derechos del consumidor del comercio electrónico.

Desde el punto de vista del consumidor, sus principales derechos como usuario del comercio electrónico están consagrados en la Ley 1480 de 2011, siendo la Superintendencia de Industria y Comercio la responsable velar por el cumplimiento de estos derechos.

Desde el punto de vista de los demás agentes que intervienen en el comercio electrónico (tiendas virtuales, portales de compras, instituciones financieras, pasarelas de pago y operadores logísticos) sus actividades se rigen por las normas legales que reglamentan cada una de esas actividades. Por ejemplo, las instituciones financieras (responsables de tramitar los pagos electrónicos por Internet) se rigen por las normas del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero (Decreto Ley 663 de 1993 y sus normas complementarias). Los operadores postales y logísticos (responsables de la entrega de paquetes del comercio electrónico a los consumidores finales) se rigen por la Ley 1369 de 2009 y la Ley 105 de 1993, entre otras.

Respecto a las empresas que se dedican a vender productos por Internet como tiendas virtuales, portales de compras (Marketplace), grandes superficies que venden al por menor, entre otras, sus actividades se rigen por las leyes que regulan el respectivo producto o servicio que venden, aclarando no se requiere de ningún permiso especial para crear un portal de compras por Internet, más allá de los permisos generales establecidos para cualquier establecimiento de comercio (bajo las regulación del Código de Comercio y del Código Civil)<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> INICIO - Observatorio de eCommerce [Anónimo]. Observatorio Ecommerce [página web]. [Consultado el 30, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <<https://observatorioecommerce.mintic.gov.co/797/w3-channel.html>>.

**Para poder vender bienes y/o servicios por Internet, mediante comercio electrónico, como mínimo, es necesario contar con:**

Acceso a Internet, preferiblemente de banda ancha, para garantizar una buena conexión al momento de hacer compras y evitar la caída de la red de internet.

Portal de compras para mostrar los productos y servicios que se quiere comprar mediante el comercio electrónico.

Medios de pago electrónicos, previo acuerdo con las instituciones financieras y/o pasarelas de pago.

Sistema de entrega de los productos y/o servicios vendidos. Debe considerar si los envíos pueden ser nacionales y/o internacionales.

Sistema para atención posventa que permita atender las quejas o reclamos de los consumidores por fallas o errores en el producto o servicio comprado.

## **6.5. TIPO DE CONTRATACIÓN DEL PERSONAL**

### **Contrato a tiempo parcial**

Naturalmente el salario de un trabajador depende del tiempo que labore, pues el salario es la contraprestación por la actividad laboral desplegada por el trabajador, y si esta no es plena, el salario no será completo.

En consecuencia, el salario será proporcional en función de la jornada máxima laboral contemplada en el artículo 161 del código sustantivo del trabajo.

Así, cuando el trabajador laboral medio tiempo tiene derecho a devengar un salario de por lo menos la mitad del salario mínimo mensual.

### **Prestaciones sociales en trabajadores a tiempo parcial**

Las prestaciones sociales se liquidan sobre el salario que devengue el trabajador, sea un salario mínimo o más, así que la liquidación de estos conceptos es el mismo que de costumbre.

Un trabajador a tiempo parcial tiene derecho a las mismas prestaciones sociales que uno a tiempo completo, con la diferencia que su monto será inferior por corresponder a un salario inferior.

### **Seguridad social a tiempo parcial.**

Respecto a la seguridad social en el trabajo parcial se pueden presentar distintas situaciones, como que el trabajador simplemente labore medio tiempo o que labore por días.

En el primer caso, se paga seguridad social común y corriente, sólo que, si el salario resulta ser inferior al mínimo por trabajar medio tiempo, empleador y trabajador deben completar la cotización mínima

Si el trabajador labora por días, excepcionalmente se puede cotizar a seguridad social por semanas

Si no se cumplen las condiciones para cotizar por semanas, se debe hacer la cotización por mes completo, sobre un ingreso base de liquidación que no puede ser inferior al salario mínimo mensual<sup>18</sup>.

## **6.6. COSTOS ADMINISTRATIVOS**

### **6.6.1. Gastos del personal**

---

<sup>18</sup> TRABAJADORES A tiempo parcial | Gerencie.com [Anónimo]. Gerencie.com. Gerencie sus asuntos y negocios. [página web]. [Consultado el 26, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.gerencie.com/trabajadores-a-tiempo-parcial.html>.

Se realizarán los pagos mensuales con todas las prestaciones que incluye el contrato establecido de los cargos de gerente y secretaria a tiempo parcial, de acuerdo con el salario mínimo legal vigente (SMMLV) en Colombia año 2023 equivalente a \$1.160.000, proyectados a continuación.

Tabla 43. Gastos personal

<b>CARGO</b>	<b>VALOR BASE PACTADO</b>	<b>FACTOR PRESTACIONAL (58,86%)</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Gerente	\$1.740.000	\$1.024.164	\$2.764.164	\$33.169.968
Secretario	\$5800.000	\$341.388	\$921.000	\$11.056.656
<b>TOTAL</b>	<b>\$300.000</b>		<b>\$3.685.552</b>	<b>\$44.226.624</b>

Elaboración propia.

La contratación del Contador se hará por el modelo de prestación de servicios según sea necesario, será una contratación externa de la empresa.

### 6.6.2. Gastos de Puesta en Marcha

Estos gastos corresponden a la inversión en la constitución de la empresa, como registros, licencias, marketing y equipamiento.

Tabla 44. Gastos puesta en marcha

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Marketing	\$1.860.000
Registro de marca y lema	\$1.674.500
Registros de constitución	\$96.500
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.631.000</b>

Elaboración propia.

### 6.6.3. Gastos Anuales de Administración

Los gastos anuales de servicios de administración son tenidos en cuenta de los servicios como luz, internet, plan de datos, contratación externa del contador y la licencia office.

