

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE ITINERIS TRAVEL, UNA
AGENCIA DE VIAJES OPERADORA, ESPECIALIZADA EN DESARROLLAR
PLANES TURISTICOS EN BOGOTÁ, PARA AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO
ASI COMO MAYORISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES”



PAOLA ANDREA BARRAGAN GALLO
ANDREA MARTINEZ ROA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (N)
AREA DE EMPRENDIMIENTO
BOGOTÁ, DC
2010

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE ITINERIS TRAVEL, UNA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA, ESPECIALIZADA EN DESARROLLAR PLANES TURISTICOS EN BOGOTÁ, PARA AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO ASI COMO MAYORISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES”



PAOLA ANDREA BARRAGAN GALLO
ANDREA MARTINEZ ROA

TRABAJO DE GRADO II

TUTOR
ENRIQUE SANDINO VARGAS

COORDINADOR TRABAJOS DE GRADO
EDGAR ANDRES BAHAMON

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (N)
AREA DE EMPRENDIMIENTO
TALLER DE GRADO II
BOGOTÁ, DC
2010

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO.....	12
INTRODUCCIÓN.....	15
1. TITULO	17
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
2.1 ANTECEDENTES.....	19
2.1.1 Plan de desarrollo nacional.....	21
2.1.2 Casos de agencias de viajes exitosas a nivel internacional.....	22
2.1.3 Casos de agencias de viajes tour operadoras a nivel nacional.....	23
2.1.4 Casos de agencias de viajes fracasados.....	25
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	28
2.2.1 Beneficios del Plan de Desarrollo Nacional.....	29
3. JUSTIFICACIÓN.....	30
3.1 DEFINICIÓN B2C, B2B y B2E.....	33
4. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	35
4.1 MARCO TEÓRICO.....	35
4.1.1 Metodología del plan de negocio.....	36
4.1.2 Aspectos generales del Turismo.....	39
4.1.3 Leyes y decretos que rigen el turismo en Colombia.....	40
4.2 MARCO CONCEPTUAL.....	42
4.2.1 Vocabulario de las agencias de viajes.....	36
5. OBJETIVO.....	52
5.1 OBJETIVO GENERAL.....	52
5.2 OJETIVOS ESPECIFICOS.....	52
6. METODOLOGÍA.....	54
6.1 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.....	54
6.2 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA.....	55
7. RESTRICCIÓN.....	57

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

8. RECURSOS.....	58
8.1 RECURSOS HUMANOS.....	58
8.2 OTROS RECURSOS.....	58
9. ANÁLISIS DE ENTORNO.....	60
9.1 INTRODUCCIÓN.....	60
9.2 ASPECTO ECONÓMICO.....	61
9.2.1 Organizaciones empresariales y/o gremiales del sector de viajes y turismo.....	65
9.2.2 Participación del Estado en inversión de proyectos en materia de turismo.....	67
9.2.3 Población.....	69
9.2.4 Devaluación.....	70
9.2.5 Revaluación.....	71
9.3 ASPECTO JURÍDICO POLÍTICO.....	72
9.3.1 Legislación normas y reglamentos gubernamentales en materia de turismo...	72
9.3.2 Leyes de protección ambiental.....	75
9.3.2.1 Políticas locales.....	79
9.3.3 Normas Técnicas Sectoriales – NTS – De calidad para el sector turístico.....	80
9.4 ASPECTO IDEOLÓGICO.....	81
9.4.1 Caracterización de Bogotá.....	81
9.4.2 Perfil.....	82
9.4.3 Estructura educativa.....	83
9.4.4 Responsabilidad social.....	84
9.4.5 Medios de comunicación.....	84
9.5 ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNACIONAL.....	88
9.6 IMPACTO DEL TURISMO INT. EN COLOMBIA.....	89
9.7 LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES.....	90
9.8 ESTACIONALIDAD DE LOS VIAJEROS INTERNACIONALES.....	91
10 ESTUDIO DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN.....	93
10.1 EL NEGOCIO.....	93

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

10.2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	94
10.2.1 Estructura del mercado actual de Bogotá.....	95
10.2.1.1 Oferta turística de Bogotá; oferta turística tangible.....	96
10.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	99
10.3.1 Guía turístico y city tour.....	102
10.3.2 Variables del plan de negocio o unidad de producción.....	103
10.4 SEGMENTO DE MERCADO.....	105
10.4.1 Análisis del cliente y consumidor final.....	105
10.4.2 Usuarios finales.....	109
10.4.3 Certificación de la agencia operadora en Bogotá.....	110
10.5 ANALISIS DE LA COMPETENCIA.....	111
11. ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	116
11.1 SERVICIO.....	116
11.2 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.....	117
11.2.1 Análisis de los canales de distribución y venta de la ciudad.....	117
11.3 ESTRATEGIA DE PRECIO.....	121
11.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	125
11.5 ESTRATEGIA DE SERVICIO.....	127
11.6 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADO.....	129
11.7 ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN.....	138
11.8 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO.....	139
11.9 PROYECCION DE VENTAS.....	146
11.9.1 Proyecciones.....	146
11.9.2 Política de cartera.....	150
12. ESTUDIO TÉCNICO.....	151
12.1 OPERACIÓN.....	154
12.1.1 Ficha Técnica del producto o servicio.....	154
12.1.2 Tecnología.....	156
12.1.3 Estado del desarrollo.....	157
12.1.4 Descripción del proceso.....	158

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

12.1.5	Necesidades y Requerimientos.....	160
12.1.6	Plan de producción.....	161
12.2	PLAN DE COMPRAS.....	163
12.3	COSTO DE PRODUCCIÓN.....	165
12.3.1	Costos variables.....	165
12.3.2	Costos Fijos.....	166
12.4	INFRAESTRUCTURA.....	169
12.4.1	Infraestructura-Parámetros técnicos.....	169
13.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	173
13.1	ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL.....	173
13.1.1	Análisis DOFA.....	173
13.1.2	Organismos de apoyo.....	178
13.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	180
13.3	ASPECTOS LEGALES.....	188
13.3.1	Constitución Empresa y Aspectos Legales.....	188
13.3.2	Tipología comercial de Itineris Travel.....	191
13.4	COSTOS ADMINISTRATIVOS.....	192
13.4.1	Gastos de personal.....	192
13.4.2	Gastos de puesta en marcha.....	193
13.4.3	Gastos Anuales de Administración.....	194
14.	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	196
14.1	INGRESOS.....	196
14.1.1	Modelo Financiero.....	196
14.1.2	Fuentes de Financiación.....	197
14.2	EGRESOS.....	206
14.3	CUADROS DE EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	208
14.3.1	Estados financieros.....	208
14.3.1.1	Estado de resultado.....	208
14.3.1.2	Balance General.....	210

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

14.3.2	Punto de equilibrio.....	212
14.3.3	Valor Presente Neto.....	213
14.3.4	Tasa Interna de Retorno-TIR.....	214
15	IMPACTO ECONOMICO SOCIAL.....	216
15.1	PLAN NACIONAL DE DESARROLLO.....	216
15.2	PLAN REGIONAL DE DESARROLLO.....	216
15.3	CLUSTER O CADENA PRODUCTIVA.....	218
15.4	GENERACION DE EMPLEO.....	219
15.5	COSTO AMBIENTAL.....	220
	CONCLUSIONES.....	222
	BIBLIOGRAFÍA.....	22
	ANEXOS.....	226

ÍNDICE DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Número de viajeros extranjeros llegados a Colombia - 2004- 2008, año completo.....	19
Gráfica 2. Participación viajeros extranjeros por ciudad de destino, sin incluir puntos fronterizos, Julio 2009.....	20
Gráfico 3. Llegada de viajeros extranjeros a Colombia.....	62
Gráfico 4. Índice de competitividad en Turismo de Colombia a nivel mundial año 2008.....	63
Gráfica 5. Viajeros Nacionales que visitan Bogotá-2008.....	64
Gráfica 6. Viajeros extranjeros que visitan Bogotá – 2008.....	65
Gráfica 7. Cantidad de agencias de viajes asociadas a ANATO.....	66
Gráfico 8 Prestadores de Servicios Turísticos inscritos en RNT 2008.....	67
Gráfica 9. Crecimiento porcentual de la Población de Colombia, en miles 2001-2008.....	70
Gráfica 10. Variación porcentual del valor anual promedio del dólar, frente al peso colombiano 2000-2008.....	72
Gráfico 11. Medios de Comunicación más utilizados por Agencias de Viajes.....	85
Gráfico 12. Estrategias de comercialización 2009.....	87
Gráfica 13 Cotización de pagina web y mantenimiento.....	88
Grafica 14. Llegada de turistas internacionales 1995 a 2009.....	89
Grafica 15. Llegada de turistas internacionales 2004 a 2009.....	90
Gráfico 16. Llegada de viajeros extranjeros a Bogotá.....	92
Gráfico 17. Negocio Itineris Travel.....	94
Gráfico 18. Prototipo del producto.....	100
Grafico 19 pagina web.....	101
Gráfico 20. Agencias de viajes en registradas en Colombia año 2009.....	105
Gráfico 21. Canales de Distribución de la ciudad.....	117

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Gráfico 22 Canales de Distribución Itineris Travel.....	119
Gráfico 23. Ciclo de aprovisionamiento de Itineris.....	143
Gráfico 24.Llegada de viajeros extranjeros a Bogotá.....	148
Gráfica 25: Diagrama de flujo de las operaciones de venta.....	159
Gráfico 26. Plano local Itineris Travel.....	171
Gráfico 27. DOFA.....	177
Gráfico 28 Imagen Corporativa.....	181
Gráfico 29: Organigrama Itineris Travel.....	187
Gráfico 30. Cadena productiva del turismo en Colombia.....	219

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Registro de Nombres, según Cámara y Comercio de Bogotá.....	18
Tabla 2. Agencias de viajes operadoras canceladas, suspendidas o anuladas, según RNT.....	27
Tabla 3. Cantidad de agencias de viajes a nivel nacional y de Bogotá (Agencias de viajes y turismo y agencias de viajes operadoras) en el Registro Nacional de Turismo-RNT.....	31
Tabla 4: Tabla Resumen Metodología.....	56
Tabla 5. Llegada de viajeros internacionales según país de nacionalidad.....	91
Tabla6. Identificación de la visión turística de 12 localidades convocadas por el IDCT (Año 2003).....	98
Tabla 7 .Definición de Precios para Itineris frente a la competencia.....	122
Tabla 8 Presupuesto Mezcla de Mercadeo.....	129
Tabla 9. Valor Metro cuadrado Zona Chapinero Locales a Enero 2010.....	133
Tabla 10. Costos del personal.....	137
Tabla 11. Proveedores Itineris Travel.....	142
Tabla 12: Ventas anuales por producto (primer año).....	146
Tabla 13. Proyección en las ventas primer año según estacionalidad del mercado.....	147
Tabla 14. Incremento anual del precio y ventas.....	148
Tabla 15. Incremento anual del precio para cinco años.....	149
Tabla 16. Incremento de las ventas a cinco años.....	149
Tabla 17. Cronograma de actividades ejecución proyecto Itineris.....	157
Tabla 18: Consumo de unidades de producción plan1 (2 a 3 personas).....	164
Tabla 19: Consumo de unidad de producción Plan2. (2 a 3 personas).....	164
Tabla 20. Costos Variables Anuales Itineris Travel.....	165
Tabla 21. Costos Fijos Anuales Itineris Travel.....	166
Tabla 22 Gastos de Administración y ventas mensuales y anuales.....	167
Tabla 23 Gastos de Administración y ventas a cinco años.....	167

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Tabla 24. Remuneración de personal.....	168
Tabla 25. Equipos a Adquirir por Itineris Travel.....	170
Tabla 26. Mobiliario e Instalaciones Administrativas.....	171
Tabla 27. Gastos Administrativos Mensuales para Itineris Travel.....	172
Tabla 28. Requerimientos de personal.....	192
Tabla 29. Gastos de puesta en marcha.....	193
Tabla 30. Amortización del diferido.....	193
Tabla 31: Gastos administrativos.....	194
Tabla 32. Gastos anuales administrativos.....	195
Tabla 33: Plan de inversión y financiación.....	197
Tabla 34: Condiciones Financieras.....	199
Tabla 35 .Fuentes de financiación por tipo de Agencia año 2009.....	205
Tabla 36: Flujo de caja proyectado a un año.....	207
Tabla 37. Estado de resultados.....	209
Tabla 38. Balance General.....	211
Tabla 39. VPN.....	214
Tabla 40. TIR.....	215
Tabla 41. Empleo directo generado en actividades relacionadas con el sector turismo* 1995-2000.....	220

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO 1: HOJA DE VIDA DOCENTE ENRIQUE SANDINO.....	14
ANEXO 2: HOJA DE VIDA ORLANDO IVAN RAMIREZ.....	14
ANEXO 3: HV LUIS EDUARDO CANARIAS.....	14
ANEXO 4: GUIA PARA PLAN DE NEGOCIO FONADE Y SENA.....	36
ANEXO 5: APOYO Y FINANCIACIÓN A PROYECTOS DIRIGIDOS AL SECTOR TURISMO.....	69
ANEXO 6: TASA DE CRECIMIENTO POBLACIÓN DE COLOMBIA EN MILES DE HABITANTES.....	70
ANEXO 7: TARIFAS DE PAUTAS PUBLICITARIAS EN TELEVISION.....	85
ANEXO 8: ENCUESTA DE SATISFACCIÓN ITINERIS.....	106
ANEXO 9: COTIZACIÓN DE PÁGINAS WEB Y MANTENIMIENTO.....	109
ANEXO 10: COTIZACIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA Y GASTOS DE PUBLICIDAD.....	134
ANEXO 11: NORMA TECNICA SECTORIAL DE INFRAESTRUCTURA.....	169
ANEXO 12: MODELO DE MINUTA Y ESTATUTOS.....	188

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

AÑEXO 13: SOPORTE DE APLICACIÓN CONCURSO SANTANDER.....197

ANEXO 14: FORMULARIO DE BANCOLOMBIA MODALIDAD

CREDITO.....203

ANEXO 15: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES ITINERIS TRAVEL.....193

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo se muestra como un sector integrado por un conjunto de actividades económicas, que está contribuyendo a dinamizar la economía de una manera mundial a un ritmo interesante, hasta tal punto que según cálculos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), los ingresos por actividad económica a nivel mundial han crecido en las últimas cinco décadas a una tasa del 11.2%, promedio anual lo que significa el doble del crecimiento de la actividad económica del planeta¹.

Mientras los pronósticos para 2009 del resto del mundo en materia de turismo eran negativos, Colombia presentó cifras positivas. Según Proexport, para el 2009, la llegada de viajeros extranjeros obtuvo un crecimiento del 10,7% (1.353.760) con respecto al año directamente anterior².

Factores favorables como el crecimiento del sector hace que se conviertan en grandes oportunidades para participar, con propuestas innovadoras que contribuyan al desarrollo económico y sostenible del país.

Como emprendedoras estas razones son la base que nos inspira a inclinarnos por la creación de el Plan de negocios para la creación de Itineris Travel, una agencia operadora, especializada en desarrollar planes turísticos en Bogotá, para agencias de viaje y turismo así como mayoristas nacionales e internacionales que busca con el desarrollo de su innovador portafolio de servicios, satisfacer al cliente para realizar planes de viaje como desee, flexibles a cambios. Este proyecto quiere seguir impulsando a Bogotá como una ciudad atractiva para los turistas extranjeros.

¹ Búsqueda en línea: OMT-Tendencias del turismo internacional www.unwto.org/index_s.php

² Búsqueda en línea: www.proexport.com.co

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Según informe de la entidad U.S. Travel Association, el año pasado en Estados Unidos cerca del 79 por ciento de los 135 millones de viajeros en el país 105 millones de adultos, usó Internet para planear sus viajes durante los últimos 12 meses³.

Teniendo en cuenta que en el sector del turismo colombiano muchas agencias de viajes poseen un portal web, existen empresas donde estas no reciben las actualizaciones necesarias dejando de del lado a lo que hoy está moviendo, el Internet, este portal de Itineris dispondrá de un mantenimiento mensual, actualizaciones, respondiendo a las sugerencias y quejas que quedan en el buzón: permanecerá en un mejoramiento continuo, con lo último en información de planes turísticos enfrentando así a la competencia.

Para el tema de recursos propios las autoras contarán con un capital de \$19.000.000 con el que comprarán gran parte de los equipos de oficina, muebles y enseres adecuando así la agencia operadora. Por otro lado los demás recursos serán solicitados a una entidad bancaria por valor de \$33.092.236 para cubrir demás gastos de puesta en marcha del negocio.

Después de los análisis financieros el plan de negocio para Itineris Travel resulta bastante viable ya que el servicio a vender (planes de turismo) y los gastos de funcionamiento no supera las utilidades proyectadas en cada unidad vendida, es un proyecto rentable según lo muestran los informes financieros en el mismo año se recupera la inversión, este es un sector que promete mantenerse a largo tiempo con un rendimiento deseado. (Ver estados de resultados análisis financiera). Como emprendedoras y autoras de este plan de negocio, estamos en la constante revisión para entrar a participar en concursos de emprendimiento, en este momento entramos a participar en uno del Banco Santander. (Ver fuentes de financiación información completa).

Para el desarrollo de este plan de negocio se contó con la asesoría de personas que hicieron parte del equipo multidisciplinario que han acompañado a las autoras en todo su proceso compartiendo su conocimiento estas personas fueron:

³ www.eltiempo.com/enter/entretenimiento/ARTICULO-WEB-PLANTILLA_NOTA_INTERIOR-7654108

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- El tutor, docente, Enrique Sandino Vargas. (Ver Hoja vida en el ANEXO 1), quien asesoró y guió a las autoras durante todo el taller de grado.
- El analista senior del área de inteligencia de mercados turismo, señor Juan José Lamar. Quien colaboró en la búsqueda de información de turismo y asesoró a las autoras en materia de turismo y entorno del sector.
- El Director de servicios de Producción de la agencia, McCann Erickson Corporation S.A, Orlando Iván Ramírez Calderón. (Ver Hoja de Vida en el ANEXO 2.)
Esta persona colaboró en la búsqueda de información referente a publicidad, tarifas de pautas publicitarias y cotización de página web.
- Asesor de costos, Docente, Luis Eduardo Canaria Burgos (Ver Hoja de Vida, ANEXO 3).