*Tabla 45. Gastos anuales de administración*

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Internet	\$78.792	\$945.504
Luz	\$70.834	\$850.008
Plan de datos	\$37.990	\$455.800
Licencia office	\$25.999	\$311.988
Contratación externa del contador	\$300.000	\$3.600.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$513.915</b>	<b>\$6.163.300</b>

Elaboración propia.

## 7. FINANZAS

### 7.1. INVERSIÓN FIJA

Para determinar la factibilidad del proyecto se proyectaron estas inversiones:

#### 7.1.1. Equipos de oficina

Tabla 46. Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
COMPUTADOR	1	\$ 2.111.340	\$ 2.111.340
TELÉFONO CELULAR	1	\$ 1.049.900	\$ 1.049.900
TOTAL		\$ 3.161.240	\$ 3.161.240

Elaboración propia.

### 7.2. INVERSIÓN FIJA TOTAL

Tabla 47. Inversión fija

INVERSION FIJA	
DESCRIPCION	COSTO TOTAL
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 3.161.240

Elaboración propia.

### 7.3. INVERSIÓN DIFERIDA

Para la pue en marcha de la empresa se hicieron estos gastos como lanzamiento y registro de esta.

Tabla 48. Inversión diferida

INVERSION DIFERIDA	
CONCEPTO	COSTO TOTAL
PUBLICIDAD DE LANZAMIENTO	\$ 2.000.000
LEGALIZACION DE LA EMPRESA (REGISTROS)	\$ 96.500
TOTAL	\$ 2.096.500

Elaboración propia.

Tabla 49. Valor amortización

<b>VALOR AMORTIZACION MENSUAL (1 AÑO)</b>	<b>\$ 174.708</b>
---	-------------------

Elaboración propia.

### 7.3.1. Inversión diferida

Tabla 50. Inversión diferida

<b>INVERSION TOTAL</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
INVERSIO DIRECTA	\$ 3.161.240
INVERSION DIFERIDA	\$ 2.096.500
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	\$ 44.742.260
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 50.000.000</b>

Elaboración propia.

## 7.4. INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 51. Inversión capital de trabajo

<b>INVERSION CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
INVERSION DE ACCIONISTA	\$ 10.000.000	10%
INVERSION DE PRESTAMO SOLICITADO	\$ 40.000.000	90%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 50.000.000</b>	<b>100%</b>

Elaboración propia.

## 7.5. COSTOS Y GASTOS

### 7.5.1. Depreciación

Tabla 52. Depreciación de equipos de oficina

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>TIEMPO DE DEPRECIACION</b>	<b>VALOR DE SALVAMIENTO</b>	<b>VALOR POR DEPRECIAR</b>	<b>DEPRECIACION MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 3.161.240	5 AÑOS	\$ 3.161.240	0	\$ 52.687	\$ 632.248

Elaboración propia.

## 7.6. GASTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVOS

Tabla 53. Gastos de personal de administración

CARGO	VALOR BASE PACTADO	FACTOR PRESTACIONAL (58,86%)	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gerente	\$ 1.740.000	\$ 1.024.164	\$ 2.764.164	\$ 33.169.968
Secretario	\$ 580.000	\$ 341.388	\$ 921.388	\$ 11.056.656
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 300.000</b>		<b>\$ 3.685.552</b>	<b>\$ 44.226.624</b>

Elaboración propia.

### 7.6.1. Gastos De Administración

Tabla 54. Gastos administración

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS 5%	\$ 13.172	\$ 158.062
SEGURO 1%	\$ 2.634	\$ 31.612
DEPRECIACION DE OFICINA	\$ 52.687	\$ 632.244
INTERNET	\$ 78.792	\$ 945.504
LUZ	\$ 70.834	\$ 850.008
PLAN DE DATOS	\$ 37.990	\$ 455.880
AMORTISACION DE DIFERIDOS	\$ 174.708	\$ 2.096.496
CONTRATACION EXTERNA (CONTADOR)	\$ 300.000	\$ 3.600.000
LICENCIA OFFICE	\$ 25.999	\$ 311.988
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 756.816</b>	<b>\$ 9.081.794</b>

Elaboración propia.

### 7.6.2. Gasto De Personal De Ventas

Tabla 55. Gastos de personal de ventas

CONCEPTO	EJERCICIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
AGENCIA DE PUBLICIDAD	MANEJO DE REDES SOCIALES	\$ 250.000	\$ 3.000.000

Elaboración propia.

### 7.6.3. Gasto De Administración Y Ventas

Tabla 56. Gastos de administración y ventas

<b>INVERSION CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
GASTO PERSONAL DE VENTAS	\$ 250.000	\$ 3.000.000
GASTO PERSONAL ADMINISTRATIVOS	\$ 3.685.552	\$ 44.226.624
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 756.816	\$ 9.081.794
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.692.368</b>	<b>\$ 56.308.418</b>

Elaboración propia.

### 7.6.4. Capital De Trabajo

Tabla 57. Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>VALOR POR NECESITAR</b>
COSTOS DEL PRODUCTO	\$ 36.478.400,00	\$ 72.956.800,00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$ 4.690.107,00	\$ 9.380.214,00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.300.000,00	\$ 2.600.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 42.468.507,00</b>	<b>\$ 84.937.014,00</b>

Elaboración propia.

## 7.7. PRORRATEO DE COSTOS Y GASTOS

Tabla 58. Prorrateso de equipos de oficina

<b>DEPRECIACION</b>	<b>PROCENTAJE DE PRORRATEO</b>	
	<b>OPERATIVO</b>	<b>ADMINISTRATIVO</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	50%	50%

Elaboración propia.

Tabla 59. Distribución de depreciación

DEPRECIACIÓN	DISTRIBUCION DETERMINADA		
	VALOR ANUAL	OPERATIVO	ADMINISTRATIVO
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 632.248	316.124	316.124

Elaboración propia.

## 7.8. COSTEO DE SERVICIOS

se calcularon los paquetes a vender 21 por mes de a 7 servicios por paquete anual se calcula la venta de 252 paquetes turísticos

Tabla 60. Costeo de servicios

PAQUETES	COSTOS	cantidad mensual requerida	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
wellness	\$ 1.760.000	7	\$ 12.320.000	\$ 147.840.000
holístico	\$ 2.233.600	7	\$ 15.635.200	\$ 187.622.400
lúdico y recreativo	\$ 1.217.600	7	\$ 8.523.200	\$ 102.278.400
TOTAL			\$ 36.478.400	\$ 437.740.800

Elaboración propia.

### 7.8.1. Costos indirectos

Tabla 61. Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SEGUROS	\$ 10.000,00	\$ 120.000,00
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS	\$ 52.686,00	\$ 632.232,00
SERVICIOS PRODUCTIVOS (INTERNET, PLAN DE DATOS, LUZ)	\$ 187.616,00	\$ 2.251.392,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 250.302,00</b>	<b>\$ 3.003.624,00</b>

Elaboración propia.

## 7.9. COSTOS DEL PRODUCTO

Tabla 62. Costos del producto

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
COSTOS DEL PRODUCTO	\$ 36.478.400,00	\$ 437.740.800,00
COSTOS INDIRECTOS	\$ 250.302,00	\$ 3.003.624,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 36.728.702,00</b>	<b>\$ 440.744.424,00</b>

Elaboración propia.

## 7.10. CREDITO

### 7.10.1. Cuotas De Pago De Crédito

Tabla 63. Crédito a solicitar

N. CUOTAS	CUOTA POR PAGAR	INTERESES	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL POR DEVOLVER
0				\$ 40.000.000,00
1	\$ 1.901.132,51	\$ 1.300.000,00	\$ 601.132,51	\$ 39.398.867,49
2	\$ 1.901.132,51	\$ 1.280.463,19	\$ 620.669,32	\$ 38.778.198,17
3	\$ 1.901.132,51	\$ 1.260.291,44	\$ 640.841,07	\$ 38.137.357,10
4	\$ 1.901.132,51	\$ 1.239.464,11	\$ 661.668,41	\$ 37.475.688,69
5	\$ 1.901.132,51	\$ 1.217.959,88	\$ 683.172,63	\$ 36.792.516,06
6	\$ 1.901.132,51	\$ 1.195.756,77	\$ 705.375,74	\$ 36.087.140,32
7	\$ 1.901.132,51	\$ 1.172.832,06	\$ 728.300,45	\$ 35.358.839,87
8	\$ 1.901.132,51	\$ 1.149.162,30	\$ 751.970,22	\$ 34.606.869,66
9	\$ 1.901.132,51	\$ 1.124.723,26	\$ 776.409,25	\$ 33.830.460,41
10	\$ 1.901.132,51	\$ 1.099.489,96	\$ 801.642,55	\$ 33.028.817,86
11	\$ 1.901.132,51	\$ 1.073.436,58	\$ 827.695,93	\$ 32.201.121,93
12	\$ 1.901.132,51	\$ 1.046.536,46	\$ 854.596,05	\$ 31.346.525,88
13	\$ 1.901.132,51	\$ 1.018.762,09	\$ 882.370,42	\$ 30.464.155,46
14	\$ 1.901.132,51	\$ 990.085,05	\$ 911.047,46	\$ 29.553.108,00
15	\$ 1.901.132,51	\$ 960.476,01	\$ 940.656,50	\$ 28.612.451,50
16	\$ 1.901.132,51	\$ 929.904,67	\$ 971.227,84	\$ 27.641.223,66
17	\$ 1.901.132,51	\$ 898.339,77	\$ 1.002.792,74	\$ 26.638.430,92
18	\$ 1.901.132,51	\$ 865.749,00	\$ 1.035.383,51	\$ 25.603.047,41
19	\$ 1.901.132,51	\$ 832.099,04	\$ 1.069.033,47	\$ 24.534.013,94
20	\$ 1.901.132,51	\$ 797.355,45	\$ 1.103.777,06	\$ 23.430.236,88
21	\$ 1.901.132,51	\$ 761.482,70	\$ 1.139.649,81	\$ 22.290.587,07

22	\$ 1.901.132,51	\$ 724.444,08	\$ 1.176.688,43	\$ 21.113.898,64
23	\$ 1.901.132,51	\$ 686.201,71	\$ 1.214.930,81	\$ 19.898.967,83
24	\$ 1.901.132,51	\$ 646.716,45	\$ 1.254.416,06	\$ 18.644.551,77
25	\$ 1.901.132,51	\$ 605.947,93	\$ 1.295.184,58	\$ 17.349.367,19
26	\$ 1.901.132,51	\$ 563.854,43	\$ 1.337.278,08	\$ 16.012.089,11
27	\$ 1.901.132,51	\$ 520.392,90	\$ 1.380.739,62	\$ 14.631.349,50
28	\$ 1.901.132,51	\$ 475.518,86	\$ 1.425.613,65	\$ 13.205.735,85
29	\$ 1.901.132,51	\$ 429.186,41	\$ 1.471.946,10	\$ 11.733.789,75
30	\$ 1.901.132,51	\$ 381.348,17	\$ 1.519.784,34	\$ 10.214.005,40
31	\$ 1.901.132,51	\$ 331.955,18	\$ 1.569.177,34	\$ 8.644.828,07
32	\$ 1.901.132,51	\$ 280.956,91	\$ 1.620.175,60	\$ 7.024.652,47
33	\$ 1.901.132,51	\$ 228.301,21	\$ 1.672.831,31	\$ 5.351.821,16
34	\$ 1.901.132,51	\$ 173.934,19	\$ 1.727.198,32	\$ 3.624.622,84
35	\$ 1.901.132,51	\$ 117.800,24	\$ 1.783.332,27	\$ 1.841.290,57
36	\$ 1.901.132,51	\$ 59.841,94	\$ 1.841.290,57	\$ 0,00

Elaboración propia.