El profesor Luis Eduardo Canarias, fue el encargado de asesorar a las autoras en materia de evaluación financiera y contable del proyecto.

Teniendo en cuenta las variables anteriormente mencionadas, se busca crear nuevas y mejoradas herramientas, que no solo permitan suplir las necesidades del cliente sino que logren despertar el interés del consumidor final, ofreciendo atractivos en materia de turismo; aprovechando el impacto positivo que los colombianos han despertado en los extranjeros debido al trato cordial y amistoso, fuera y dentro del país, característica bien reconocida a los nacionales en el exterior; de esta manera, se logrará explotar la riqueza de la ciudad capital.

INTRODUCCIÓN

Con el propósito de contemplar una buena preparación frente al futuro y con los estudios realizados en la universidad, se consideró seleccionar, dentro de los diferentes tipos de empresas prestadoras de servicios turísticos, como principal componente de esta investigación, a las Agencias de Viajes Operadoras, ya que ofrecer, la operación de los servicios turísticos para Bogotá, constituye uno de los grandes pilares para el desarrollo del sector en la ciudad en los próximos años.

Por otra parte, en el desarrollo de esta investigación se mostrará como el turismo no solo es una fuente viable de progreso y de generación de empleo, sino también de rentabilidad, además, permitirá evaluar el nivel de satisfacción de los turistas nacionales como internacionales, que visitan a Bogotá; permitiendo a su vez formular estrategias que mejoren el posicionamiento de la ciudad en el mercado internacional.

Como consecuencia de lo anterior, este trabajo propone investigar las diversas opciones de actividades turísticas en la ciudad de Bogotá, desarrollar una plataforma virtual, que contenga dichas opciones y conformar una estructura administrativa y operativa para la prestación de los servicios seleccionados por el usuario, a través de los cliente (Agencias de viajes y turismo y mayoristas); para lo cual se conformará la Agencia de Viajes Itineris Travel.

El equipo multidisciplinario que ha acompañado y asesorado en el desarrollo del plan de negocio, para la creación de la agencia de viajes Operadora Itineris Travel, está conformado por:

- El tutor, docente, Enrique Sandino Vargas. (Ver Hoja de vida en el ANEXO 1.)
- El analista del área de inteligencia de mercados turismo, señor Juan José Lamar.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- El Director de servicios de Producción de la agencia, McCann Erickson Corporation S.A, Orlando Iván Ramírez Calderón. (Ver Hoja de Vida en el ANEXO 2.)
- Asesor de costos, Docente, Luis Eduardo Canaria Burgos (HV, ANEXO 3)

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

1. TÍTULO

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE ITINERIS TRAVEL, UNA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA, ESPECIALIZADA EN DESARROLLAR PLANES TURISTICOS EN BOGOTÁ, PARA AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO ASI COMO MAYORISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES.

Los posibles nombres que se contemplaron para este proyecto fueron los siguientes:

- Plan de negocio para la creación de una agencia de viajes operadora, Adventure Colombia.
- Plan de negocio para la creación de “Itineris Travel” una agencias de viajes operadora.
- Plan de negocio para la creación de una agencia de viajes operadora “Hometour”.
- Plan de negocio para la creación de Adventure Colombia una agencia operadora.

Sin embargo con base en todas las investigaciones que se realizaron se llega a la siguiente conclusión:

La propuesta de Adventure Colombia se encuentra registrada en la homonimia nacional de la Cámara de Comercio de Bogotá. Por tal razón este nombre queda descartado.

Los nombres de “Itineris Travel” y “Hometour” no se encuentran registro en las opciones de búsqueda de nombre y razón social y/o palabra clave disponibles en la página de la Cámara de Comercio.

Tampoco se encuentran registros de estos nombres en el listado de Agencias de viajes y Turismo, del Registro Nacional de Turismo.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Tabla 1. Registro de Nombres, según Cámara y Comercio de Bogotá.

Cámara de Comercio	Matrícula	Razón Social	Organización Jurídica	Ultimo año renovado	Estado
BOGOTA	<u>0001753940</u>	ADVENTURE 360 COLOMBIA	PERSONA NATURAL	2009	ACTIVA
BOGOTA	<u>0001925814</u>	ART ADVENTURE COLOMBIA LTDA		0	ACTIVA
BOGOTA	<u>0000294319</u>	PRODUCCIONES TRI-DEPORTES LTDA SIERRA ADVENTURE COLOMBIA EN LIQUIDACION	SOCIEDAD ó PERSONA JURIDICA PRINCIPAL	1994	ACTIVA
BOGOTA	<u>0001925686</u>	TURISMO CIENTIFICO Y ESPECIALIZADO SCIENCE EXPERIENTAL LEARNING VOYAGES AND ADVENTURE SELVA COLOMBIA SAS Y PODRA IDENTIFICARSE CON LA SIGLA SELVA COLOMBIA		0	ACTIVA

Fuente: Las autoras

Este plan de negocio para la creación de la agencias de viajes operadora se llamara Itineris Travel, Itineris (en latín) que significa camino y Travel (en inglés) que significa viaje, con esta investigación se concluye y se demuestra que el nombre escogido no está registrado en la homonimia de la cámara de comercio y se da inicio al con el desarrollo del mismo.

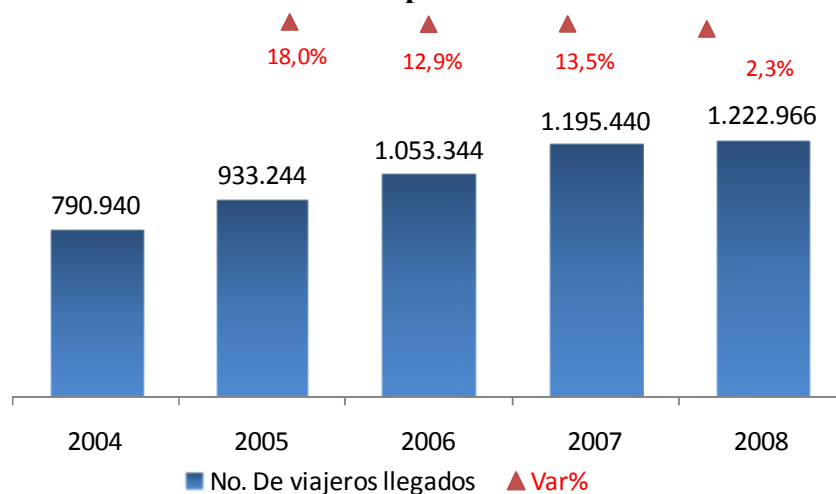
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 ANTECEDENTES

Colombia está trabajando para consolidarse como un destino turístico de talla mundial. Grandes progresos ha dado el país en un intento por promocionarse como destino turístico en el exterior, misión que fue delegada por mandato presidencial a Proexport Colombia. Como resultado de su gestión se ha visto que el país ha obtenido crecimientos significativamente altos en la categoría de turismo internacional.

El pronóstico de la OMT (Organización Mundial del turismo), para el periodo de año 2009 señala que, el turismo receptivo internacional decrecerá en un 2,0%, y el turismo receptivo de los mercados europeo, asiático y norteamericano ha decrecido en el periodo de Enero a Febrero de 2009. Mientras que el mercado Sur Americano reporta un crecimiento del 3,9% para este mismo período⁴.

Gráfica 1. Número de viajeros extranjeros llegados a Colombia - 2004- 2008, año completo.



Fuente: Proexport-Cálculos propios.

⁴ Prensa: Portafolio del 13 de Mayo del 2009.

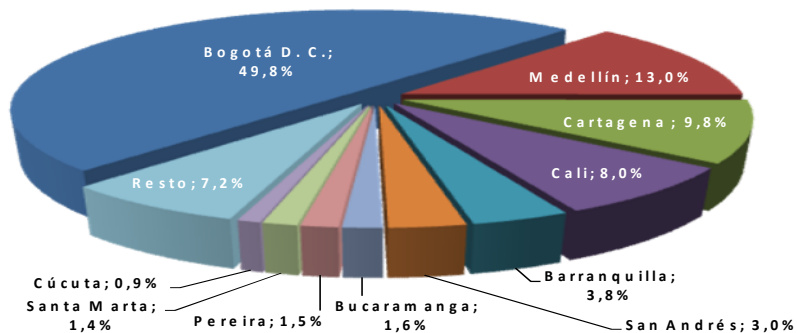
Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Según Proexport el turismo receptivo internacional colombiano ha registrado un crecimiento compuesto anual del 15% entre el 2002-2007. El crecimiento de este turismo para el 2008 fue del 2,3% con respecto al 2007 y en el primer semestre del 2009, reportó un crecimiento del 10,3%⁵. Lo que demuestra que a pesar de la actual crisis mundial; nuestro país a diferencia de otros mercados reporta un notorio crecimiento que lo consolida como un sector prometedor en la economía colombiana.

El país emisor de turismo internacional con mayor número de viajeros llegados a Colombia es Estados Unidos seguido por Venezuela y Ecuador; de la Unión Europea el país con mayor número de viajeros llegados a Colombia fueron España, Francia, Italia y Alemania. Estos emisores son mercados importantes para el país, por tal razón nuestra Agencia de viajes operadora focalizará sus esfuerzos en clientes de talla internacional que tengan conexión con estos mercados. Sin descuidar el cliente nacional, como lo son aquellas agencias de viajes y turismo, además de los mayoristas que operen en Bogotá y que tengan usuarios extranjeros.

Por su parte Bogotá recibe 360.956 turistas internacionales, con una participación del 51,8% del total de los viajeros llegados en 2008. Para Julio del 2009 recibió el 49.8% de los viajeros llegados del total nacional.

Gráfica 2. Participación viajeros extranjeros por ciudad de destino, sin incluir puntos fronterizos, Julio 2009



Fuente: Proexport

⁵ Búsqueda en línea: Proexport-Informe consolidado de turismo Internacional
<http://www.proexport.com.co/VBeContent/NewsDetail.asp?ID=9971&IDCompany=16>

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Según los resultados arrojados por una encuesta realizada por el Vice ministerio de Turismo, a los turistas internacionales en el 2008 (Encuesta IPSOS-Napoleón Franco), Bogotá es una ciudad acogida por los turistas internacionales, quienes afirman que su principal motivo del viaje a Bogotá fue “Bares y Restaurantes” 74%, “museos y sitios históricos” 60%, vida nocturna 46%, mercados indígenas y artesanías 40%⁶.

De acuerdo con el sondeo realizado por el IDT-Instituto Distrital de Turismo a 1.013 viajeros (511 en el Aeropuerto Internacional El Dorado y 502 en la Terminal de Transporte), se extrajo que el 40,1% de los viajeros que hicieron uso del Aeropuerto el Dorado, utilizaron para su itinerario de viajes los servicios prestados por Agencias de viajes.

Debido a la poca información disponible acerca de cómo se vende Bogotá como destino turístico; el IDT realizó una encuesta a las agencias de viajes encargadas de vender y ofrecer a Bogotá (Caracterización del producto turístico en Bogotá). Uno de los hallazgos más interesantes fueron, los medios utilizados como estrategia de comercialización de los paquetes y los resultados obtenidos arroja, que los medios más usados son la web, seguido por la categoría de otros (Voz a voz, CDS, Videos, Mapas y Work Shops, entre otros) y en tercer lugar los folletos los cuales siguen siendo un elemento tradicional de promoción.⁷

2.1.1 Plan de desarrollo nacional

El turismo es una poderosa herramienta de transformación social. Las experiencias internacionales y algunos ensayos regionales en Colombia así lo corroboran. Es un instrumento poderoso para contribuir a la construcción de la nueva sociedad, meta

⁶Búsqueda en línea: Portal Oficial de Turismo Colombia: Lanzamiento de la encuesta de turismo de Colombia.

<http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/colombia/noticias/352-lanzamiento-de-la-encuesta-de-turismo-de-colombia->

⁷ Tomado del documento “Caracterización del producto turístico en Bogotá” del IDT-Instituto Distrital de Turismo. Bogotá Mayo de 2009. Investigación de tipo censal del estudio de todas las agencias de viajes que venden u operan en el destino Bogotá.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

prioritaria en torno a la cual se está aglutinando el país y a la consolidación de un “Estado comunitario” que dedique sus recursos a generar riqueza, a avanzar en la equidad social y a brindar mayor seguridad a sus ciudadanos⁸.

2.1.2 Casos de agencias de viajes exitosas a nivel internacional⁹

Existen casos de empresas que visualizaron una oportunidad en el mercado del turismo y se han consolidado dentro de este sector apostándole a la sostenibilidad y rentabilidad. Buscando ofrecer productos innovadores que han tenido éxito y otros que no lo han logrado, algunos casos de agencias de viajes operadoras que vale la pena nombrar para el desarrollo y estudio de nuestro proyecto presentadas a continuación:

- **Agencia Expedia.**

Expedia, Inc. es la agencia de viajes por Internet líder en el mundo, que brinda a los consumidores de viajes de trabajo o placer las herramientas y la información que necesitan para investigar, planear, reservar y experimentar sus viajes con facilidad. Expedia, Inc. también ofrece turismo mayorista a agentes de viajes minoristas fuera de Internet. La cartera de marcas de Expedia, Inc. incluye: Expedia.com(R), hotels.com(R), Hotwire(R), Expedia(R) Corporate Travel, TripAdvisor(R), Expedia Local Expert(TM), Classic Vacations(R) y eLong(TM). Las compañías de Expedia, Inc. también operan internacionalmente en más de 50 puntos de venta en Norteamérica, Sudamérica, Latinoamérica, Europa, Oriente Medio, África y el Pacífico asiático. <http://www.expediainc.com/> (NASDAQ: EXPE). Equipo de Expedia en Colombia:

Como parte de la estrategia, la Vicepresidencia de Turismo de Proexport invitó al equipo de Expedia de Estados Unidos para que visite Colombia, con el objetivo de conocer este país como un destino turístico de talla internacional, importante y en crecimiento. Adicionalmente, con este viaje se realizará una amplia promoción de los principales

⁸Búsqueda en línea: Plan sectorial de turismo.
<http://www.mipymes.gov.co/pyme/newsdetail.asp?id=307&idcompany=43>

⁹ Búsqueda en línea: <http://www.prnewswire.co.uk/cgi/news/release?id=232584>

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

destinos colombianos para aumentar la oferta de Colombia en el portal, subiendo más hoteles y operadores logísticos.

Expedia se mantiene en el mercado por que analiza las características de consumo de sus mejores clientes, propone ofertas y los mejores paquetes turísticos con descuentos de última hora para mantenerse en el mercado y ser reconocida en los 15 países donde se encuentra ha ganado reconocimientos y premios como el Webby Award en el área de “Best In Travel Websites” (mejor página web de viajes) y con el Stevie Award por la Asociación American Business, por ser la “Most Innovative Company” (Compañía Más Innovadora).

2.1.3 Casos de agencias de viajes tour operadoras a nivel nacional¹⁰.

- **La Agencia de viajes Tour operadora Nueva lengua. (Agencia Tour Operadora)**

Es un caso exitoso de este tipo de empresas en el país. Esta siendo promocionado en el portal oficial de Colombia. Tiene por misión ofrecer a los extranjeros una manera diferente de conocer Colombia. Por ello, ofrecen productos alternativos como son: cursos de español y baile tropical, cursos de español y buceo, cursos de español negocios y tours por ejemplo tours diarios a Guatavita, Catedral de Sal de Zipaquirá, tours los fines de semana a Villa de Leyva, zona cafetera, Parque Tayrona, San Agustín, Llanos Orientales, entre otros., a nivel nacional esta agencia de viajes Operadora se ha mantenido por más de 20 años ya que su innovación se ve reflejada en los cursos que brindan de baile, para aprender el idioma español entre otros.

- **La Agencia Parkway. (Agencia Tour Operadora)**

La Agencia Parkway es una compañía líder en el mercado del turismo con más de 15 años de experiencia. Como miembros de la Asociación Colombiana de Viajes y Turismo ANATO, avalados por entidades como Proexport, Instituto Distrital de Turismo IDT, Fenalco, Fondo de Promoción Turística y la Dirección General de Turismo; la organización

¹⁰ Búsqueda en línea: Colombia, Portal oficial de turismo-Directorio Turístico-Tour Operadores-Bogotá.
<http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/informacion-practica/directorio-turistico-de-colombia/Tour-operadores/Bogot%C3%A1>

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

ParkWay maneja los mejores destinos de naturaleza no convencional de acuerdo a las diferentes ramas del turismo a nivel Colombia, este es otro ejemplo de innovación claro de mostrar esta agencia fue la primera agencia operadora en innovar promoviendo los destinos naturales como todos los parques naturales que tenemos en Colombia.

- **Aviatur¹¹ (Agencia Mayorista)**

El Grupo Aviatur nace con la creación de Aviatur, Agencia de Viajes y Turismo, el 6 de febrero de 1957, con cinco empleados y un capital de 60.000 pesos. Sus oficinas se encontraban localizadas en la Avenida Jiménez No. 4-86 de la ciudad de Bogotá. Veinte años después, en 1977, iniciaron operaciones las empresas Avia Corredores de Seguros y la Agencia de Carga y Aduanas Aviatur S.A. (hoy, Depósito Aduanero, perteneciente al Grupo Logístico Aviatur Carga).

A partir de ese año, han surgido de la siguiente forma, las demás empresas filiales de la Organización:

Representaciones Avia Ltda. (1978).

Unión de Representaciones Ltda. (1987).

Cielos Abiertos, Ltda. (1991).

Unión Cargo Inc., Miami. (1992).

Octopus Travel Ltda. (1994).

Axa Asistencia S.A. (1994).

Agencia de Carga Aviatur S.A. (1995).

Aduanas Avia Ltda. SIA. (1995).

Usuarios de Servicios Avia Ltda. (2000).

Sociedad de Sistematización de la Industria Turística Ltda. (2000).

Servicios Médicos Avia Ltda. (2001).

Avia Marketing Ltda. (2003).

Avia Caribbean S.A., Panamá. (2003).

Servicios Avia Ltda. (2003).

¹¹ Búsqueda en línea: Portal oficial de Aviatur-Historia de Aviatur y Aviatur hoy.
<http://www.grupoaviatur.com/es>

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Avia Caribbean Ltda. (2004).

Mayatur S.A. (2005).

Avia Export. (2006).

Avia Express Ltda (2007).

Producciones Avia (2007).