## 7.10.2. Resumen Del Crédito

Tabla 64. Resumen del crédito

AÑO	CUOTA POR PAGAR	INTERESES	CAPITAL AMORTIZADO	SALDO
1	\$ 22.813.590,14	\$ 14.160.116,02	\$ 8.653.474,12	\$ 31.346.525,88
2	\$ 22.813.590,14	\$ 10.111.616,03	\$ 12.701.974,11	\$ 18.644.551,77
3	\$ 22.813.590,14	\$ 4.169.038,37	\$ 18.644.551,77	\$ -0,00
4	\$ 0,00	\$ -0,00	\$ 0,00	\$ -0,00
5	\$ 0,00	\$ -0,00	\$ 0,00	\$ -0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 68.440.770,42</b>	<b>\$ 28.440.770,42</b>	<b>\$ 40.000.000,00</b>	

Elaboración propia.

## 7.11. COSTOS DEL PRODUCTO

Tabla 65. Costos del producto

PAQUETES	COSTOS	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
WELLNESS	\$ 1.760.000	\$ 12.320.000	\$ 147.840.000
HOLISTICO	\$ 2.233.600	\$ 15.635.200	\$ 187.622.400
LUDICO Y RECREATIVO	\$ 1.217.600	\$ 8.523.200	\$ 102.278.400

<b>TOTAL</b>		<b>\$ 36.478.400</b>	<b>\$ 437.740.800</b>
--------------	--	----------------------	-----------------------

Elaboración propia.

## 7.12. COSTOS FIJOS

Número de servicios o productos para el cual fueron calculados los costos 252

Tabla 66. Costos fijos

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS FIJOS</b>		\$ 3.003.624,00
SERVICIOS PRODUCTIVOS	\$ 2.251.392,00	
DEPRECIACION	\$ 632.232,00	
SEGURO	120.000,00	
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS</b>	\$ 56.281.282	\$ 56.281.282
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 59.284.906,00</b>

Elaboración propia.

## 7.13. COSTOS VARIABLES

Tabla 67. Costos variables

<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>COSTOS DEL PRODUCTO</b>	<b>\$ 437.740.800,00</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE VARIABLES</b>	
SERVICIOS	\$ 2.251.392,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 439.992.192,00</b>

Elaboración propia.

### 7.13.1. Costos Totales Unitarios

Tabla 68. Costos totales unitarios

<b>COSTOS TOTALES UNITARIOS</b>	<b>VALOR ANUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
<b>TOTAL, ANUAL DE COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 59.284.906,00</b>	\$ 235.257,56

TOTAL, ANUAL DE COSTOS VARIABLES	\$ 439.992.192,00	\$ 1.746.000,76
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 499.277.098,00</b>	<b>\$ 1.981.258,33</b>

Elaboración propia.

Valor por paquete promedio de 4 personas \$ 1.981.258

Valor por persona \$ 1.981.258/4=\$ 495.314

#### 7.14. PROYECCIONES FINANCIERAS

Se proyecta a 5 años con tasa de inflación anual del 5 %

Tabla 69. Unidades a vender anual

		5%	5%	5%	5%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>UNIDADES POR VENDER</b>	252	257	270	284	298

Elaboración propia.

#### 7.15. CALCULO DE PRECIO VENTA

Tabla 70. Calculo de precio de venta

<b>GASTOS TOTALES UNITARIO</b>	\$ 1.981.258,33
<b>MARGEN DE UTILIDAD</b>	25%
<b>PRECIO DE VENTA</b>	\$ 2.476.572,91

<b>PRECIO DE VENTA</b>	\$2.400.000
------------------------	-------------

Elaboración propia.

## 7.16. RESULTADOS DEL PROYECTO

Tabla 71. Resultados del proyecto

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES POR VENTA	\$ 604.800.000	\$ 616.800.000	\$ 648.000.000	\$ 681.600.000	\$ 715.200.000
<b>TOTAL, DE INGRESOS</b>	<b>\$ 604.800.000</b>	<b>\$ 616.800.000</b>	<b>\$ 648.000.000</b>	<b>\$ 681.600.000</b>	<b>\$ 715.200.000</b>
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
COSTO DEL PRODUCTO	\$ 437.740.800	\$ 459.627.840	\$ 482.609.232	\$ 506.739.694	\$ 530.870.155
COSTOS INDIRECTOS P S FIJOS	\$ 3.003.624	\$ 3.003.624	\$ 3.003.624	\$ 3.003.624	\$ 3.003.624
COSTOS INDIRECTOS P S VARIABLES	\$ 2.251.392	\$ 2.363.962	\$ 2.482.160	\$ 2.606.268	\$ 2.736.581
COSTOS DE PRESTACION DE SERVICIO	\$ 442.995.816	\$ 464.995.426	\$ 488.095.016	\$ 512.349.585	\$ 536.610.360
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 161.804.184</b>	<b>\$ 151.804.574</b>	<b>\$ 159.904.984</b>	<b>\$ 169.250.415</b>	<b>\$ 178.589.640</b>
GASTOS DE PERSONAL	\$ 44.226.624	\$ 44.226.624	\$ 44.226.624	\$ 44.226.624	\$ 44.226.624
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 9.081.794	\$ 9.081.794	\$ 9.081.794	\$ 9.081.794	\$ 9.081.794
GASTOS DE PERSONAL DE VENTAS	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS</b>	<b>\$ 56.308.418</b>	<b>\$ 56.308.418</b>	<b>\$ 56.308.418</b>	<b>\$ 56.308.418</b>	<b>\$ 56.308.418</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 105.495.766</b>	<b>\$ 95.496.156</b>	<b>\$ 103.596.566</b>	<b>\$ 112.941.997</b>	<b>\$ 122.281.222</b>
GASTOS FINANCIEROS	\$ 14.160.116	\$ 10.111.616	\$ 4.169.038	-	-
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 91.335.650</b>	<b>\$ 85.384.540</b>	<b>\$ 99.427.528</b>	<b>\$ 112.941.997</b>	<b>\$ 122.281.222</b>
PROVISIVO PARA IMPUESTOS 34%	\$ 31.054.121	\$ 29.030.744	\$ 33.805.360	\$ 38.400.279	\$ 41.575.615
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 60.281.529</b>	<b>\$ 56.353.797</b>	<b>\$ 65.622.169</b>	<b>\$ 74.541.718</b>	<b>\$ 80.705.606</b>
RESERVAS 10%	\$ 6.028.153	\$ 5.635.380	\$ 6.562.217	\$ 7.454.172	\$ 8.070.561
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 54.253.376</b>	<b>\$ 50.718.417</b>	<b>\$ 59.059.952</b>	<b>\$ 67.087.546</b>	<b>\$ 72.635.046</b>

Elaboración propia.

## 7.17. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Tabla 72. Flujo de caja proyectado

	año 0	año1	año 2	año 3	año4	año 5
INGRESOS OPERACIONALES		\$ 604.800.000	\$ 616.800.000	\$ 648.000.000	\$ 681.600.000	\$ 715.200.000
<b>TOTAL, DE INGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>\$ 604.800.000</b>	<b>\$ 616.800.000</b>	<b>\$ 648.000.000</b>	<b>\$ 681.600.000</b>	<b>\$ 715.200.000</b>
PAGO DE COSTOS						
PAGO DE COSTOS DEL PRODUCTO		\$ 437.740.800	\$ 459.627.840	\$ 482.609.232	\$ 506.739.694	\$ 530.870.155
PAGO DE COSTOS INDIRECTOS FIJOS		\$ 3.003.624	\$ 3.003.624	\$ 3.003.624	\$ 3.003.624	\$ 3.003.624
DEPRECIACIONES		-\$ 632.232	-\$ 632.232	-\$ 632.232	-\$ 632.232	-\$ 632.232
PAGO DE COSTOS INDIRECTOS VARIABLES		\$ 2.251.392	\$ 2.363.962	\$ 2.482.160	\$ 2.606.268	\$ 2.736.581
<b>TOTAL, DE PAGO COSTOS OPERACIONALES</b>		<b>\$ 442.363.584</b>	<b>\$ 464.363.194</b>	<b>\$ 487.462.784</b>	<b>\$ 511.717.354</b>	<b>\$ 535.978.128</b>
PAGO DE GASTOS						
PAGO DE GASTOS DE ADMINISTRACION		\$ 53.308.418	\$ 53.308.418	\$ 53.308.418	\$ 53.308.418	\$ 53.308.418
AMORTIZACIONES		-\$ 2.096.500	-\$ 2.096.500	-\$ 2.096.500	-\$ 2.096.500	-\$ 2.096.500
DEPRECIACION		-\$ 632.244	-\$ 632.244	-\$ 632.244	-\$ 632.244	-\$ 632.244
GASTOS DE PERSONAL DE VENTAS		\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
PAGO DE IMPUESTOS		\$ 31.054.121	\$ 29.030.744	\$ 33.805.360	\$ 38.400.279	\$ 41.575.615
<b>TOTAL, DE PAGO DE GASTOS OPERACIONALES</b>		<b>\$ 84.633.795</b>	<b>\$ 82.610.418</b>	<b>\$ 87.385.034</b>	<b>\$ 91.979.953</b>	<b>\$ 95.155.289</b>
<b>FLUJO DE CAJA OPERACIONAL NETO</b>		<b>\$ 357.729.789</b>	<b>\$ 381.752.776</b>	<b>\$ 400.077.750</b>	<b>\$ 419.737.401</b>	<b>\$ 440.822.839</b>
INVERSIONES						
INVERSION FIJA	\$ 3.161.240					
INVERSION DIFERIDA	\$ 2.096.500					
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	\$ 44.742.260					
<b>TOTAL, DE INVERSIONES</b>	<b>\$ 50.000.000</b>					
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>-\$ 50.000.000</b>	<b>\$ 357.729.789</b>	<b>\$ 381.752.776</b>	<b>\$ 400.077.750</b>	<b>\$ 419.737.401</b>	<b>\$ 440.822.839</b>
FINANCIACION						
APOORTE DE LOS SOCIOS	\$ 10.000.000					
CREDITO DE FINANCIACION	\$ 40.000.000					
<b>TOTAL, INGRESOS DE FINANCIACION</b>	<b>\$ 50.000.000</b>					
EGRESOS DE FINANCIACION						
ABONOS A CAPITAL		\$ 8.653.474	\$ 12.701.974	\$ 18.644.551	-	-
PAGO DE INTERESES		\$ 14.160.116	\$ 10.111.616	\$ 4.169.038	-	-

<b>TOTAL, DE EGRESOS DE FINANCIACION</b>		<b>\$ 22.813.590</b>	<b>\$ 22.813.590</b>	<b>\$ 22.813.590</b>	-	-
FLUJO DE CAJA DE FINANCIACION	\$ 50.000.000	-\$ 22.813.590	-\$ 22.813.590	-\$ 22.813.590	-	-
FLUJO DE NETO DE CAJA		-\$ 380.543.379	\$ 404.566.366	\$ 377.264.159	\$ 419.737.401	\$ 440.822.839
FLUJO DE CAJA DEL PERIODO	-\$ 50.000.00	-\$ 380.543.379	\$ 404.566.366	\$ 377.264.159	\$ 419.737.401	\$ 440.822.839
SALDO ANTERIOR DE CAJA Y BANCOS		\$ 44.742.26	-\$ 335.801.119	\$ 68.765.247	\$ 446.029.406	\$ 865.766.807
<b>SALDO FINAL DE CAJA Y BANCOS</b>	<b>-\$ 50.000.00</b>	<b>-\$ 335.801.119</b>	<b>\$ 68.765.247</b>	<b>\$ 446.029.406</b>	<b>\$ 865.766.807</b>	<b>\$ 1.306.589.646</b>

Elaboración propia.