Latin American Distribution Ltda (2008).

También hacen parte del Grupo Aviatur: Aviatur Campus, encargada anualmente de las diferentes versiones de Expo Estudiante; los portales aviatur.com y rumbo.com, las marcas Avia Express, Avia Producciones y Floravia y las Uniones Temporales para la administración de los servicios eco turísticos en los Parques Naturales Amacayacu, Gorgona, Los Nevados, Tayrona y las Casas Navegantes en el Amazonas y Boyacá.

Las empresas del Grupo trabajan actualmente con el fin de convertirse en “El Mejor lugar para trabajar en Colombia”. En la actualidad es la Fundación Aviatur, que también hace parte del Grupo, la encargada del papel social de la compañía. Proyectos en el sector hotelero como también de transporte de pasajeros serán prioridad en el 2010.

2.1.4 Casos de agencias de viajes fracasados

Cabe resaltar que no todo los negocios perduran y no son rentables por diferentes razones, en la actualidad no es posible conseguir la información que sustente el fracaso de ninguna empresa de este tipo, en las investigaciones realizadas sobre el tema una de las cosas más increíbles encontrada, en el ámbito del turismo y viajes en Colombia, es la evidente falta de responsabilidad de las agencias de viajes que no responden al correo electrónico.

Además, por lo menos el 95% de las agencias de viajes de Colombia no tienen un sitio Web para informar a la gente de sus productos y servicios. Pero se visitan los sitios de turismo en Bogotá, cerca de 500 agencias de viajes están en una lista con emails genéricos que no

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

dan demasiada confianza, o con emails populares como Yahoo, Hotmail o Gmail que esto no da confianza a los clientes¹².

Algunos casos de Agencias de viajes Operadoras fracasados tomados de la página del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo son:

¹² Búsqueda en línea: www.mincomercio.gov.co/noticiasinteres/internet-2008

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Algunos casos de Agencias de viajes Operadoras fracasados tomados de la página del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo son:

Tabla 2. Agencias de viajes operadoras canceladas, suspendidas o anuladas, según RNT

No Registro	Estado	Tipo de prestador	Nombre comercial	Municipio	Dirección	Teléfono	Correo Electrónico	Gerente
4522	Cancelado	AGENCIA DE VIAJES OPERADORA	HAVANATUR DE COLOMBIA LTDA	BOGOTA / CUNDINAMARCA	CALLE 52 NO 19 19	3471858	havanaco@etb.net.co	OSCAR MAGDALENO PILA DE ARMAS
8868	Cancelado	AGENCIA DE VIAJES OPERADORA	AVENTURA TURISMO RECREACION	BOGOTA / CUNDINAMARCA	CALLE 1F NO 29 66	3753467	atrturisrecreacion@hotmail.com	GIOVANNI VARELA ALBA
9013	Cancelado	AGENCIA DE VIAJES OPERADORA	TUREXPRES TURISMO EXPRESOS Y EXCURSIONES LTDA	BOGOTA / CUNDINAMARCA	AVENIDA CALLE 72 NO 77A 11 OFICINA 202	4902108	NI	JULIO OTONIEL RIAÑO RIAÑO
9183	Cancelado	AGENCIA DE VIAJES OPERADORA	CORPORACION DE TURISMO RECREACION Y CULTURA DE SUBA CORPOTURISMO DE SUBA	BOGOTA / CUNDINAMARCA	CALLE 144 NO 89 66/68	53811326815118	NI	LUIS HERNANDO CHAVARRO RAMIREZ
9215	Cancelado	AGENCIA DE VIAJES OPERADORA	CORPORACION CLOROFILA URBANA	BOGOTA / CUNDINAMARCA	CARRERA 4A NO 57 52 PISO 2	2358663	info@clorofilaurbana.org	LUIS FERNANDO MONROY SOLANO
9441	Cancelado	AGENCIA DE VIAJES OPERADORA	VIANDANTE TOUR AGENCIA DE VIAJES	BOGOTA / CUNDINAMARCA	CARRERA 27A NO 53A 29 OFICINA 104	3464349	galeriapl@hotmail.com	ANA PATRICIA LOPEZ

Fuente: http://minturismo.mincomercio.gov.co/prestadores/prestadores_report.asp

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En Colombia las agencias operadoras no son muchas y carecen de buenos contactos en el exterior , no manejan los idiomas, más de tres (3) , la negociación con aerolíneas de viajes es el modelo tradicional (se negocian volúmenes) , adicional estas agencias operadoras no promueven a que el turista sea tratado de forma especial, personalizada buscando su satisfacción, no se les programa buenos planes turísticos durante su estadía en Bogotá , para ello y en la búsqueda de nuevas oportunidades para el turismo; recurriendo a las bondades del plan de desarrollo para Bogotá y a la vez buscando muchas maneras de optimizar los presupuestos del viajero y de los aliados a nivel interno como del exterior, sumado a la agresiva competencia de compañías pequeñas de garaje (agencias de no más de dos (2) personas) que contribuyeron en la reducción de los márgenes de utilidad de nuestros negocios (modelo tradicional de negocios b2b business to business) muchas veces sacrificando en la mayoría de los casos servicio, atención, precios, destinos eficacia y eficiencia solo por buscar mayores ventas.

Itineris Travel tendrá como fin dar soluciones integrales a clientes (Agencias de viajes y turismo y mayoristas) así como, a sus usuarios finales (turistas nacionales e internacionales), de una manera eficiente y a bajo costo, ofreciéndoles varias oportunidades de descubrir Bogotá, sus diferentes sitios, culturales, recreativos, espacios abiertos de conciertos, su gente, su comida, sus tradiciones, sus costumbres y lo mejor ir a los bellos lugares que tiene esta ciudad.

Para hacer que este proyecto salga adelante se debe contar con un recurso humano profesional que tenga dominio como mínimo de tres (3) idiomas que su contacto con el mundo sea constate, personas de relaciones interpersonales muy altas, que se pongan objetivos claros en la vida que aporten al crecimiento personal del turista , nuestros aliados y las agencias , capacitar a nuestra gente con temas de interés económico social , religioso y político, debemos estar en capacidad de responder las inquietudes de clientes tanto internos como externos.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Para Itineris el servicio será un aliado para las agencias nacionales e internacionales, donde se les brindará la información necesaria y clara para que los usuarios finales tengan la oportunidad de conocer a Bogotá además el turista podrá disfrutar de unas vacaciones. Su excelente actividad nocturna combinada con una gran variedad de ofertas gastronómicas, eventos culturales, centros comerciales y sus más de cuarenta (40) museos, la convierten en el destino ideal para todo tipo de viajeros.

¿Cómo demostrar que con la creación de la Agencia Operadora Itineris Travel en dos (2) años se convertirá en la agencia operadora líder, captadora de turistas a través de las filiales nacionales y en el mundo para consolidar a Bogotá como uno de los mejores destinos turísticos del país, ofreciendo lo más variado en planes turísticos, para que el turista pueda disfrutar de unas vacaciones o maravillosos fines de semana?

2.2.1. Beneficios del Plan de Desarrollo Nacional

Ajustarse al Plan de Desarrollo a nivel de turismo, con la creación de la Agencia de viajes Operadora Itineris Travel se quiere brindar capacitación a las personas que trabajen con la Agencia ya que dependiendo de esta capacitación mejorará la gestión turística en Bogotá, se tendrá alianza con el SENA es fundamental el apoyo del Servicio Nacional de Aprendizaje en los siguientes frentes: adecuación de los programas de formación en turismo a las necesidades regionales, bilingüismo, (Itineris implementará el manejo de más de dos (2) idiomas); apoyo a la capacitación de la Policía de Turismo como soporte al plan de seguridad turística.

Apoyar y divulgar las campañas promocionales de Bogotá como sitio turístico, en este momento, la promoción del país está a cargo de marca país de Proexport, entre las cuales se encuentra “Colombia es Pasión”, “Colombia. El riesgo es que te quieras quedar”, etc. Donde se le sacará provecho para ofrecerle al turista y demostrarle porque, Colombia es Pasión se ha convertido en un sentimiento que identifica a todos los colombianos como un grupo social y cultural único. Además de ser el motor que impulsa a dar lo mejor por el bien del país.

3. JUSTIFICACIÓN

“Colombia se posiciona en el mercado turístico como uno de los lugares más apetecidos para viajar durante el 2010. Lo dicen el New York Times y el Portal de Internet Hostel World, reconocido entre las comunidades de viajeros”.

“El diario norteamericano reunió a los 31 destinos turísticos para visitar este año y destacó de Colombia los precios asequibles y la infraestructura de Bogotá, sus restaurantes, museos y centro histórico, del cual resalta el Museo del Oro. De igual manera se refiere a los parajes pintorescos de Cartagena y sus hoteles boutique e incluso, en palabras de los viajeros, la describe como la próxima Buenos Aires”¹³.

Teniendo en cuenta que Bogotá está presentando una gran acogida por parte de los viajeros internacionales, la demanda de itinerarios de viajes para Bogotá en el 2010 incrementará, por esta razón, Itineris Travel tiene el objetivo de ofrecer a sus clientes (Agencias de viajes y turismo y mayoristas) un portafolio amplio de servicios, que satisfaga las necesidades de los usuarios finales.

Por otra parte en el Registro Nacional de Turismo (RNT) se encuentran registradas 1.097 agencias de viajes operadoras a nivel nacional y de estas solo el 23% ofrecen servicios para la ciudad de Bogotá. Esto demuestra que la oferta de servicios de turismo en Bogotá es limitada y que los turistas extranjeros que la visitan tienen un alto interés en disfrutar de las actividades disponibles en la ciudad. Por este motivo Itineris se concentrará en ofrecer un portafolio de servicios que satisfaga estas necesidades, con el ánimo de que las Agencias de viajes y turismo que sean los clientes los que escojan a Itineris para la realización de los servicios turísticos a viajeros extranjeros.

¹³ Búsqueda en línea: Portal oficial de Turismo; Colombia. Travel-“Colombia es destino turístico favorito para el 2010”: NY Times y Hostel World.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Tabla 3. Cantidad de agencias de viajes a nivel nacional y de Bogotá (Agencias de viajes y turismo y agencias de viajes operadoras) en el Registro Nacional de Turismo-RNT¹⁴.

Registro Nacional de Turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.		
Prestadores de Servicios Turísticos	Cantidad	Part%
Agencias de viajes y turismo a nivel nacional	2.696	
Agencias de viajes y turismo en Bogotá	956	35,5%
Agencias de viajes y turismo en Resto del país	1.740	64,5%
Agencias de Viajes Operadoras a nivel nacional	1.097	
Agencias de Viajes Operadoras en Bogotá	260	23,7%
Agencias de viajes y turismo en Resto del país	837	76,3%

Fuente: Ministerio de Comercio Industria y turismo, RNT, (Información consultada en Noviembre 2009).

Cálculos propios.

De acuerdo con el sondeo realizado por el IDT-Instituto Distrital de Turismo a 1.013 viajeros (511 en el Aeropuerto Internacional El Dorado y 502 en la Terminal de Transporte), se extrajo que el 40,1% de los viajeros que hicieron uso del Aeropuerto el Dorado, utilizaron para su itinerario de viajes los servicios prestados por Agencias de viajes.

Debido a la poca información disponible acerca de cómo se vende Bogotá como destino turístico; el IDT realizó una encuesta a las agencias de viajes encargadas de vender y ofrecer a Bogotá (Caracterización del producto turístico en Bogotá). Uno de los hallazgos más interesantes fueron los medios utilizados como estrategia de comercialización de los paquetes y los resultados obtenidos arroja, que los medios más usados son la web, seguido por la categoría de otros (Voz a voz, CDS, Videos, Mapas y Work Shops, entre otros) y en tercer lugar los folletos los cuales siguen siendo un elemento tradicional de promoción¹⁵.

¹⁴ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-Registro Nacional de Turismo.
http://minturismo.mincomercio.gov.co/prestadores/prestadores_report.asp

¹⁵ Tomado del documento “Caracterización del producto turístico en Bogotá” del IDT-Instituto Distrital de Turismo. Bogotá Mayo de 2009. Investigación de tipo censal del estudio de todas las agencias de viajes que venden u operan en el destino Bogotá.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Ante el crecimiento de la demanda turística en Bogotá y el uso de servicios ofrecidos por Agencias de Viajes; se evidencia la necesidad de mejorar la oferta en Bogotá por esto Itineris debe concentrarse en la especialización en materia de turismo exclusivamente para la ciudad, mediante contratación y capacitación de personal, innovación en productos y servicios e identificar y establecer alianzas estratégicas con sitios de interés turístico.

Mientras que en la página web oficial del turismo en Colombia (www.Colombia.travel) solo hay disponibles para los visitantes interesados en ofertas de planes turísticos en Bogotá; 16 agencias de viajes (Mayoristas, operadoras etc.). De las cuales, solo nueve (9) son agencias de viajes receptoras de turismo internacional. Cualquier visitante de este portal Web, el más importante en materia de promoción turística en Colombia; solo podrá ver pocas agencias de viajes que ofrecen servicios para Bogotá.

Se propone una idea innovadora ya que los planes turísticos para Bogotá, que son ofrecidos por las agencias operadores en sus páginas web, son muy lineales, de opciones limitadas y están predefinidos. El turista debe acoplarse a ellos. Por ejemplo las agencias “Alas aventura”, “Parkway” o “Nueva Lengua” etc. (Agencias de viajes operadoras para la ciudad de Bogotá), en su página web tiene un gran portafolio de planes turísticos que describen todos los servicios que se incluyen en determinado plan y cuáles son sus costos. Pero no se le da la posibilidad al visitante de la página que seleccione específicamente los sitios que son de su interés, tampoco se dan muchas opciones de actividades de turismo. Lo que resalta que, las agencias no están explotando el gran producto turístico de Bogotá.

El reto de Itineris será crear una herramienta práctica e innovadora, de portafolio de productos, que se dispondrá en el portal web de la agencia, para que nuestros clientes potenciales (Agencias de viajes y turismo y mayoristas nacionales e internacionales business two business) ofrezcan a sus usuarios (Turistas extranjeros), un directorio de planes turísticos de Bogotá, que sea variado en opciones de actividades turísticas, que no sea estandarizado, sino que por el contrario, le permita al usuario acomodar su itinerario de viaje según su gusto y preferencia. Este contendrá diferentes opciones en sitios de interés turístico, con descripción de lugar, actividades a realizar, actividades alternativas, fechas,

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

etc. Este será un portafolio flexible de planes de turismo, porque le permitirá al usuario crear su propio itinerario para disfrutar Bogotá; dando solución a sus necesidades.

Para prestar su servicio Itineris, principalmente inicia, identificando las necesidades y requerimientos del cliente, esto mediante una visita personalizada, en la cual se conoce al cliente y se toman sus datos de contacto, una vez el cliente decida contratar con nosotros, se procede a negociar términos de contrato y especificaciones del servicio turístico que se desea y se dan las indicaciones para el manejo de nuestro portafolio virtual y finalmente se procede a prestar el servicio.

También se debe tener en cuenta que en este tipo de negocio, la determinación del precio del servicio depende en gran medida de la negociación con el cliente y los volúmenes que se establezcan con el mismo. A mayor volumen el valor tiende a disminuir.

3.1 DEFINICIÓN B2C, B2B y B2E.

- B2C (Business-to-Consumer): Del negocio al consumidor, son las estrategias que desarrollan las empresas para poner los productos o servicios en manos del consumidor final, principalmente utilizando el comercio electrónico.
- B2E (business to employee): ... De empresa a empleado, es la relación comercial que se establece entre una empresa y sus propios empleados. Por ejemplo, esta agencia de viajes, ofrece viajes a sus trabajadores con alguna promoción especial.
- B2B (business to business): De empresa a empresa. Por ejemplo, un proveedor de viajes, le ofrece el servicio de consulta a una agencia de viajes.

Teniendo en cuenta que Itineris tiene tantos proveedores debe prestar especial atención a ellos, por esta razón, en el presente trabajo se definir como principal estrategia de

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

negocios a el B2B, para responder con efectividad a todos sus clientes como a proveedores.

En este sentido, el B2B se define para Itineris Travel como el punto de encuentro virtual entre la misma, con sus proveedores y con sus cliente. Teniendo en cuenta que El B2B, o Business to Business, es la compra-venta de bienes y servicios entre compañías, a través de Internet.

4. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

4.1 MARCO TEÓRICO

El marco teórico es la fase donde se recolecta la información documental necesaria para crear el diseño metodológico de la investigación, dicho en otras palabras, el marco teórico es el momento en el que se establece el cómo y qué información se debe recoger, de qué manera será analizada y aproximadamente cuánto tiempo tardará. Al mismo tiempo, esta información recogida para el Marco Teórico, brinda un conocimiento amplio de la teoría que le da significado a la investigación. Es a partir de las teorías existentes sobre el objeto de estudio, como pueden generarse nuevos conocimientos.

La validez externa e interna de una investigación se demuestra en las teorías que la soportan y, en esa medida, los resultados pueden generalizarse.

Para la investigación del plan de negocio se utilizará como guía; los “Tips para la construcción de un Marco Teórico” descritas en la Guía Marco Teórico de la Facultad de Humanidades de la Pontificia Universidad Javeriana; autor Leonardo Córdoba¹⁶.

Es importante resaltar que es de mucha utilidad, para el desarrollo de este plan de negocio, las habilidades y conocimientos adquiridos, por parte de las autoras del mismo, durante la carrera de administración de empresas, algunas de las materia más representativas son: Principios de mercadeo, gerencia de mercadeo, gestión del talento humano, decisiones de inversión y gestión de proyectos, procesos administrativos y pensamiento administrativo.

En este orden de idea, este espacio se dispondrá para identificar las fuentes primarias y autores representativos, para extraer la información pertinente al plan de negocio para la creación de una agencia de viajes operadora en la ciudad de Bogotá.