## 7.18. ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO

Tabla 73. Estado de situación financiera

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA Y BANCOS	\$ 44.742.260	\$ 335.801.119	\$ 68.765.247	\$ 446.029.406	\$ 865.766.807	\$ 1.306.589.646
<b>TOTAL, ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 44.742.260</b>	<b>\$ 335.801.119</b>	<b>\$ 68.765.247</b>	<b>\$ 446.029.406</b>	<b>\$ 865.766.807</b>	<b>\$ 1.306.589.646</b>
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 3.161.240	\$ 3.161.240	\$ 3.161.240	\$ 3.161.240	\$ 3.161.240	\$ 3.161.240
DEPRECIACION ACOMULADA		-\$ 632.248	-\$ 1.264.496	-\$ 1.896.744	-\$ 2.528.992	-\$ 3.161.240
<b>TOTAL, ACTIVO FIJO NETO</b>	<b>\$ 3.161.240</b>	<b>\$ 2.528.992</b>	<b>\$ 1.896.744</b>	<b>\$ 1.264.496</b>	<b>\$ 632.248</b>	<b>\$ 0</b>
INVERSION DIFERIDA	\$ 2.096.500	\$ 2.096.500	-	-	-	-
AMORTIZACION DIFERIDA	-	\$ 2.096.500	-	-	-	-
ACTIVO DIFERIDO NETO	\$ 2.096.500	-	-	-	-	-
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>\$ 50.000.000</b>	<b>\$ 338.330.111</b>	<b>\$ 70.661.991</b>	<b>\$ 449.190.646</b>	<b>\$ 866.399.055</b>	<b>\$ 1.306.589.646</b>
OPERACIONES FINANCIERAS	\$ 8.653.474	\$ 12.701.974	\$ 18.644.551	-	-	-
IMPUESTOS POR PAGAR		\$ 31.054.121	\$ 29.030.744	\$ 33.805.360	\$ 38.400.279	\$ 41.575.615
TOTAL, PASIVO CORRIENTE	\$ 8.653.474	\$ 43.756.095	\$ 47.675.295	\$ 33.805.360	\$ 38.400.279	\$ 41.575.615
OBLIGACIONES A LARGO PLAZO	\$ 31.346.525	\$ 18.644.551	-	-	-	-
<b>PASIVO TOTAL</b>	<b>\$ 40.000.000</b>	<b>\$ 62.400.646</b>	<b>\$ 29.030.744</b>	<b>\$ 33.805.360</b>	<b>\$ 38.400.279</b>	<b>\$ 41.575.615</b>

APORTES SOCIALES	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
UTILIDADES DEL EJERCICIO ANTERIOR			\$ 54.253.376	109.778.369	\$ 168.838.321	\$ 235.925.867
UTILIDADES DEL PRESENTE EJERCICIO		\$54.253.376	\$ 50.718.417	\$ 59.059.952	\$ 67.087.546	\$ 72.635.046
RESERVA DEL 10%		\$ 6.028.153	\$ 5.635.380	\$ 6.562.217	\$ 7.454.172	\$ 8.070.561
<b>PATRIMONIO TOTAL</b>	<b>\$ 10.000.000</b>	<b>\$ 70.281.529</b>	<b>\$ 120.607.173</b>	<b>\$ 185.400.538</b>	<b>\$ 253.380.039</b>	<b>\$ 326.631.474</b>
<b>TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 50.000.000</b>	<b>\$ 132.682.175</b>	<b>\$ 149.637.917</b>	<b>\$ 219.205.898</b>	<b>\$ 291.780.318</b>	<b>\$ 368.207.089</b>

Elaboración propia.

## 7. 19. RAZONES FINANCIERAS

### RAZON CORRIENTE

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
7,67	1,44	13,19	22,55	31,43

### Capital de trabajo

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 292.045.024,00	\$ 21.089.952,00	\$ 412.224.046,00	\$ 827.366.528,00	\$ 1.265.014.031,00

### Nivel de endeudamiento

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
89%	24%	18%	15%	13%

### Rotación de activos

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
2	8,73	1,44	0,79	0,55

### MARGEN BRUTO DE GANANCIA

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
27%	25%	25%	25%	25%

### MARGEN NETO DE UTILIDAD

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
10%	9%	10%	11%	11%

## 7.20. Evaluación del proyecto

Tabla 74. Evaluación del proyecto

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 604.800.000	\$ 616.800.000	\$ 648.000.000	\$ 681.600.000	\$ 715.200.000
RECUPERACION DE CARTERA					
<b>TOTAL, INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 604.800.000</b>	<b>\$ 616.800.000</b>	<b>\$ 648.000.000</b>	<b>\$ 681.600.000</b>	<b>\$ 715.200.000</b>
<b>PAGOS DE COSTOS</b>					
PAGO DE MATERIA PRIMA	\$ 437.740.800	\$ 459.627.840	\$ 482.609.232	\$ 506.739.694	\$ 530.870.155
PAGO DE MANO DE OBRA DIRECTA					
PAGO COSTOS INDIRECTOS FIJOS	\$ 3.003.624	\$ 3.003.624	\$ 3.003.624	\$ 3.003.624	\$ 3.003.624
DEPRECIACION	-\$ 632.232	-\$ 632.232	-\$ 632.232	-\$ 632.232	-\$ 632.232
PAGO COSTOS INDIRECTOS VARIABLES	\$ 2.251.392	\$ 2.363.962	\$ 2.482.160	\$ 2.606.268	\$ 2.736.581
TOTAL, PAGO DE COSTOS OPERACIONALES	\$ 442.363.584	\$ 464.363.194	\$ 487.462.784	\$ 511.717.354	\$ 535.978.128
<b>FLUJO DE CAJA OPERACIONAL BRUTO</b>	<b>\$ 357.729.789</b>	<b>\$ 381.752.776</b>	<b>\$ 400.077.750</b>	<b>\$ 419.737.401</b>	<b>\$ 440.822.839</b>
<b>PAGO DE GASTOS</b>					
PAGO DE GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 53.308.418	\$ 53.308.418	\$ 53.308.418	\$ 53.308.418	\$ 53.308.418
AMORTIZACIONES	-\$ 2.096.500	-\$ 2.096.500	-\$ 2.096.500	-\$ 2.096.500	-\$ 2.096.500
DEPRECIACION	-\$ 632.244	-\$ 632.244	-\$ 632.244	-\$ 632.244	-\$ 632.244
PAGO DE GASTOS DE VENTAS	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
PAGO DE IMPUESTOS	\$ 31.054.121	\$ 29.030.744	\$ 33.805.360	\$ 38.400.279	\$ 41.575.615
<b>TOTAL, PAGO DE GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 84.633.795</b>	<b>\$ 82.610.418</b>	<b>\$ 87.385.034</b>	<b>\$ 91.979.953</b>	<b>\$ 95.155.289</b>
<b>FLUJO DE CAJA OPERACIONAL NETO</b>	<b>\$ 357.729.789</b>	<b>\$ 381.752.776</b>	<b>\$ 400.077.750</b>	<b>\$ 419.737.401</b>	<b>\$ 440.822.839</b>
<b>INVERSIONES</b>					
INVERSION FIJA	\$ 3.161.240				
INVERSION DIFERIDA	\$ 2.096.500				
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	\$ 44.742.260				
TOTAL, DE INVERSIONES	\$ 50.000.000				
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>-\$ 50.000.000</b>	<b>\$ 357.729.789</b>	<b>\$ 381.752.776</b>	<b>\$ 400.077.750</b>	<b>\$ 440.822.839</b>

Elaboración propia.

## 7.21. Cálculo de la Tasa de Descuento o Tasa de Oportunidad

Tabla 75. Tasa de descuento

<b>TASA INTERNA DEL RETORNO</b>	722%
<b>VALOR PRESENTE NETO</b>	\$ 1.324.137.497,98
<b>TASA DE OPORTUNIDAD</b>	14,93%
<b>TASA DEL PRESTAMO</b>	39%
<b>ESCUADO FISCAL</b>	0,65
<b>TASA DE ACCIONISTAS</b>	12,33%
<b>TASA LIBRE DE RIESGO</b>	10,90%
<b>TASA DE MERCADO</b>	13%
<b>BETA</b>	68%

Elaboración propia.

## 7.22. PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 76. Punto de equilibrio

<b>COSTOS FIJOS</b>	\$ 59.284.906
<b>PRECIO DE VENTA</b>	\$ 2.400.000
<b>COSTOS DE VENTA</b>	\$ 1.746.000
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	90,6

Elaboración Propia

## 9. CRONOGRAMA DE ACTIVIADES

Tabla 77. Cronograma de actividades

ACTIVIDAD	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	■	■			
SOLICITUD DEL PRÉSTAMO		■	■		
TRÁMITES LEGALES				■	
CONTRATACIÓN DE PERSONAL				■	■
PUBLICIDAD DE LANZAMIENTO					■
INAUGURACIÓN					■

Elaboración propia.

## 10.CONCLUSIONES

Con la investigación realizada se encontró que existe un alto potencial de mercado para el turismo de bienestar en el municipio de El Socorro, Santander, el creciente interés de las personas por el bienestar físico y mental, así como la búsqueda de experiencias turísticas, esto brinda una oportunidad de negocio prometedora para el desarrollo de la agencia operadora.

El estudio de mercados concluye que existe un potencial para el desarrollo de turismo de bienestar en el sur de Santander; el municipio de El Socorro como objeto de estudio del proyecto, arroja que las actividades orientadas al wellness, lúdico recreativo y holístico tienen oportunidad para consolidarse. También se identificó muy baja posibilidad hacia el turismo de salud pese a que el departamento de Santander lo registra como relevante, dado que este tipo de turismo se da principalmente en el área metropolitana de Bucaramanga.

Se identificó que la población objeto de estudio (operadores y turistas encuestados) no conoce acerca del turismo de bienestar, sin embargo, al realizar la explicación del concepto si se muestra una alta aceptación del mismo.

De acuerdo con la encuesta realizada se concluyó que las personas tienen afectaciones emocionales por muy mínimas que se vean es por ello que a través del turismo buscan un cambio de entorno y de actividades de descanso que generen relajación y la reducción de estas afectaciones obteniendo un efecto beneficioso en la salud mental y física.

Para la puesta en marcha de la empresa se requiere de una inversión económica y de un socio inversionista, lo cual nos lleva a proponer una estructura legal para la empresa de una Sociedad de Acciones Simplificada (S.A.S), teniendo en cuenta que es la que más se ajusta a las condiciones del negocio.

La empresa tendrá gran oportunidad de posicionamiento comercial ya que no se cuenta con empresas o agencias operadoras turísticas que se dediquen al turismo

de bienestar; de igual manera en la revisión de fuentes secundarias no se encontró empresa alguna que se oriente hacia este tipo de turismo en el sur de Santander

El diseño del modelo de negocios utilizando la metodología Canvas, proporcionó la identificación de socios claves en la propuesta de negocios, al igual que permitió identificar la necesidad de integración de estos socios con la propuesta de negocios desarrollada.