¹⁶ Búsqueda en línea: Guía Marco Teórico, facultad de humanidades y ciencias sociales, Carrera de psicología. http://drupal.puj.edu.co/files/OI045_Leonor%20Cordoba.pdf

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Un plan de negocio es un instrumento fundamental para la creación de cualquier empresa o para el mejoramiento de la misma. Este le permite a los emprendedores a cargo del mismo, tener las herramientas suficientes para evaluar la viabilidad de cualquier idea del negocio y dar una visión futura del negocio, que permita identificar el objetivo a alcanzar, como llegar a él y como disminuir el riesgo y la incertidumbre. Estas son las ventajas de la creación de un plan de negocio, plasmado en un documento escrito el cual contenga de forma ordenada todos los aspectos que se deben tener en cuenta a la hora de implementar el negocio. Haciendo una descripción detallada de todas las acciones futuras que se van a hacer; de los recursos que se debe disponer para alcanzar los objetivos trazados y las pautas que se deben seguir para alcanzarlos. En este orden de ideas para la realización del plan de negocio de la Agencia de Viajes operadora en la ciudad de Bogotá, la estructura que más se acomoda al tema por la estructura de plan de negocio será el propuesto por el autor Rafael Méndez, el cual contempla de la siguiente metodología:

4.1.1 Metodología del plan de negocio.

Para la formulación del plan de negocios será utilizado el libro Formulación y evaluación de proyectos, enfoque para emprendedores de Rafael Méndez, este autor brinda las herramientas que se deben evaluar a la hora de emprender un negocio y es ideal para los jóvenes, que quieran crear empresas, generar empleo y riqueza.

Su metodología es fácil y sencilla muy amable al lector y atractiva para los posibles inversores, además cuenta con un excelente software a la hora de elaborar el plan de negocios.

Teniendo en cuenta las metodologías descritas anteriormente y los nuevos “lineamientos para los trabajos de grado II-Estudiante” del Área de Emprendimiento de la Pontificia Universidad Javeriana. También se usará como guía el “Plan de Negocio”, FONADE-Fondo Emprender y SENA-Servicio Nacional de Aprendizaje (Anexo 4 Guía para plan de negocio FONADE y SENA).

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Con estas guías, la metodología a seguir se describe en los siguientes ítems:

1. Identificación de los componentes básicos del proyecto: Este modulo supone la identificación de la factibilidad del proyecto.

- características generales del área del proyecto,
- Políticas y normas gubernamentales,
- Análisis del sector: factores determinantes.
- Análisis del mercado: factores determinantes del mercado y comercialización.
- Análisis de la competencia, análisis del sector con una breve descripción de casos de agencias de viajes exitosos y fracasados.
- Aspectos técnicos del proyecto, aspectos legales y administrativos, inversiones y financiamiento, evaluación económica y de impacto social, financiero y comercial, términos y conceptos claves.

2. Estudio de Mercadeo e Investigación de Mercados:

Para la construcción de este capítulo nos guiaremos principalmente por el libro de Fundamentos del Marketing de Klotler y Armstrong. También nos apoyaremos en e los libros de Fundamentos de Marketing, Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, y Marketing de Kering Roger, Berkowitz Eric, Hartley Steven y Rudelius William. Para identificar los componentes básicos del estudio de mercado y comercialización o análisis de la oferta y la demanda del servicio y definición de estrategias. Identificando los siguientes elementos:

- identificar el producto o servicio, el área de influencia, comportamiento y proyección de las variables materia prima oferta y demanda del servicio y aplicación del muestreo en el estudio del mercado de determinado servicio.
- Estrategias de mercados: Concepto del producto o servicio, presupuesto de la mezcla de mercadeo y las estrategias de: distribución, precio, comunicación, servicio, aprovisionamiento y penetración.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- Proyección de Ventas: definir proyecciones y políticas de cartera.

3. Estudio Técnico del proyecto:

- Operación: Ficha técnica del producto y/o servicio, estado de desarrollo, necesidades y requerimientos y plan de producción.
- Localización del servicio; factores de localización, métodos de localización.
- Tamaño del proyecto de desarrollo; Identificar la relación entre el tamaño del proyecto con respecto a: El mercado, la tecnología, la localización, Inversiones y Economías de escala.
- Plan de compras.
- Costos de producción.
- Ingeniería del proyecto: determinación de la información básica para los diseños, desarrollo de las especificaciones del servicio, materias primas e insumos; determinación del programa de prestación del servicio, determinación del personal necesario para la operación, cronograma de ejecución de actividades y tipos de contratos.

4. Estudio organizacional: aspectos legales y administrativos; tipo de organización legal, estructura organizativa, análisis comparativo de sociedades comerciales.

- Estrategia organizacional: Análisis DOFA, organismos de apoyo.
- Aspectos legales: constitución y legalidad.
- Costos Administrativos: Gasto de personal, gasto de puesta en marcha, gastos anuales de administración.

5. Estudio Económico y Financiero:

Horizonte del proyecto, alternativas de financiación.

- Propuesta de ingresos, gastos y costos; determinación de los ingresos, costos y gastos, estado de resultados, flujo de efectivo, flujo neto de efectivo, razones financieras, fuentes y usos de fondos de efectivo.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- Análisis económico; evaluación del ciclo del proyecto, evaluación financiera, punto de equilibrio, criterios de evaluación, análisis del a sensibilidad y riesgo, evaluación económica o social del proyecto.

Para elaborar el plan de producción, la proyección de ventas y la política de cartera, así como el análisis de de gastos de personal, puesta en marcha y gastos anuales de administración; se tomará como guía la “Plataforma Bogotá Emprende” del SENA.

6. Impacto económico social ambiental.

4.1.2 Aspectos generales del Turismo.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de comercio, negocios u otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado, además entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países desarrollando políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico.

Terminología adoptada por la Organización Mundial de Turismo (O.M.T).

- Visitante: Se considera visitante a toda persona que visita un país diferente de aquel en el cual tiene de ordinario su residencia, con fines distintos al de ejercer una ocupación remunerada en el país que visita. Esta definición comprende:
- Turista: Visitantes residentes en el extranjero que temporalmente permanecen en el país un mínimo de 24 horas. Las finalidades de su viaje pueden ser: placer, distracción, vacaciones, salud, instrucción, religión, deporte, familia, negocios, oficiales, misiones y reuniones.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- Excursionista: Visitantes residentes en el extranjero, que visitan al país por menos de 24 horas (incluidos los pasajeros en crucero).

En las estadísticas de turismo no deben figurar los viajeros que no penetran al país en el sentido jurídico, por ejemplo, las personas en tránsito aéreo que no salen de la zona de tránsito del aeropuerto previamente delimitado, o quienes circunscriben su visita estrictamente al área fronteriza.

- Vía de Ingreso y punto de entrada: Los términos “Vía de ingreso y Punto de Entrada”, se refieren a los lugares oficialmente autorizados para ingresar al país.

- Vía de Ingreso: Puede ser aérea, terrestre o acuática y está relacionada al tipo de transporte que utilizan los visitantes internacionales para ingresar al país.

- Oferta nacional de alojamiento: Está compuesta por todos aquellos establecimientos de la Oferta Nacional de Alojamiento que reúne las condiciones mínimas para hospedarse de conformidad a cánones internacionales determinados.

- Ingreso por turista: El componente ingresos generados por turismo incluye pago de hospedaje, gastos en comida y bebidas, alquiler de autos etc.

4.1.3 Leyes y decretos que rigen el turismo en Colombia

- *Ley 300 1996 Ley general de Turismo*

“Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones”.

- *Ley 1111 de 2006. Art.62 Modifica el Artículo 481 del Estatuto Tributario*

“Art. 62 Modifíquese el literal e) del artículo 481 del Estatuto Tributario, el cual queda así”;

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

“e) También son exentos de impuestos sobre las ventas de los servicios que sean prestados en el país en el desarrollo de un contrato escrito y se utilicen exclusivamente en el exterior por empresas o por personas sin negocios o actividades en Colombia, de acuerdo con los requisitos que señala el reglamento. Recibirán el mismo tratamiento los servicios turísticos prestados a residentes en el exterior que sean utilizados en el territorio colombiano , originados en paquetes vendidos por agencias operadores u hoteles inscritos en el Registro Nacional de Turismo, según las funciones asignadas, de acuerdo con lo establecido en la ley 300 de 1996. En el caso de los servicios hoteleros la exención rige independientemente que el responsable del pago sea el huésped no residente en Colombia o la agencia de viajes”

- *Ley 232 de 1995*

“Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales”.

- *Decreto 2233 1996*

Régimen de ZFI de Bienes y Servicios.

- *Decreto 2131 1991*

“Por el cual se dictan normas sobre estructura y funcionamiento de las Zonas Francas Industriales de Bienes y de Servicios”

- *Ley 633 de 2000*

“Por la cual se expiden normas en materia tributaria, se dictan disposiciones sobre el tratamiento a los fondos obligatorios para la vivienda de interés social y se introducen normas para fortalecer las finanzas de la Rama Judicial.”

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- *Decreto 2755 2003*

Artículo 7°. Requisitos para la procedencia de la exención por servicios hoteleros prestados en hoteles que se remodelen y/o amplíen. Para la procedencia de la exención por concepto de servicios hoteleros prestados en hoteles que se remodelen y/o amplíen, el contribuyente deberá acreditar el cumplimiento de los siguientes requisitos cuando la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN, los exija.

4.2 MARCO CONCEPTUAL

Además de la terminología en materia de turismo, que se describe a continuación; es importante señalar que tomamos como referencia dos trabajos de grado, el primero es de la Universidad Javeriana, el cual lleva por título, “Plan de negocio para la creación de una agencia de viajes en Bogotá, especializada en ecoturismo” y el segundo tiene por nombre, “Estructura Organizacional de las Agencias de Viajes operadoras en Bogotá”, este es un trabajo de grado de la Fundación Universitaria los Libertadores.

A continuación, se encontrarán algunos de los términos (lenguaje técnico) que se empleará con mayor frecuencia y los más utilizados en el sector del turismo.

4.2.2 Vocabulario de las agencias de viajes.

- **Producto turístico:** La Dirección de Turismo, DITUR, define el producto turístico como la “combinación de un atractivo con unas facilidades entendidas estas como vías, aeropuertos servicios públicos, hoteles guías transporte etc. Esto es un concepto amplio que involucra los componentes de atractivo turístico, planta turística o prestadores de servicios turísticos, infraestructura y superestructura. También relaciona el producto con su carácter competitivo y anota que esta “se refiere no solo a la calidad del recurso sino a los factores que lo diferencien y lo hagan deseable para el turista. Entre estos

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

factores se incluyen la accesibilidad, la infraestructura, la planta turística, la relación calidad / precio, la seguridad, la imagen y la calidad de la superestructura”.

- **Marketing Turístico:** El Marketing Turístico, es una herramienta de la mercadotecnia competitiva, que nos permite identificar las necesidades de los consumidores para traducirlas en productos turísticos que mediante el diseño de estrategias de comunicación serán dadas a conocer al mercado objetivo¹⁷.

El Marketing Turístico, parte de la *Percepción* que tiene el turista potencial del *destino o el producto turístico* en particular, para determinar la estrategia que utilizará para posicionarlo en la mente del consumidor y en caso de que el mercado potencial tenga una percepción negativa trabajará una estrategia para reposicionarlo.

- **Imagen de Marca del destino y del producto turístico:** La imagen de marca local de un destino turístico es la percepción que tienen los consumidores reales y potenciales, suma de todos los elementos que componen el destino y de las estrategias de comunicación realizadas por autoridades y empresarios del turismo. Es la opinión que se forman como resultado de todas las impresiones recibidas y podrá servir como referencia en el acto de compra de los destinos vacacionales o de negocios. La frecuencia de visitas o compra habitual por parte de los consumidores mide la fidelidad a la marca y sus preferencias se explican por razones internas (grado de conocimiento, sensibilidad frente a la marca, su implicación o interés personal, experiencias anteriores) y externas (marcas disponibles en el mercado, ausencia de promociones de marcas competidoras).

Cuando el consumidor inicia el proceso de elección de un producto, observa diversas variables, como el precio, la calidad, la presentación o el servicio, y en ocasiones solamente la marca, la cual, según su posicionamiento, puede resumirlo todo. Se considera la marca un nombre, un término, un signo, un símbolo, un diseño o una combinación de estos elementos, cuyo objetivo es identificar bienes o servicios de un

¹⁷Búsqueda en línea: www.google.com/diccionario/agencias-de-viajes

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

país o ciudad u organización, que sirva para diferenciarlos eficazmente en un entorno competitivo.

La imagen de marca de un país, ciudad o destino turístico, es entonces la percepción de sus turistas y visitantes, actuales y potenciales, es también el referente que poseen sus habitantes sobre el territorio elegido o asignado para vivir.

- **Accesibilidad:** Propendiendo a la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los seres humanos y sectores de la sociedad, incentivando las mejoras y la rápida equiparación de oportunidades.
- **Actividad Turística:** Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios.
- **Aculturación Turística:** Fenómeno sociológico que consiste en el intercambio de pautas de conducta, formas de vida y hábitos, debido al contacto y a la comunicación entre personas de diversas culturas y sociedades. Cuando debido a la afluencia de turistas, se produce el choque de dos culturas, dan lugar a una tercera resultante de ambas y con características propias.
- **Actitud:** Predisposición y acción psíquica y nerviosa organizada por la experiencia, que ejerce una influencia orientadora o dinámica sobre las reacciones del turista frente a otras personas, objetos o situaciones con los que se relaciona. Es la suma de inclinaciones. La actitud puede ser real o imaginaria. Por ejemplo, la actitud que puede tener un prestador de servicios o un turista, con las personas que atiende o el turista, para quienes lo reciben.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- **Agencia de Viajes:** Empresa dedicada a la realización de arreglos para viajes y venta de servicios sueltos, o en forma de paquetes, en carácter de intermediaria entre el prestador de los servicios y el usuario, para fines turísticos, comerciales, o de cualquier otra índole.

- **Agencia de viajes operadora:** Son las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos, se caracterizan especialmente por contratar directamente los servicios de un proveedor además de:
 - ✓ Operar dentro del país planes turísticos programados por agencias de viaje del exterior y dentro del país.
 - ✓ Organizar y promover planes turísticos para ser operados por ellas mismas, sus sucursales o agencias si las tuviere, de acuerdo con la ubicación de cada una de ellas dentro del territorio nacional.
 - ✓ Prestar los servicios de transporte turístico, brindar equipo especializado, y prestar servicio de guías.

- **Agroturismo o Turismo Rural:** Modalidad de turismo que se desarrolla en un espacio rural.

- **Alojamiento Turístico:** Empresa Mercantil que ofrece un servicio que permite al cliente hospedarse para su descanso. Toda instalación que regularmente (u ocasionalmente) disponga de plazas para que el turista pueda pasar la noche.

- **Alpinismo:** Deporte de aventura y cierto nivel de riesgo, que consiste en escalar sierras y montañas.

- **Antropología:** Ciencia que trata de los aspectos biológicos del hombre y de la relación de los mismos con los aspectos históricos y culturales de este. Es una ciencia cuya

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

doctrina, extremadamente vasta, abarca todas las cuestiones que se refieren al presente o al pasado de la humanidad.

- **Animación Turística:** Alternativa de entretenimiento y ocupación del tiempo libre del turista.
- **Artesanía:** Arte u obra realizada manualmente por artesanos, que resulta por originalidad e identificación con lo local o regional, de interés en la composición del “producto turístico”.
- **Apartahotel:** Establecimiento integrado por unidades de más de un ambiente organizado con el concepto de hotel.
- **Atractivos turísticos:** Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes, por sí. Los complementarios son los que en suma o adicionados a los principales hacen un lugar o zona turística.
- **Activos:** Conjunto de bienes (tangibles o intangibles) y derechos que constituyen la inversión mediante la cual la empresa desarrolla su función productiva.
- **B2b:** es la abreviatura comercial de la expresión anglosajona business to business: (comunicaciones de comercio electrónico) de empresa a empresa, por oposición a las relaciones de comercio entre empresas y consumidores. Algunas ventajas son:
 - El comercio electrónico entre empresas es una utilidad más que aporta Internet y que ha experimentado un gran auge en los últimos años.
 - Algunas de las ventajas que aporta el B2B para las empresas implicadas son:
 - Rapidez y seguridad de las comunicaciones.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- Integración directa de los datos de la transacción en los sistemas informáticos de la empresa.
 - Posibilidad de recibir mayor número de ofertas o demandas, ampliando la competencia.
 - Despersonalización de la compra con lo que se evitan posibles tratos de favor.
- **Abaratamiento del proceso:** menos visitas comerciales, proceso de negociación más rápido, etc. Por tanto, los compradores pueden pedir una reducción de precios en virtud del menor coste de gestión, o los vendedores incrementar su margen comercial.

Canales de distribución: Estructura de comercialización formada por la propia organización de la venta del producto, más las organizaciones de ventas individuales de todos aquellos intermediarios que participan en el proceso de comercialización del producto considerado.

- **Centro turístico:** Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente para motivar un viaje turístico.
- **Centro turístico de distribución:** Estos centros son los que poseen atractivos de influencia, actuando como centro de servicios y esparcimiento. La estadía promedio varía de dos a cinco noches.
- **Centro turístico de escala:** Estos centros pueden carecer de atractivos turísticos, pero por estar ubicados estratégicamente, en camino hacia destinos turísticos, se convierten en prestadores de servicios, de atención al visitante, que se detiene en ellos.
- **Centro turístico de excursión:** Es aquel que recibe turistas originados en otro centro turístico, por menos de 24 horas.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- **Centro turístico de permanencia:** Constituye el centro turístico típicamente de vacaciones, con mercado repetitivo y con estadías promedio superiores a cinco noches.
- **Centro recreacional:** Es aquel, que desde un centro urbano de residencia permanente, es visitado por el día, sin pernoctar en él.
- **Corredor turístico:** (Subregión turística) es un espacio homogéneo, en el que por la cercana distancia de los atractivos y servicios se llega a una natural complementariedad. Por lo general, se agrega que rutas troncales efectivizan su integración y la jerarquía de los atractivos y productos determinan el rango de convocatoria de dicho espacio. Por lo general, son integrados por Comarcas Turísticas.
- **Equipamiento turístico:** Conjunto de instalaciones, instrumentos, sistema necesario para la elaboración del producto turístico. El equipamiento turístico se concibe en función del lugar, temporada, clima, tipo, características y necesidades de la clientela, tales como estancia y gastos.
- **Excursión:** Viaje organizado por una agencia de viajes, con tarifas especiales a condición de ser colectivas, paseo, sin cambio del lugar de pernocte.
- **Excursionista:** Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él menos de 24 horas.
- **Guía de turismo:** Facilitador, cuya misión es informar, asistir y atender al turista durante una visita u otro servicio técnico-informativo turístico. La actividad propia del Guía de Turismo es aquella que va encaminada a la prestación de manera habitual y retribuida, de servicios de orientación, información y asistencia al turista.
- **Ocio:** Es el tiempo que el hombre puede disponer fuera de sus horas de trabajo, es un elemento compensador de las condiciones de trabajo de la vida moderna. El ocio permite, mediante la evasión reparar los desgastes psicofísicos.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- **Paquete turístico:** Conjuntos de servicios que incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc. Puede o no incluir el transporte de aproximación y se vende a un precio global, y son adquiridos en un solo acto de compra.
- **Patrimonio turístico:** Se define por la relación entre los atractivos turísticos (materia prima), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema).
- **Planta turística:** Es el subsistema que elabora los servicios que se venden a los turistas y está integrado por dos elementos: el equipamiento y las instalaciones.
- **Producto Turístico:** Hoy es lo esencial de la actividad turística. Surge de la armoniosa integración para su venta de atractivos y servicios. Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.
- **Programa:** Conjunto ordenado de acciones desarrolladas en un tiempo determinado.
- **Programa Turístico:** Descripción pormenorizada presentada en un folleto promocional, el cual contiene el itinerario, las excursiones, las tarifas y todo lo concerniente a las actividades del viaje.
- **Recreación:** Es el conjunto de actividades no lucrativas que el hombre realiza en su tiempo libre dentro del lugar o zona de residencia. Es una forma de uso del tiempo libre en períodos reducidos de tiempo, utilizando instalaciones urbanas al aire libre, o en espacios cubiertos. La demanda puede ser masiva (balnearios), selectivo (clubes, casa fin de semana, etc.), popular (bajo costo), subvencionadas (colonias de niños).

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- **Región turística:** Es el espacio mayor para el planeamiento o la integración que lleve al desarrollo turístico. Conjunto de provincias cuya composición espacial se estructura de acuerdo a una oferta turística, homogénea, por productos, que permita coordinar políticas y estrategias para un mejor desarrollo.
- **Ruta turística:** Se determina estudiando sobre el mapa un itinerario que comprenda la visita de varias localidades de interés turístico. Hay que tener en cuenta los lugares de salida y llegada, de paradas, distancias, comunicaciones, inclusión de valores históricos, paisajísticos, folklóricos.
- **Servicios:** Actividad, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para su venta, cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada.
- **Superestructura turística:** Comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.
- **Turismo emisor:** Forma de turismo constituido por los habitantes de un lugar que realizan viajes fuera de su territorio a otro país.
- **Turismo fronterizo:** Forma de turismo que se realiza en ambos sentidos en una frontera.
- **Turismo interior:** Es el que incluye el turismo interno y el turismo receptor.
- **Turismo internacional:** Se compone del turismo receptor y el turismo emisor.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- **Turismo interno:** Es el que realizan los habitantes de un país sin salir de su propio territorio.
- **Turismo nacional:** Incluye el turismo interno y el turismo emisor.
- **Turismo itinerante:** Es aquel en que la estancia durante el tiempo vacacional se realiza en distintos centros turísticos.
- **Turismo receptivo:** Es el que se produce en un país, cuando llegan a él visitantes que residen en otras naciones con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo.
- **Turista:** toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él por lo menos 24 horas.
- **Viajes de familiarización:** Viajes de cortesía preparados especialmente para agentes de viaje y/o empleados de líneas aéreas, a los efectos de familiarizarlos con un determinado destino turístico. También se emplean para facilitar el contacto de los agentes de viaje con los prestadores de servicios locales y estimular de esta forma las negociaciones destinadas a incorporar la oferta del lugar, en la programación de venta de los agentes de viaje.

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios para la creación de una agencia de viajes operadora en Bogotá, que logre posicionarse como líder captadora de turistas. Focalizada en ofrecer productos innovadores y de calidad a sus clientes (Agencias de viajes y turismo y mayoristas, nacionales e internacionales), sustentada en el crecimiento y en el apoyo al desarrollo social; que promueva variedad de experiencias turísticas vivenciales, orientadas por la creatividad, la innovación y los conocimientos adquiridos. Para la estructuración de Itineris Travel, como una empresa que aporte en el proceso de consolidación de Bogotá, como uno de los mejores destinos del país y de Latinoamérica.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar y contextualizar las condiciones especiales y potenciales del sector turístico en Bogotá, haciendo un análisis del sector, generando desarrollo social en este sector del país y que a su vez, logre tener mayor proyección en el mercado internacional.
2. Identificar y analizar los perfiles de los clientes y usuarios finales del servicio a prestar; con el fin de elaborar plan de mercadeo y estrategias de promoción basados en segmentos específicos del mercado.
3. Identificar la ingeniería del proyecto, determinar la información básica para el diseño del producto turístico (plataforma virtual del directorio turístico), desarrollo de las especificaciones del mismo. Así como, identificar las fortalezas y debilidades en la infraestructura física, tecnológica y de recursos humanos, que facilitan la calidad de la prestación de los servicios turísticos en Bogotá.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

4. Identificar los aspectos legales y administrativos, así como el tipo de organización legal, bajo la cual será constituida y su estructura organizativa.
5. Analizar e identificar el horizonte del proyecto, esto quiere decir, que se buscarán alternativas de financiación que inviertan en el proyecto.
6. Elaborar una evaluación financiera del proyecto, sus criterios de evaluación, punto de equilibrio, análisis de la sensibilidad y riesgo y una evaluación económica y social del proyecto.

6. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la investigación, teniendo en cuenta el problema planteado y los objetivos propuestos, los tipos de investigación que se utiliza para el presente proyecto, son de tipo descriptivo y exploratorio.

6.1 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva permite identificar las propiedades inherentes al objeto de estudio. Para ello, se debe medir y establecer las implicaciones importantes a la hora de crear una agencia de viajes operadora. Esto quiere decir que se hará una medición precisa a las variables más importantes en la que incurre la constitución de la agencia de viajes operadora en la ciudad de Bogotá. Por tal razón, para analizar y contextualizar las condiciones especiales y potenciales del sector turístico en Bogotá, se tomaran como fuente la información que pueda ser suministrada por la OMT-Organización Mundial Turismo, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, y otras entidades gubernamentales como el Vice ministerio de Turismo y Proexport Colombia y el del IDT- Instituto Distrital de Turismo etc.

- Para Identificar la ingeniería del proyecto y determinar la información básica para el diseño del producto turístico (plataforma virtual del directorio turístico); se hará, en primera instancia, una *investigación de tipo exploratoria*, con el ánimo de identificar la mayoría, sino todos los productos turísticos de Bogotá. Una vez identificados, se procederá a describir todas las implicaciones en las que incurre la creación del producto que se propone en el presente plan de negocio. Tales como, la identificación de los recursos que se requieren en materia de I +D, así como la cantidad de los mismo.
- Con el objetivo de identificar los aspectos legales y administrativos, así como el tipo de organización legal, bajo la cual será constituida la agencia operadora y su estructura organizativa; se hará una descripción de las normas y reglamentos que enmarcan

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

jurídicamente al sector de turismo, así como, se describirán las diferentes formas de constituir empresa y cuál de ellas es la más apropiada para la constitución de Itineris Travel; información dispuesta por la Cámara y Comercio de Bogotá.

- Se deberá hacer una investigación descriptiva de las diferentes alternativas de financiación que se disponen en el país y establecer cuál de ellas es la más conveniente al proyecto.
- Elaborar una evaluación financiera del proyecto, sus criterios de evaluación, punto de equilibrio, análisis de la sensibilidad y riesgo y una evaluación económica y social del proyecto. Para elaborar la evaluación financiera y de costos, se tomará la Plataforma Bogotá Emprendedora del SENA.

6.2 Investigación exploratoria

Por otro lado la metodología exploratoria, focaliza la investigación hacia la familiarización con el sector en el que se desenvuelven las agencias de viajes.

- La información para elaborar el análisis del perfil de nuestro clientes (Agencias de viajes y turismo y mayoristas, nacionales e internacionales), así como la forma en la que se vende Bogotá como destino turístico (tema del cual no se dispone mucha información); será tomada del IDT- Instituto Distrital de Turismo, así como, la información disponible en el portal oficial de Turismo, (Colombia.travel.com) y portales web de diferentes agencias de viajes.
- Para elaborar un diagnóstico sobre la situación actual de las agencias de viajes y conocer cuál es su impacto en los turistas internacionales que visitan la ciudad de Bogotá, también se plantea una opción de trabajo de campo; que es, realizar visitas a agencias de viajes y turismo, así como operadoras de la ciudad de Bogotá.

Tabla 4: Tabla Resumen Metodología

<p>OBJETIVOS</p>	<p>1. Analizar y contextualizar las condiciones especiales y potenciales del sector turístico en Bogotá, haciendo un análisis del sector, generando desarrollo social en este sector del país y que a su vez, logre tener mayor proyección en el mercado internacional.</p>	<p>2. Identificar y analizar los perfiles de los clientes y usuarios finales de nuestro servicio; con el fin de elaborar plan de mercadeo y estrategias de promoción basados en segmentos específicos del mercado, no superior a un año.</p>	<p>3. Identificar la ingeniería del proyecto, determinar la información básica para el diseño del producto turístico (plataforma virtual del directorio turístico), desarrollo de las especificaciones del mismo, materias primas e insumos. Así como, Identificar las fortalezas y debilidades en la infraestructura física, tecnológica y de recursos humanos.</p>	<p>4. Identificar los aspectos legales y administrativos, así como el tipo de organización legal, bajo la cual será constituida y su estructura organizativa.</p>
<p>ACCIONES</p>	<p>Estudio del entorno económico, jurídico-político e ideológico.</p>	<p>Análisis de la competencia. Estrategias de mercadeo.</p>	<p>Estudio técnico, Estudio de operación. Plan de compras.</p>	<p>Estudio de estructura organizacional así como análisis aspectos legales.</p>
<p>ACTIVIDADES</p>	<p>Analizar las variables económicas, políticas, jurídicas e ideológicas que pueden afectar de forma positiva o negativa a una agencia de viajes operadora.</p>	<p>Concepto del producto o servicio, estrategia de distribución, estrategia de precios, comunicación, servicios, aprovisionamiento y penetración.</p>	<p>Identificar las características de los productos ofrecidos por las Agencias de viajes. Ficha técnica del producto, estado de desarrollo, necesidades requerimientos y plan de producción.</p>	<p>Identificar la estructura organizacional, incluyendo los niveles directivos, administrativos y operativos. Analizar los aspectos legales para constituir una empresa, especificar el tipo de sociedad.</p>
<p>APORTES ACADEMICOS</p>	<p>Asignatura de Gerencia de Mercadeo, Creación de Empresas. “Formulación y Evaluación de proyectos”- Rafael Méndez. “Marco Conceptual y Legal para el Turismo en Colombia”. Figueredo, R. – Rozo, E.</p>	<p>Asignatura de Principios de mercadeo, Gerencia de Mercadeo. “Caracterización del producto Turístico en Bogotá”- IDT.</p>	<p>Asignatura de Creación de Empresas, Decisiones de Inversión y Gestión de Proyectos. “Caracterización del producto Turístico en Bogotá”- IDT.</p>	<p>Asignatura de creación de empresas, Procesos administrativos, Pensamiento administrativo y Gerencia del Talento Humano.</p>
<p>FUENTES DE INFORMACION</p>	<p>Pontificia Universidad Javeriana. IDT- Instituto Distrital de Turismo. Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Vice ministerio de Turismo.</p>	<p>Pontificia Universidad Javeriana. Proexport encuesta Ipsos- Encuesta a viajeros extranjeros en Colombia 2008. IDT- Instituto Distrital de Turismo</p>	<p>Pontificia Universidad Javeriana. IDT- Instituto Distrital de Turismo.</p>	<p>Pontificia Universidad Javeriana.</p>
<p>HERRAMIENTAS</p>	<p>Conocimiento de asignaturas vistas en la carrera de Administración de Empresas. Investigación de mercados</p>	<p>Conocimiento de asignaturas vistas en la carrera de Administración de Empresas. Investigación de mercados</p>	<p>Conocimiento de asignaturas vistas en la carrera de Administración de Empresas.</p>	<p>Conocimiento de asignaturas vistas en la carrera de Administración de Empresas.</p>

7. RESTRICCIONES

No existe disponibilidad de suficiente información acerca de cómo se vende Bogotá fuera del país. También hay escasa información con respecto al tema de Agencias Turísticas Operadoras por que existen agencias de este tipo que tienen información y no la divulgan; además no es fácil que las demás clases de agencias de viajes (CLIENTES) que existen brinden información por su compromiso de confidencialidad a las organizaciones y empresas a las que pertenecen.

Una de las principales fuentes de información en el transcurso de la primera etapa del plan de negocio de la agencia de viajes ha sido Proexport, así como el Instituto Distrital de Turismo y la Cámara de comercio de Bogotá; teniendo en cuenta que una de las autoras se encuentra realizando sus prácticas empresariales allí.

Aunque la entidad cuenta con mucha información en materia de turismo, hay cierta información de la cual no se puede disponer debido a que no es de carácter público.

8. RECURSOS

8.1 RECURSOS HUMANOS

- Profesores de la facultad..... \$ 1.085.000 (Se hace referencia al valor de las horas del tutor ya que el no es profesor de planta de la Universidad Javeriana).

Este valor corresponde a la hora que ha dispuesto el tutor un día a la semana (\$35.000) para Taller de Grado 1 y Taller de grado 2.

- Personas entrevistadas..... \$ 0

Se ha contado con la gran suerte de contar con dos personas en nuestro equipo multidisciplinario que comparten con nosotros en días no hábiles su gran conocimiento sin ningún costo.

- Personas conocedoras del tema..... \$ 0

Nuestro equipo multidisciplinario, nos ha sacado tiempo en días no hábiles días no para compartir todo su conocimiento.

- Tiempo personal..... \$ 10.000.000 (esto equivale a 500 horas * \$ 20.000 hora).

Este valor hace referencia al tiempo dispuesto por las autoras para la elaboración del trabajo.

8.2 OTROS RECURSOS

- Computador portátil..... \$ 1.700.000
- Papelería..... \$ 250.000

A esta categoría se le atribuyen los gastos incurridos en materiales, como fotocopias, impresiones, papel, tinta, etc.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- Transporte..... \$ 1.000.000

Este valor corresponde a los gastos en transporte destinado a la tesis en el que incurrieron las autoras, en un año de trabajo.

La suma de todos los recursos utilizados en el año para el desarrollo de los talleres de grado uno (1) y dos (2) ha sido de \$ 14.035.000

9. ANÁLISIS DE ENTORNO

9.1 INTRODUCCIÓN

El análisis de entorno en este plan de trabajo estará guiado por la estructura planteada por el autor Rafael Méndez; el análisis del entorno, medio ambiente o espacio ambiental constituye uno de los pilares del desarrollo de las estrategias que se adoptaran para llevar a cabo el proyecto.

Además del estudio de los cambios en las preferencias del consumidor y usuario o de la tecnología, han adquirido la misma importancia en la toma de decisiones factores como los valores sociales, las disposiciones legales, los avances en las comunicaciones, el modelo de desarrollo adoptado por el gobierno y los cambios geopolíticos en las dimensiones social, económica, política, tecnológica, ambiental, jurídica e institucional.

“El estudio del entorno propone identificar las alternativas y los riesgos que el contexto del proyecto genera para su ejecución oportuna y eficaz. El estudio parte de una caracterización del entorno en que se propone realizar el proyecto con el fin de explotar factores y dinámicas que están por fuera del control del equipo responsable por la formulación y/o ejecución, que pueden afectar el desempeño del proyecto y determinar en última instancia su éxito o su fracaso”¹⁸.

Por lo tanto, con el análisis del entorno se pretende:

- Análisis prospectivo: evaluar las tendencias que se van a presentar a corto y a mediano plazo. Para definir estrategias.

¹⁸ Mendez Rafael. Formulación de proyectos. Enfoque para emprendedores- Análisis del entorno Página 33.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- Hacer interpretaciones sobre los posibles escenarios futuros con base en el análisis histórico y actual.
- Establecer marco de referencia para la planeación estratégica del proyecto.
- Identificar oportunidades, riesgos y amenazas para el proyecto.

Las variables que deben ser estudiadas para la consecución del proyecto, son;

9.2 ASPECTO ECONÓMICO

El sector turismo ha crecido 4.5% anual en el mundo, 8% anual en América Latina y cerca del 13% anual en Colombia. (1996-2008)*¹⁹.

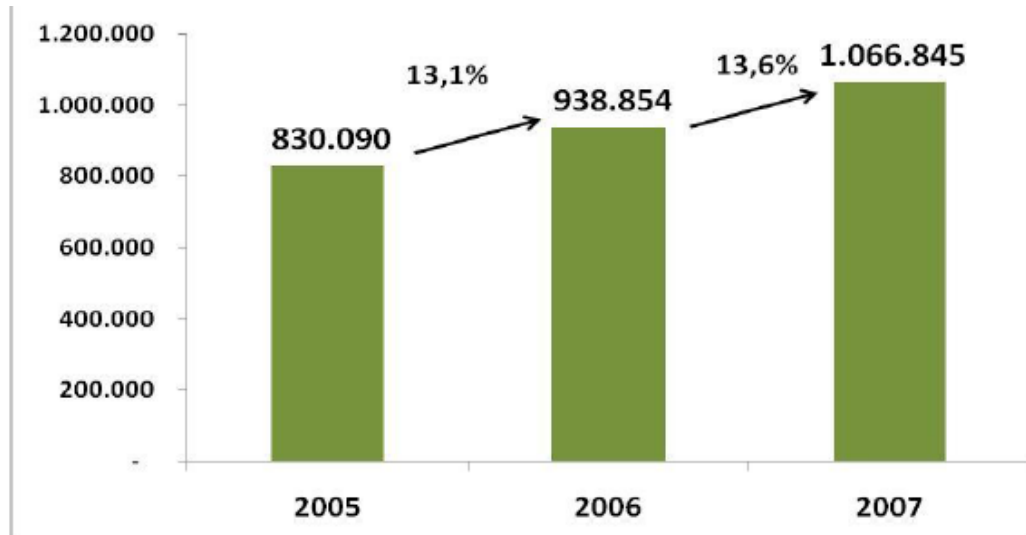
- Colombia Turismo: 2,1% del PIB en 2008.
- Crecimiento real esperado de 3,6% anual entre 2008 y 2017 (de 1.2 millones se espera llegar a 4 millones de turistas en 2010).
- 1.173.000 empleos (5,7% del total) en 2008.
- 7,3% de la inversión total; 7,2% de las exportaciones totales.
- Colombia: segundo país más biodiverso del mundo.