La estrategia de mercadotecnia debe dirigirse a las plataformas digitales, con un sitio web propio, con una fuerte orientación hacia las redes sociales y el marketing por correo electrónico, la empresa puede llegar a clientes potenciales de manera más efectiva generando mayor interés en sus servicios lo cual permitirá llegar a audiencias más amplias, aumentando su visibilidad en línea a un menor costo.

Se planteó la estructura de costos del proyecto donde se determinaron ingresos y egresos realizando una proyección operacional a 5 años donde encontramos que el negocio es altamente viable desde la perspectiva financiera.

## BIBLIOGRAFIAS

ACERENZA, Miguel Ángel. AGENCIA S DE VIAJES. Editorial Trillas [página web]. (4, enero, 2010). [Consultado el 17, marzo, 2023]. Disponible en Internet: [https://doi.org/.cloudfront.net/57072231/Agencia\\_de\\_viajes-libre.pdf](https://doi.org/.cloudfront.net/57072231/Agencia_de_viajes-libre.pdf).

BIBLIOTECA LEGAL Colombia [Anónimo]. Biblioteca Legal Colombia [página web]. [Consultado el 24, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://co.biblioteca.legal/>.

CALIDAD Y Desarrollo Sostenible | MINCIT - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [Anónimo]. Inicio | MINCIT - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [página web]. [Consultado el 29, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible>.

COLOMBIA TIENE una de las estrategias de turismo más innovadoras del mundo [Anónimo]. el editorial [página web]. (17, octubre, 2021). [Consultado el 16, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.elespectador.com/turismo/colombia-tiene-una-de-las-estrategias-de-turismo-mas-innovadoras-del-mundo/>

CLUSTER SANTANDER - Clúster Turismo [Anónimo]. Clúster Santander [página web]. [Consultado el 11, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://clustersantander.com/bienvenido-cluster-turismo/>

DASHBOARD [Anónimo]. [Consultado el 18, mayo, 2023]. Disponible en Internet: [https://gestion.mincit.gov.co/rnt-bi/dashboard\\_dashboard.php](https://gestion.mincit.gov.co/rnt-bi/dashboard_dashboard.php)

DECRETO 502 DE 1997[Anónimo].<https://ccas.org.co/wpcontent/uploads/Decreto-502-de-1997.Agenciasdeviajes.pdf>[página web]. [Consultado el 1, junio, 2023]. Disponible en Internet: <<https://ccas.org.co/wp-content/uploads/Decreto-502-de-1997.-Agencias-de-viajes.pdf>>.

GALEANO BALAGUERA, PAULA ANDREA. Las peticiones del turismo en Colombia para consolidar la reactivación. Portafolio.co [página web]. (27, diciembre, 2022). [Consultado el 1, junio, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.portafolio.co/revista-portafolio/turismo-en-colombia-como-va-el-sector-en-2022-y-peticiones-para-consolidar-la-reactivacion-576200>.

INICIO - Observatorio de eCommerce [Anónimo]. Observatorio Ecommerce [página web]. [Consultado el 30, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://observatorioecommerce.mintic.gov.co/797/w3-channel.html>.

MINTURISMO/. [Consultado el 12, abril, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.mintic.gov.co/minturismo/inicio>.

PLAN DE desarrollo del municipio del Socorro para el periodo 2020 – 2023 “El Socorro, la ciudad de las oportunidades” [Anónimo]. Alcaldía Municipal del Socorro Santander [página web]. [Consultado el 10, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <http://www.socorro-santander.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-municipal-socorro-santander>.

PLAN DE desarrollo San Gil con visión Ciudadana 2020-2023 [Anónimo]. Alcaldía de San Gil [página web]. [Consultado el 10, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.sangil.gov.co/publicaciones/44/plandedesarrollosangilconvisionciudadana2020-2023/>

REGISTRO NACIONAL de Turismo - RNT [Anónimo]. Registro Nacional de Turismo - RNT [página web]. [Consultado el 21, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://rnt.confecamaras.co/home>.

REGISTRO ÚNICO Empresarial y Social (RUES) - Cámara de Comercio de Bogotá [Anónimo]. Cámara de Comercio de Bogotá [página web]. [Consultado el 20, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil/Registro-Unico-Empresarial-y-Social-RUES>.

SÁNCHEZ BERGARA, Sheila. Tendencias, perfiles y motivaciones del turismo de salud y bienestar. [http://www.aept.org/archivos/documentos/informe\\_turismo\\_de\\_salud\\_y\\_bienestar\\_ostelea.pdf](http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_turismo_de_salud_y_bienestar_ostelea.pdf) [página web]. [Consultado el 10, mayo, 2023]. Disponible en Internet: [http://www.aept.org/archivos/documentos/informe\\_turismo\\_de\\_salud\\_y\\_bienestar\\_ostelea.pdf](http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_turismo_de_salud_y_bienestar_ostelea.pdf).

SITUR - SANTANDER [Anónimo]. SITUR - SANTANDER [página web]. [Consultado el 14, marzo, 2023]. Disponible en Internet: <http://www.sitursantander.co/Estadisticas>.

TRABAJADORES A tiempo parcial | Gerencie.com [Anónimo]. Gerencie.com. Gerencie sus asuntos y negocios. [página web]. [Consultado el 26, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.gerencie.com/trabajadores-a-tiempo-parcial.html>.

TURISMO Y negocio invertir en Colombia [Anónimo]. UNWTO | World Tourism Organization a UN Specialized Agency [página web]. (5, abril, 2023). [Consultado el 3, mayo, 2023]. Disponible en Internet: <https://www.unwto.org/es/inversion/turismo-y-negocio-invertir-en-colombia>.