En términos generales el turismo colombiano ha tenido un aumento significativo durante los últimos cinco (5) años con un crecimiento compuesto anual del 15% (2002-2007). Sin embargo para el año 2008 se vio una desaceleración y un crecimiento de 9.7% los viajeros reportados por el DAS aumentaron en un 2.3% mientras aquellos llegados en cruceros aumentaron en un casi 80%. Durante el 2008 la industria mundial del turismo, afectada por la crisis financiera mundial presentó un crecimiento de apenas el 2% y el continente americano del 4%²⁰.

¹⁹ www.cnp.org.co/contenidos/Panorama-Colombia-el-sector-turismo.php

²⁰ www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo10136

Gráfico 3. Llegada de viajeros extranjeros a Colombia



Fuente: DAS. Cálculos Viceministerio de Turismo

Este crecimiento de extranjeros se ha dado en el sector del turismo, al igual que otros sectores, reciente los impactos del gradual deterioro de la economía global y así mismo se enfrenta permanentemente a retos que imponen los avances tecnológicos y las formas emergentes en las comunicaciones y en los negocios buscando de estrategias de adaptación y acceso del turismo a una economía volátil. Analizando una prospectiva de los impactos sobre el turismo como alternativa frente a la crisis económica global por su inmensa capacidad para generar empleos y dinamizar la economía.

"El turismo se ha convertido en el tercer sector de exportación, después del petróleo y el carbón (2.263 millones de dólares en 2007, con un crecimiento del 12,7 por ciento respecto al año anterior). Colombia ha avanzado en el Índice de competitividad en viajes y turismo elaborado por el Foro Económico Mundial, en colaboración con la Organización Mundial de Turismo, y una de las líneas estratégicas de su política turística, 'Turismo Compite' se

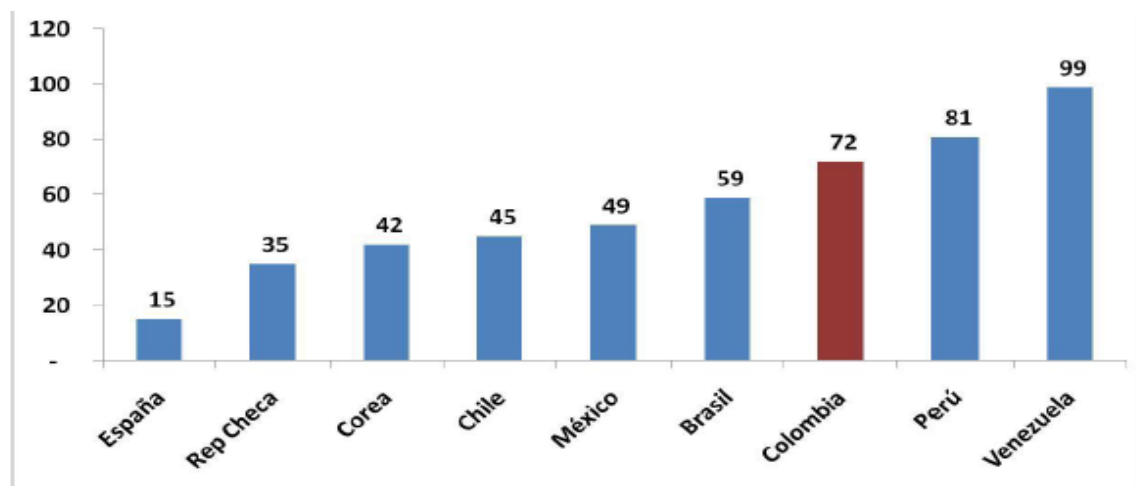
Itineris Travel una agencia de viajes operadora

enmarca en la política general de competitividad del Gobierno colombiano"²¹, dice la OMT.

Turismo compite es un evento que organiza el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el cual generar conocimiento, debate y reflexión en torno a la competitividad turística, los factores que inciden y estrategias que emplean naciones y regiones para alcanzar los niveles óptimos que les permitan ser competitivos aprovechando eficaz y eficientemente las ventajas comparativas y las condiciones internas.

En este evento se realizarán conferencias nacionales e internacionales, en las que se abordarán temas cruciales para la competitividad turística del país. También se generaran espacios de discusión cuya temática estará basada en las conclusiones de la mesa de trabajo de Turismo Compite 2008 y en los temas de la red de trabajo en competitividad del Foro Económico Mundial.

Gráfico 4. Índice de competitividad en Turismo de Colombia a nivel mundial año 2008



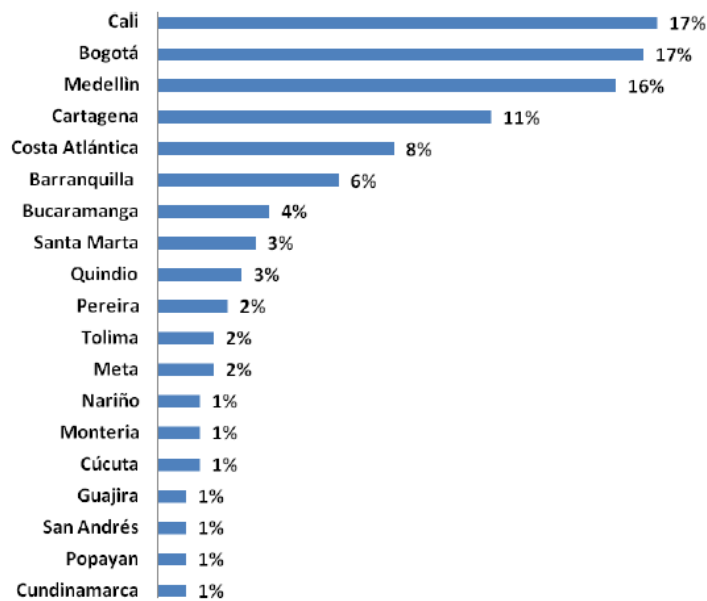
Fuente: Foro económico Mundial

²¹Búsqueda en línea: www.bogotaturismo.com/noticias/Colombia

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

La cifra de viajeros tanto nacionales como extranjeros ha aumentado ya que se ha tratado de darle otra cara a la ciudad capital, actualmente Bogotá ha incrementado el número de visitas de turistas nacionales e internacionales convirtiéndose en la principal ciudad de hospedaje a nivel nacional. En el año 2008, de los 1.222.102 extranjeros que ingresaron al país, el 51,3% se hospedaron en Bogotá; asimismo hubo un incremento de 1,65% de llegadas de extranjeros a la ciudad en comparación con el año 2007²². Lo anterior, entre otros fenómenos, ha producido que las agencias de viajes incluyan dentro de sus manuales de producto a Bogotá junto con los municipios cercanos que atraen a los visitantes.

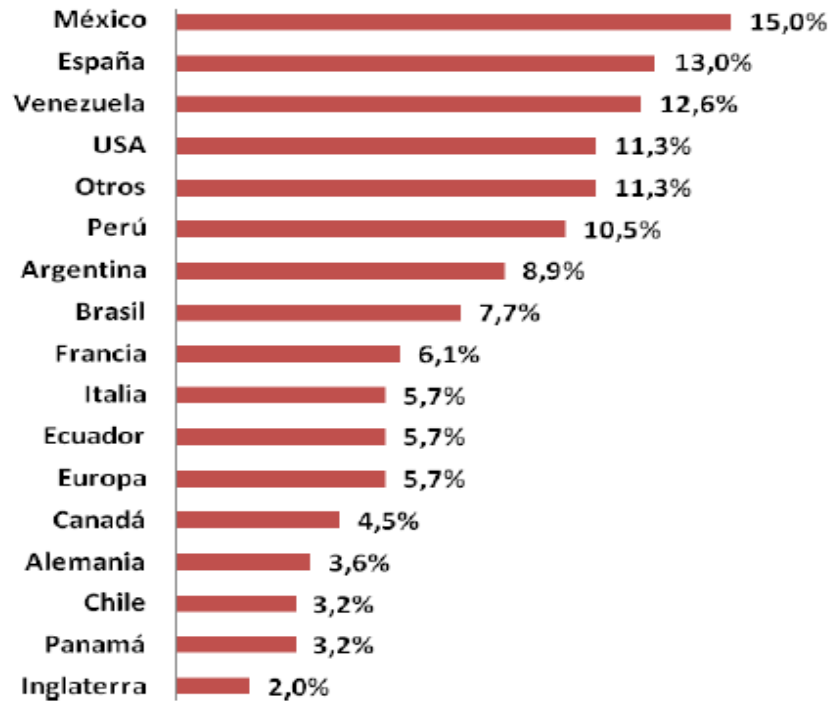
Gráfica 5. Viajeros Nacionales que visitan Bogotá-2008



Fuente: Bogotá Turismo

²² Búsqueda en línea: www.bogotaturismo.gov.co/caraterizaciondeproductoturismo

Gráfica 6. Viajeros extranjeros que visitan Bogotá - 2008



Fuente: Bogotá Turismo

9.2.1 Organizaciones empresariales y/o gremiales del sector de agencias de viajes en Colombia.

La agencia de de viajes operadora-Itineris, una vez constituida aplicará como asociado de ANATO, para gozar de las ventajas que esta agremiación ofrece a sus asociados. Entre las ventajas más importantes se resalta las capacitaciones y la participación en ferias de turismo como “El congreso Nacional de Agencias de Viajes”, “El Salón de Turismo” y “La Vitrina Turística” etc. Eventos que le permitirán a la agencia darse a conocer en el medio así como capacitarse y aprender de otras agencias de su tipo.

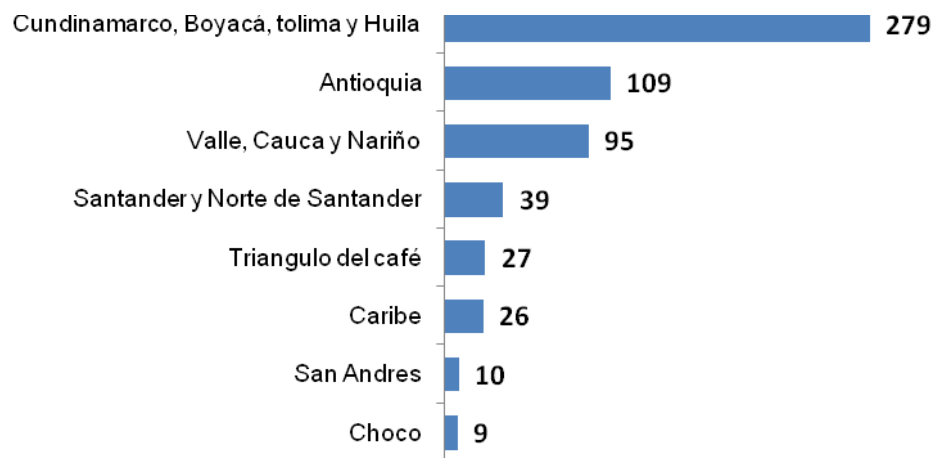
Itineris Travel una agencia de viajes operadora

ANATO Asociación Colombiana de Agencias de viajes y Turismo²³. *“La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo ANATO es una entidad sin ánimo de lucro de carácter gremial para la representación y defensa de los intereses generales del sector de las agencias de viajes y turismo de Colombia.”*

“Creada el 20 de Octubre de 1949 por Resolución No. 0265 del Ministerio de Justicia, en la actualidad está conformada por 657 agencias asociadas de todo el territorio nacional.”

“La Asociación cuenta con una dirección ejecutiva y diez capítulos en Antioquia – Chocó, Caribe, Central, Eje Cafetero, Noroccidente, Oriente, San Andrés, Suroccidente, Mayoristas y Turismo Receptivo.”

Gráfica 7. Cantidad de agencias de viajes asociadas a ANATO²⁴



Fuente: ANATO (s.f.)

Para ingresar a ANATO debe hacerse una solicitud de ingreso llenando un formulario que aparece disponible en la página web y se debe cumplir con unos requisitos específicos entre los cuales figuran algunos como: Certificado de Constitución y Gerencia cuando se trate de

²³ Búsqueda en línea: ANATO: <http://www.anato.org/>

²⁴ ANATO-Capítulos-Asociados-Cálculos propios

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

una persona jurídica, Matrícula Mercantil, Registro Nacional de Turismo, con una antigüedad no menor de un año, Balances de la empresa etc.

De acuerdo con los datos del Registro Nacional de Turismo (RNT) a diciembre de 2008, el país contaba con 10.460 prestadores de servicios turísticos, siendo los establecimientos de alojamiento los de mayor participación, con el 42,89%, correspondiente a 4.486 empresas.

Bogotá reporta a diciembre 31 de 2008, 2.276 inscritos en el RNT, lo que representa el 21,76% del total nacional. La mayor participación en la capital es para las agencias de viajes y turismo con el 40,11%, los establecimientos de alojamiento con el 14,32% y las agencias operadoras con el 9,18%²⁵.

Gráfico 8 Prestadores de Servicios Turísticos inscritos en RNT 2008

Tipo de Prestador	País	Bogotá	% Bogotá sobre país	% sobre total Bogotá
Agencia de Viajes Mayorista	180	93	51,67%	4,09%
Agencia de Viajes Operadora	852	209	24,53%	9,18%
Agencia de Viajes y Turismo	2.489	913	36,68%	40,11%

Fuente: Documento Política de Turismo

9.2.2 Participación del Estado en inversión de proyectos en materia de turismo.

En el portal web del Ministerio de Comercio Industria y Turismo²⁶ se presenta el “Manual para la destinación de recursos y presentación de proyectos”. En este documento se señalan como se reparten los recursos públicos que el Estado invierte para el mejoramiento de la competitividad y la promoción del turismo.

En un 7% crecieron las divisas por turismo en el primer semestre del 2009. Los ingresos por divisas generadas por el sector turístico colombiano durante el primer semestre del año

²⁵ Documento Política Distrital de Turismo

²⁶ Ministerio de Comercio Industria y Turismo-Financiación de proyectos Turísticos <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=6324&idcompany=14>

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

llegaron a u\$ 2.499 lo cual representa un crecimiento del 7% frente a igual periodo de 2008, cuando se recibieron US\$2.263 millones. Así lo hizo saber el ministro de Comercio, Industria y Turismo, Luis Guillermo Plata, al rendir cuentas ante los asistentes al segundo encuentro de competitividad turística “Turismo Compite 2009”²⁷.

La cifra, claramente positiva, constituye un buen indicio de la tendencia que lleva la actividad turística en Colombia, pese a la coyuntura económica internacional, por cuenta de la cual, el decrecimiento de esta industria es generalizado en el mundo, y guarda relación con el crecimiento en el número de viajeros extranjeros que, según el DAS, asciende a 8,9% en lo corrido del año.

Teniendo en cuenta que el Estado está comprometido con la incentivación a la creación de nuevas empresas; tal cual lo describe el Conpes 3397 sobre la política sectorial del turismo “Una característica importante de la industria del turismo en Colombia es la prevalencia de las mipymes como principales prestadoras de los servicios del sector. En 2003, 59% de las empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo, eran microempresas, seguidas por las pequeñas empresas que constituyeron 33%, las medianas 6% y las grandes 2%”²⁸.

En esta misma fuente se dispone de una guía de financiación para empresarios turísticos, que tiene por objetivo mostrar las herramientas disponibles para los empresarios emprendedores de empresas principalmente PYMES. Las herramientas institucionales de desarrollo y gestión que pueden ser de gran utilidad para la agencia de viajes Itineris son:

- Herramientas de desarrollo empresarial
- Herramientas económicas
- Herramientas de apoyo para las nuevas empresas.

²⁷ Búsqueda en línea: www.dinero.com/edicion-impresion/negocios/turismo/crecieron-divisas-turismo-primer-semestre

²⁸ Búsqueda en línea: www.google.com/190.7.104.20/Library/Images/CONPES_3397.pdf

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

En materia de asesoría se debe de recurrir a la Cámara de Comercio de Bogotá, y su programa de “Apoyo a la creación de Nuevas empresas” (Centro de Nueva Empresa), mediante el cual la empresa recibirá servicios de orientación, estructuración de la empresa, legalización de la empresa, servicios de impulso y consolidación etc.

Para financiación del proyecto; la agencia puede recurrir a la Financiera de Desarrollo Territorial S.A., FINDETER. La cual ofrece inversión a los servicios de apoyo a la actividad turística (Agencias de viajes y turismo, transporte de pasajeros, alquiler de vehículos, planes de mercadeo y promoción turística para el turismo doméstico e internacional).

FINDETER desde agosto de 2002 hasta enero del 2009 ha hecho desembolsos de créditos para el sector del turismo por valor de \$71.329 millones (U\$35.6 millones)²⁹.

Estos han sido colocados en 22 departamentos de Colombia para impulsar proyectos relacionados, con la atención turista, las prácticas de las modalidades del turismo y los diferentes servicios de apoyo a este importante renglón de la economía.

Del total de los recursos desembolsados el 32%, es decir \$23.215 millones (U\$11.6 millones) han sido destinados para Bogotá. Información adicional de esta entidad está contemplada en el (Ver Anexo 5 Apoyo y Financiación a proyectos dirigidos al sector turismo).

9.2.3 Población

A 2008 la población colombiana la componen 44,4 millones de habitantes, reportando una tasa de crecimiento anual de 1,2% como se observa en el (gráfico 9). Mientras Bogotá tiene 6,8 millones de habitantes³⁰.

²⁹ Búsqueda en línea: www.alide.org.pe/download/E-Banca

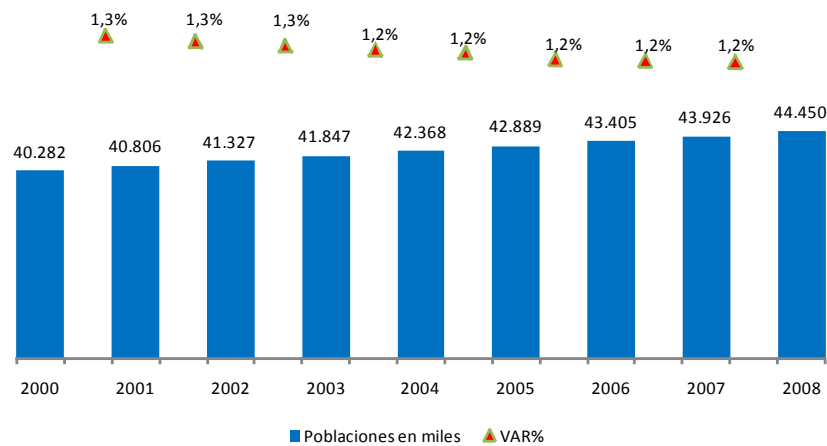
³⁰ Búsqueda en línea: www.dane.gov.co DANE

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Teniendo en cuenta el grafico siguiente 5 (cinco) de los viajeros nacionales que llegan a Bogotá en el 2008, un 17% de la población colombiana provienen de Cali, un 16% de la población llegan a Bogotá de la ciudad de Medellín, y un 11% de Cartagena llegan a la ciudad de Bogotá.

Según el portal oficial de turismo de Bogotá-Bogotá turismo para el año 2007 un 10% de la población colombiana viajó a Bogotá procedente de Cali un 12% correspondiente a Medellín y un 10% a Cartagena, siendo esto un efecto de crecimiento a nivel del sector de Turismo para la ciudad de Bogotá.

Gráfica 9. Crecimiento porcentual de la Población de Colombia, en miles 2001- 2008



Fuente: DANE- Cálculos propios

Tabla de crecimiento de la población Colombiana, desde 1995. Disponible en el (ANEXO 6).

9.2.4 Devaluación.

La devaluación del peso colombiano con respecto al Dólar afecta el turismo, la coyuntura actual parece marcar un cambio respecto a la situación registrada en años anteriores, hasta mediados de 2008. Desde esa última fecha, la devaluación alcanza el 56% y la volatilidad se ha incrementado. Esto ocurre en un escenario en el que la economía mundial se está

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

frenando, los precios de los productos básicos tienden a la baja, y los vecinos han impuesto restricciones al comercio³¹.

Con referencia al turismo, es indudable que el ingreso mundial se está contrayendo, lo cual impactará negativamente los flujos turísticos en todos los países; la Organización Mundial del Turismo proyecta un crecimiento del sector entre el 0% y el -2%, en 2009. Además, está demostrado que en un ambiente de recesión, los viajeros reducen sus gastos y prefieren viajes³².

Cualquier país en el papel de receptor de turismo internacional; se puede ver beneficiado con la devaluación porque a los turistas extranjeros se les hace más atractivo vacacionar en países donde su dinero vale más.

9.2.5 Revaluación

La revaluación del peso en 18,62 en lo corrido del año³³, está mejorando la capacidad adquisitiva de los colombianos. Mientras el Gobierno se preocupa por la apreciación del peso frente al dólar, algunos han decidido aprovechar la situación para disminuir deudas en dólares o adquirir bienes de capital importados.

A pesar de la revaluación, el turismo internacional sigue creciendo. “La llegada de extranjeros a Colombia no se ha visto afectada por la revaluación del peso y, por el contrario, registró un crecimiento del 17,6% durante el primer semestre, al pasar de 477.532 visitantes en 2006, a 561.625, según información arrojada por los puntos de control del Departamento Administrativo de Seguridad DAS”³⁴.

³¹ www.mincomercio.gov.co/eContent/Documentos/Prensa/BoletinSector14-2009/editorial14.htm

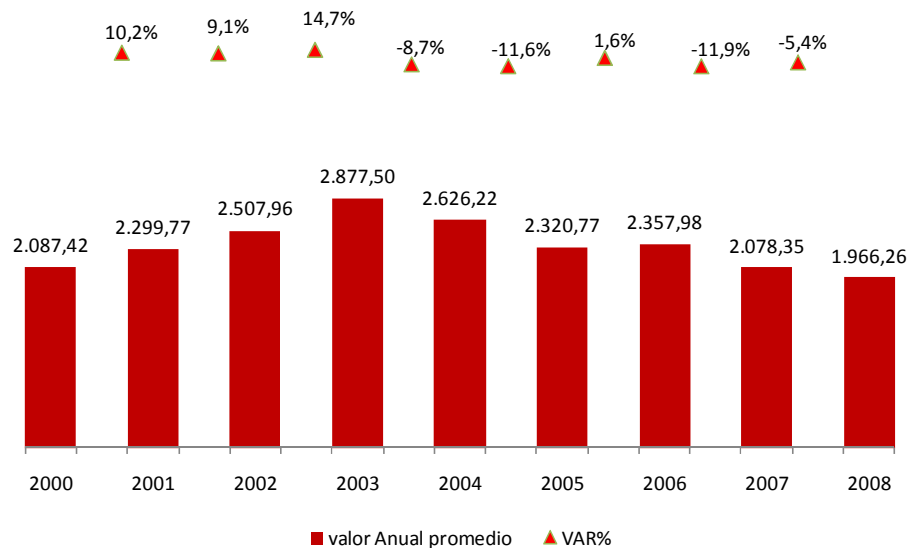
³² Búsqueda en línea: www.mincomercio.gov.co/eContent/Documentos/Prensa/BoletinSector14-2009/editorial14.htm

³³ Búsqueda en línea: www.laopinion.com.co

³⁴ Búsqueda en línea: www.mincomercio.gov.co/econtent/NewsDetail.asp?ID=5836&IDCompany=1

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Gráfica 10. Variación porcentual del valor anual promedio del dólar, frente al peso colombiano 2000-2008



Fuente: Cotización del Dólar promedio. Banco de la República, Cálculos propios

9.3 ASPECTO JURÍDICO POLÍTICO

9.3.1 Legislación normas y reglamentos gubernamentales en materia de turismo.

La Constitución Política de 1991 crea el marco propicio para el turismo como una opción para los colombianos. A continuación se presenta una sinopsis de los postulados que en ella se consignan y cuyo contenido se relaciona con el turismo³⁵.

Artículos 8 y 95: Obligación del Estado y de las personas de proteger las riquezas naturales y culturales.

³⁵ Constitución Política de Colombia año 1991

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Artículos 44 y 52: Reconocimiento de las actividades del tiempo libre, como derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El turismo es considerado como una de las actividades del tiempo libre.

Artículo 67: Definición de la educación como función social y desde allí, el acceso a los bienes y valores de la cultura; guarda relación con la actividad turística en la medida que se debe impulsar la forma para llegar a los bienes y valores de la cultura, muchos de ellos generadores de atracción para visitantes. De ahí el significado de la promoción y el fomento de la educación como deber del Estado (artículo 70), al igual que su inclusión en los planes de desarrollo económico y social (artículo 71) de las entidades territoriales.

Artículos 63 y 72: Protección de los bienes de uso público, el patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional pertenecen a la nación, son inalienables, inembargables e imprescriptibles; esto representa un aspecto que refuerza la realización de actividades turísticas en la medida que permite que los bienes enunciados puedan disfrutarse por todos -residentes y visitantes- en el mejor sentido de apreciación y uso mediante actividades permitidas y controladas para evitar su deterioro o desaparición.

Artículos 79 y 80: El concepto de desarrollo sostenible está planteado en la garantía del derecho de todas las personas de gozar de un ambiente sano y en la obligación del Estado de ‘proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines’ y en ‘planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales...’ y prevenir los factores que ocasionen riesgos a su conservación o conduzcan a su deterioro.

Artículo 82: Protección y destinación al uso común del espacio público, el cual prevalece sobre el interés particular; al tiempo que determina la participación de las entidades públicas en la plusvalía que genere su acción urbanística, apoya la calidad en los destinos turísticos.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Artículo 300: Facultad a las asambleas departamentales para expedir disposiciones para la planeación, desarrollo económico y social del turismo; constituye el marco para dirigir el desarrollo turístico con sentido económico y social, es decir en armonía con estos campos³⁶.

- La Ley General de Turismo -Ley 300 de 1996-, constituye el marco legal para el desarrollo del turismo en Colombia y actualmente está vigente, aunque con sustanciales modificaciones a su texto original. A continuación se presentan aquellos aspectos generales que orientan y definen la actividad³⁷.
- Vincula al turismo como industria de servicios, de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia, esencial para el desarrollo social y económico del país y en especial para las entidades territoriales, regiones y provincias.
- Fija pautas para el desarrollo del turismo bajo los siguientes parámetros:
 - a. El papel del turismo en el desarrollo nacional y local.
 - b. Fija pautas para las relaciones contractuales entre usuarios del turismo y prestadores del servicio, en cuanto a sus obligaciones y derechos.
 - c. Elimina la CNT (Corporación Nacional de Turismo); crea la figura del Viceministerio de Turismo dentro del Ministerio de Desarrollo Económico -hoy reemplazado por la Dirección General de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-; y constituye el Fondo de Promoción Turística de Colombia, con recursos públicos y privados (contribución parafiscal)

³⁶ Figueredo, R. – Rozo, E. “Marco Conceptual y Legal para el Turismo en Colombia”. Documento de módulo. Seminario en Gestión y Desarrollo del Turismo Local. IDCT – Universidad Externado de Colombia. Bogotá, noviembre de 2002.

³⁷ Búsqueda en línea: www.col.opsms.org/juventudes/Situacion/LEGISLACION/PARTICIPACION/PL30096.htm

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- d. Crea instrumentos para el fomento al desarrollo local, tales como los peajes turísticos (de los cuales desde la expedición de la Ley no se ha concretado el primero), los planes sectoriales de turismo, los convenios de competitividad, las zonas de desarrollo turístico y el recurso turístico de utilidad pública.
- e. Crea el Registro Nacional de Turismo con el objeto de establecer un mecanismo de identificación y regulación de los prestadores de servicios turísticos.

Algunas modificaciones a las que ha sido sometida y la presentación ante el Congreso de la República, de proyectos que buscan modificar dicha ley, impulsados por los gremios, en los años más recientes el gobierno nacional ha venido impulsando la formulación de una serie de políticas, el diseño y puesta en marcha de estrategias a través del CONPES 3397 con el fin de fomentar el desarrollo del sector turístico en el país. Cabe destacar el fortalecimiento de políticas que apoyan las iniciativas del sector privado y que orientan el accionar de las instancias públicas, que propician espacios y escenarios favorables para la inserción de planes y programas de desarrollo turístico, orientados por un cúmulo de políticas acordes con los procesos nacionales, con las cuales se busca el mejoramiento de la competitividad.

9.3.2 Leyes de protección ambiental

Las leyes de protección ambiental buscan la sensibilización de los turistas sobre la responsabilidad ambiental, mediante el disfrute del paisaje y el conocimiento de la importancia de proteger los recursos naturales. Para Itineris el turismo cultural es muy importante ya que este muestra una identidad y desarrollo competitivo del patrimonio colombiano para el mundo, resaltando la potencialidad del turismo para articular procesos de valoración, competitividad y sostenibilidad del patrimonio cultural. En este sentido, esta política busca fomentar el turismo cultural por Bogotá, incentivar a nacionales y a extranjeros a conocer la cultura de la ciudad y por qué no fomentar la del país, recorrer sus paisajes, disfrutar sus costumbres y apropiarse del patrimonio material e inmaterial colombiano, lo cual aportará beneficios a la comunidad, así como los medios y

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

motivaciones para cuidar y mantener el patrimonio cultural, garantizando la sostenibilidad de los sectores cultural y turístico.

Leyes de protección ambiental

- **Acuerdo 275 de 2007**³⁸

ARTÍCULO 1. Creación del Instituto Distrital de Turismo. Créase el Instituto Distrital de Turismo.

ARTÍCULO 2. Naturaleza, objeto y funciones básicas del Instituto Distrital de Turismo. El Instituto Distrital de Turismo es un establecimiento público del orden distrital, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera, y patrimonio propio, adscrito a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico.

El objeto del Instituto Distrital de Turismo es la ejecución de las políticas y planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento del Distrito Capital como destino turístico sostenible, y tendrá las siguientes funciones³⁹:

- a. Fomentar la industria del turismo en Bogotá, Distrito Capital, convirtiendo la ciudad en destino turístico sostenible.
- b. Ejecutar y hacer seguimiento a la política pública de turismo del Distrito Capital.
- c. Elaborar y ejecutar planes, programas y estrategias en materia turística.
- d. Impulsar el desarrollo empresarial turístico en coordinación con las instituciones de apoyo empresarial distritales, departamentales y nacionales.

³⁸ Búsqueda en línea: Alcaldía Mayor de Bogotá
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=23023>

³⁹ <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=23023>

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- e. Diseñar y gestionar estrategias e instrumentos que concreten las políticas de turismo del Distrito.
- f. Promover y coordinar con las diferentes entidades territoriales, la elaboración de planes, programas y, en general, todo lo atinente a las políticas del sector turístico, de acuerdo con las directrices de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico.
- g. Ejecutar, controlar, coordinar y evaluar planes, programas y proyectos para la promoción del turismo nacional e internacional hacia el Distrito Capital.
- h. Evaluar y hacer seguimiento al impacto que genere la aplicación de las políticas en materia turística sobre la promoción, competitividad, productividad, información, y fomento al desarrollo de formas asociativas de promoción y desarrollo turístico y, en general, sobre cualquier persona natural o jurídica que explote la actividad turística.
- i. Coordinar con entidades oficiales o privadas que tengan en su haber funciones que se relacionen y/o afecten la actividad turística, el planeamiento, articulación y establecimiento de alianzas estratégicas para la ejecución de sus planes y programas.
- j. Promover la incorporación del manejo ambiental en los proyectos turísticos, en coordinación con las entidades u organismos del orden distrital y nacional pertinentes.
- k. Impulsar organizadamente desarrollos turísticos desde las localidades del Distrito Capital.
- l. Fomentar la formalización, cualificación y formación de los prestadores de servicios turísticos de Bogotá, como agente facilitador de los derechos del consumidor y canalizador de las quejas y sugerencias en materia de calidad de los servicios.
- m. Coordinar con las demás entidades competentes en la materia, acciones orientadas a la protección y promoción del patrimonio cultural, con fines turísticos.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Ley 300 de 1996⁴⁰

Algunas disposiciones y artículos sobre el turismo

ARTÍCULO 1o. IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA. El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social.

El Estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional.

ARTÍCULO 2o. PRINCIPIOS GENERALES DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA. La industria turística se regirá con base en los siguientes principios generales:

1. **CONCERTACIÓN:** En virtud del cual las decisiones y actividades del sector se fundamentarán en acuerdos para asumir responsabilidades, esfuerzos y recursos entre los diferentes agentes comprometidos, tanto del sector estatal como del sector privado nacional e internacional para el logro de los objetivos comunes que beneficien el turismo.
2. **COORDINACIÓN:** En virtud del cual las entidades públicas que integran el sector turismo actuarán en forma coordinada en el ejercicio de sus funciones.
3. **DESCENTRALIZACIÓN:** En virtud del cual la actividad turística es responsabilidad de los diferentes niveles del Estado en sus áreas de competencia y se desarrolla por las empresas privadas y estatales, según sus respectivos ámbitos de acción.
4. **PLANEACIÓN:** En virtud del cual las actividades turísticas serán desarrolladas de acuerdo con el Plan Sectorial de Turismo, el cual formará parte del Plan Nacional de Desarrollo.
5. **PROTECCIÓN AL AMBIENTE:** En virtud del cual el turismo se desarrollará en armonía con el desarrollo sustentable del medio ambiente.
6. **DESARROLLO SOCIAL:** En virtud del cual el turismo es una industria que permite la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, actividades que constituyen un derecho social consagrado en el artículo 52 de la Constitución Política.

⁴⁰ www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1996/ley_0300_1996.html

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

9.3.2.1 Políticas Locales

La recuperación de la confianza en las instituciones, la reactivación del crecimiento económico, la percepción más positiva del país en el exterior, el aprovechamiento, por parte de los empresarios, de las ventajas creadas a través de los incentivos tributarios y la recuperación de la inversión extranjera son hechos que marcan la confluencia de una serie de factores que, capitalizados de manera eficiente, pueden llevar al turismo colombiano a ocupar un lugar privilegiado en la economía.

- *Ley 300 1996 Ley general de Turismo*

“Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones”.

- *Ley 1111 de 2006. Art.62 Modifica el Artículo 481 del Estatuto Tributario*

“Art. 62 Modifíquese el literal e) del artículo 481 del Estatuto Tributario, el cual queda así”;

“e) También son exentos de impuestos sobre las ventas de los servicios que sean prestados en el país en el desarrollo de un contrato escrito y se utilicen exclusivamente en el exterior por empresas o por personas sin negocios o actividades en Colombia, de acuerdo con los requisitos que señala el reglamento. Recibirán el mismo tratamiento los servicios turísticos prestados a residentes en el exterior que sean utilizados en el territorio colombiano , originados en paquetes vendidos por agencias operadores u hoteles inscritos en el Registro Nacional de Turismo, según las funciones asignadas, de acuerdo con lo establecido en la ley 300 de 1996. En el caso de los servicios hoteleros la exención rige independientemente que el responsable del pago sea el huésped no residente en Colombia o la agencia de viajes”

- *Ley 232 de 1995*

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

“Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales”.

- *Decreto 2233 1996*

Régimen de ZFI de Bienes y Servicios.

- *Decreto 2131 1991*

“Por el cual se dictan normas sobre estructura y funcionamiento de las Zonas Francas Industriales de Bienes y de Servicios”

- *Ley 633 de 2000*

“Por la cual se expiden normas en materia tributaria, se dictan disposiciones sobre el tratamiento a los fondos obligatorios para la vivienda de interés social y se introducen normas para fortalecer las finanzas de la Rama Judicial.”

- *Decreto 2755 2003*

Artículo 7°. Requisitos para la procedencia de la exención por servicios hoteleros prestados en hoteles que se remodelen y/o amplíen. Para la procedencia de la exención por concepto de servicios hoteleros prestados en hoteles que se remodelen y/o amplíen, el contribuyente deberá acreditar el cumplimiento de los siguientes requisitos cuando la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN, los exija.

9.3.3 Normas Técnicas Sectoriales - NTS – De calidad para el sector turístico.

Las normas técnicas son instrumentos de apoyo a la calidad y a la sostenibilidad de las empresas del sector turístico. Para las Agencias de viajes se han establecido 13 normas, dictaminadas por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo:

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- *NTS AV01 Reservas en agencias de viajes*
- *NTS AV02 Atención al cliente en agencias de viajes*
- *NTS AV03 Infraestructura en agencias de viajes*
- *NTS AV04 Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes*
- *NTS AV05 Asesoría y venta de servicios y paquetes turísticos*
- *NTS AV06 Dirigir el área comercial en agencias de viajes*
- *NTS AV08 Dirigir el área financiera en las agencias de viaje*
- *NTS AV09 Transporte Turístico terrestre*
- *NTS AV10 Turismo de aventura: rafting*
- *NTS AV11 Turismo de aventura: rapel*
- *NTS AV12 Turismo de aventura: espeleología*
- *NTS AV13 Turismo de aventura: parapente*

9.4 ASPECTO IDEOLÓGICO

9.4.1 Caracterización de Bogotá⁴¹.

Es extraño que el crecimiento tampoco haya hecho perder a Bogotá su espíritu tradicional ni los rasgos psicológicos y culturales que les dieron carácter a sus habitantes. Bogotá sigue siendo no sólo el primer centro administrativo y político de Colombia, sino también su capital cultural. Es aún la cuna del ingenio, la gracia, el buen hablar y la preocupación humanística que un día le dio el nombre de Atenas Sur-americana. Sus museos, sus bibliotecas, sus universidades y centros educativos, su prensa, sus cachacos que aún existen, la sensibilidad democrática y civilista de sus habitantes, en fin, dan testimonio del

⁴¹Búsqueda en línea: <http://historiacritica.uniandes.edu.co/datos/pdf/descargar.php>

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

espíritu de una ciudad que en cuatrocientos años de historia acuñó una de las personalidades urbanas más originales de Hispanoamérica.

9.4.2 Perfil⁴²

Hasta hace unos cincuenta (50) años, Bogotá era una típica provincia burguesa, encaramada en la parte más alta al centro del país, que en la época era sede de la burocracia y de la intelectualidad colombiana. La ciudad de Bogotá, se constituyó como referente de la cultura nacional, imponiéndose los valores de las élites bogotanas como las prototípicas del "colombiano".

En la cultura bogotana de fin de siglo XIX, el nombre de Centenarista se atribuye a la combinación de costumbres de raigambre colonial, con las influencias europeas llegadas a lo largo del siglo. Así arraigadas costumbres como el consumo de chicha, el uso de la ruana y alpargatas, desaparecieron; para que prácticas como el uso de calzado y otro tipo de prendas hicieran su aparición.

Pero hay costumbres que todavía prevalecen como es la tradición religiosa de subir a Monserrate a visitar el santuario del señor caído donde feligreses de todas partes de Bogotá y del país suben de rodillas con el fin de cumplir una promesa. Allí se aprovecha para comprar artesanías y comer los típicos tamales bogotanos con chocolate santafereño.

Lo que hay que destacar ante todo es la nueva mentalidad que tienen ahora Bogotá, tal vez a consecuencia de factores como: la inmigración de cientos de millares de gentes de las más diversas procedencias; y un cambio notable del clima, de frío a templado, lo cual favorece una cultura urbana muy abierta, una arquitectura y unas modas más cromáticas y alegres. Bogotá es en la actualidad, es una ciudad representativa de los colombianos.

⁴² <http://historiacritica.uniandes.edu.co/datos/pdf/descargar.php>

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

La vida turística de la ciudad se desarrolla del centro hacia el Norte. (Hacia el sur se encuentran mayormente los barrios populares y las zonas industriales.) En el centro histórico hay excepcionalmente unas pocas pensiones agradables y hoteles de categoría media: es una buena opción para turismo juvenil, en grupos.

9.4.3 Estructura educativa

Mediar ante el SENA, entidad formadora de Guías Profesionales de Turismo, el refuerzo del módulo de inglés durante el periodo teórico, de forma tal que los Guías egresados de esta entidad puedan ingresar a continuar sus estudios de un segundo idioma con los programas diseñados por la Alcaldía Mayor de Bogotá tal como el adelantado actualmente con Invest In.(Invest In Agencia de promoción de inversiones de Bogotá creada por la Alcaldía Mayor y la Cámara de Comercio de Bogotá, como una entidad sin ánimo de lucro).

El SENA es la única institución pública que ofrece programas de educación superior en hotelería y turismo en Bogotá. Los programas ofrecidos son:

- Técnica Profesional en Agencias de Viajes y Turismo
- Tecnología en Administración Hotelera

El primer programa mencionado se realiza en jornada diurna, mientras que el segundo se ofrece tanto en jornada diurna como nocturna.

Igualmente el SENA realiza la evaluación y certificación de competencias laborales con base en las normas de competencia laboral elaboradas por las diferentes unidades sectoriales de normalización del sector turismo en los que se determinan los requisitos de evidencia de desempeño laboral que debe cumplir una persona para obtener la certificación de sus competencias laborales.

La Asociación Hotelera de Colombia (COTELCO) cuenta con varios programas de capacitación relacionados con áreas relacionadas a la operación hotelera tales como cursos

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

y seminarios de mercadeo y ventas, gerencia de hoteles, alimentos y bebidas; también cuenta con varios cursos certificados por el Educational Institute de los Estados Unidos.

El país cuenta con 43 instituciones que incluyen programas académicos de turismo: 38 de educación formal y cinco (5) programas de educación no formal; del as 38, doce (12) corresponden a formación universitaria, nueve (9) a programas de formación tecnológica y 17 a programas de formación técnica ocho (8).

9.4.4 Responsabilidad social

El Sector de Desarrollo Económico, Industria y Turismo, compuesto por el Instituto Distrital de Turismo (IDT), el Instituto para la Economía Social (IPES), y el proyecto Misión Bogotá, también ofrecerán sus servicios con el fin de dar a conocer en detalle proyectos como Banca Capital, Red de Empresarios Innovadores y Plan Maestro de Abastecimiento.

La ‘Responsabilidad Social’ es el deber de las empresas de participar en la inclusión social y económica de las personas que no han tenido oportunidades y en la solución de los problemas sociales, económicos o ambientales que afectan a determinados grupos o territorios.

El objetivo principal de Itineris Travel es pertenecer a la jornada de compromiso de Bogotá Positiva con la responsabilidad social de la capital, así como la necesidad de compartir experiencias en el tema con expertos del orden nacional y empresas de gran trayectoria en todo lo relacionado con la responsabilidad social empresarial.

9.4.5 Medios de comunicación

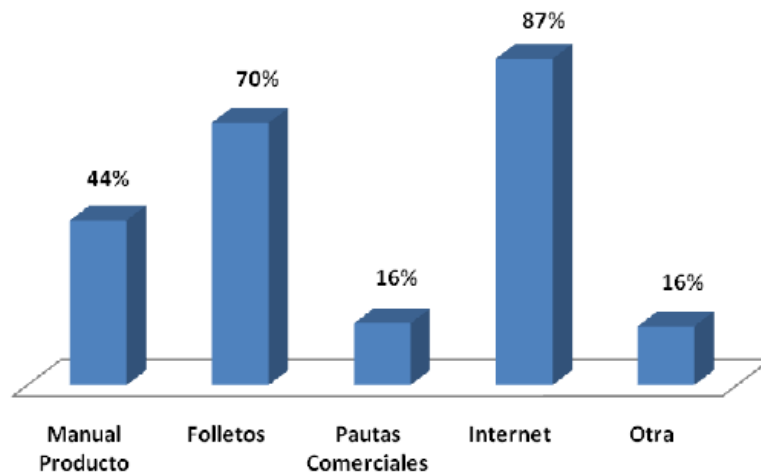
A pesar de que a diario se ve, se escucha, se lee y, en general, se está en contacto con diversos medios de comunicación, definirlos es una tarea compleja por la cantidad de significados y conceptos que éstos implican.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Gracias al asesoramiento de Orlando Ramírez Calderón, Director de servicios de producción de la agencia McCann quien ha sido la persona que ha asesorado a las autoras en temas de mercadeo y publicidad fue el que dio a conocer el tema de en tema de negociación de medios tanto audiovisuales, como radiales, prensa, salían muy costosos para pautar, siendo Itineris una empresa que inicia en el año 2012. (Ver ANEXO 6 Tarifas de pautas publicitarias en televisión, radio y prensa)

Así lo demuestran las encuestas realizadas por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo a agencias de viajes.

Gráfico 11. Medios de Comunicación más utilizados por Agencias de Viajes



Fuente: Ministerio de Comercio industria y Turismo

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

El tema de comunicación para el sector del turismo ha mantenido una línea ascendente en el mercado, con su inclusión en el comercio electrónico dicho ascenso se ha disparado, pues a publicidad en Internet y la facilidad que ofrece para divulgar información aumentan las posibilidades de tener nuevos clientes a menores costos.

Según un informe de la entidad U.S. Travel Association, el año pasado en Estados Unidos cerca del 79 por ciento de los 135 millones de viajeros en el país 105 millones de adultos, usó Internet para planear sus viajes durante los últimos 12 meses⁴³.

Esto significa que casi 8 de cada 10 viajeros en Estados Unidos utilizan Internet en sus viajes, ya sea desde la búsqueda de destinos y proveedores, así como la lectura de opiniones de otros turistas, hasta la compra en línea de pasajes y la reserva de alojamiento, entre otros servicios.

El tema de internet en las agencias de viajes como se observa en el (gráfico 11) la web se posiciona como el primer medio de comercialización a través del cual las agencias de viajes ofertan sus paquetes; sin embargo los folletos, elemento tradicional de promoción, siguen ocupando una de las primeras posiciones.

⁴³ Búsqueda en línea: www.eltiempo.com/enter/entretenimiento/ARTICULO-WEB-PLANTILLA_NOTA_INTERIOR-7654108

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Gráfico 12. Estrategias de comercialización 2009





Fuente: Bogotá Turismo

Para el desarrollo de este modelo de negocio se observa que lo que más llega a las personas es este momento es el internet, por tal razón, Itineris concentrará esfuerzo en el desarrollo de un muy buen sitio web, el cual se le deberá hacer un mantenimiento y tener un buzón de sugerencias dentro de la misma página para poder hacer las diferentes actualizaciones que se requieran. La cotización elaborada para Itineris Travel se muestra a continuación en el gráfico 13.

Una muy buena alternativa, pensando en el futuro a largo plazo de Itineris; son las activaciones o agencias de btl (below the line) es una técnica de marketing que consistente en el empleo de formas de comunicación no masivas dirigidas a segmentos específicos empleando medios tales como el merchandising, eventos, medios de difusión no convencionales, promociones y marketing directo, entre otros; las pautas en Radio y Tv pueden ser efectivas pero son demasiado costosas; la inversión para un proyecto nuevo como este aún no podría invertir en este tipo de publicidad.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Gráfica 13. Cotización de página web y mantenimiento

Cliente: ITINERIS TRAVEL Referencia: Ministe Fecha: ENERO 15-2010		 T. 57.1646.4100 CII 96 # 13A-21		
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor	
Ministe (Home, Registro, 2 plantillas internas)	1	\$4.000.000	\$4.000.000	
Mantenimiento mensual (Contenido aprox 4 horas mensuales)	1	\$2.000.000	\$2.000.000	
Hosting Anual	1	\$500.000	\$500.000	
			Total	\$6.500.000
Observaciones: Este presupuesto no incluye: IVA, alquiler ni toma de fotografías, videos, generación de contenidos, premios ni logística de entrega de los mismos.				

Fuente: MRM-Worldwide

9.5 Análisis del entorno internacional

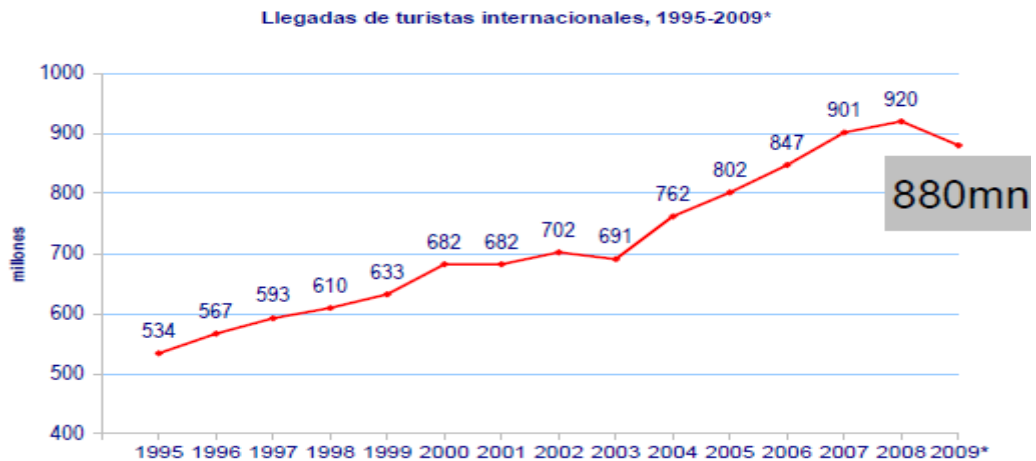
Según la OMT- Organización Mundial del Turismo, para el 2009 se estimó un decrecimiento del turismo internacional del 4%. Sin embargo para el 2010 se espera un crecimiento entre el 3% y 4% de las llegadas de viajeros a los diferentes destinos en el mundo ⁴⁴.

El turismo internacional está adquiriendo fuerza después de un 2009 difícil en turismo. Las llegadas de turistas internacionales crecieron un 7% en los dos primeros meses de 2010 en todo el mundo, según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial. El crecimiento fue especialmente fuerte en Asia, África y Oriente Medio. La OMT prevé que las llegadas de turistas internacionales crezcan entre un 3% y un 4% en 2010.

Para las Américas se espera un crecimiento estimado del 3% al 4% señala la OMT.

⁴⁴ Búsqueda en línea: OMT, Barómetro de turismo 2010 pag1.
http://www.unwto.org/pdf/Barometro_1_2010.pdf

Grafica 14. Llegada de turistas internacionales 1995 a 2009



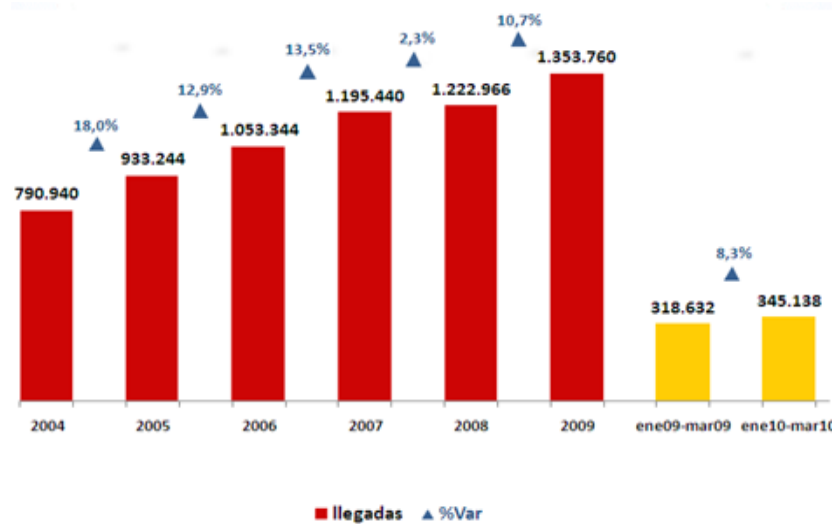
Fuente: OMT-Organización Mundial de turismo

9.6 Impacto de turismo internacional en Colombia

Mientras los pronósticos para 2009 del resto del mundo en materia de turismo eran negativos, Colombia presentó cifras positivas. Según Proexport, para el 2009, la llegada de viajeros extranjeros obtuvo un crecimiento del 10,7% (1.353.760) con respecto al año directamente anterior.

Mientras que para el periodo comprendido entre los meses de enero a marzo del 2010, un total de 345.138 viajeros internacionales han llegado al país, presentando un crecimiento del 8,3% con respecto al mismo periodo del 2009.

Grafica 15. Llegada de turistas internacionales 2004 a 2009



Fuente: Proexport-Informe consolidado de turismo internacional.

9.7 Llegada de viajeros internacional a Colombia según nacionalidad

Como se muestra en la siguiente tabla en el 2009, el país con mayor número de nacionales viajeros en Colombia, es estados Unidos (314.870 viajeros estadounidenses) presentando una participación del 23% sobre el total, a este le sigue en cantidad de llegados, los venezolanos (238.062 viajeros) que obtuvieron una participación del 18%. En tercer lugar se encuentra Ecuador, con una participación del 8%, en cuarto lugar se encuentra España con una participación de 6 % y en quinto lugar se posiciona Perú.

Tabla 5. Llegada de viajeros internacionales según país de nacionalidad

	NACIONALIDAD	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1	Estados Unidos	203.603	235.378	258.577	265.652	264.453	314.870
2	Venezuela	92.523	113.672	141.595	196.863	237.329	238.082
3	Ecuador	91.682	95.816	100.222	110.508	93.452	101.833
4	España	45.240	57.054	66.422	68.436	69.774	77.922
5	Perú	36.654	44.486	47.706	58.332	66.313	77.734
6	Argentina	23.059	34.019	40.254	50.632	51.057	61.361
7	México	34.016	42.577	52.036	60.340	59.107	57.480
8	Brasil	21.910	27.209	31.712	41.145	45.506	47.494
9	Chile	13.289	19.089	23.765	29.371	29.716	36.169
10	Panamá	24.363	28.811	31.177	31.459	28.379	30.958
11	Francia	20.458	23.054	24.815	27.610	27.381	30.368
12	Canadá	20.147	24.469	27.115	28.279	27.632	28.157
12	Alemania	15.881	18.124	19.050	21.668	22.133	26.139
12	Italia	17.936	19.951	22.487	24.620	24.320	26.054
12	Holanda	13.726	15.720	17.056	17.104	20.576	23.621
12	Costa Rica	24.478	25.002	25.138	21.327	21.179	20.184
13	Resto	91.975	108.813	124.217	142.094	134.659	155.334
Total		790.940	933.244	1.053.344	1.195.440	1.222.966	1.353.760

Fuente: Proexport-Informe consolidado de turismo internacional.

Esto demuestra que los mercados más importantes para Colombia, según nacionalidad del viajero son Estados Unidos en la región de América del Norte y España en Europa. Por esto Itineris Travel concentrará esfuerzos en llegar a estos mercados, afianzando como cliente agencias de viajes mayoristas y otras en estos países.

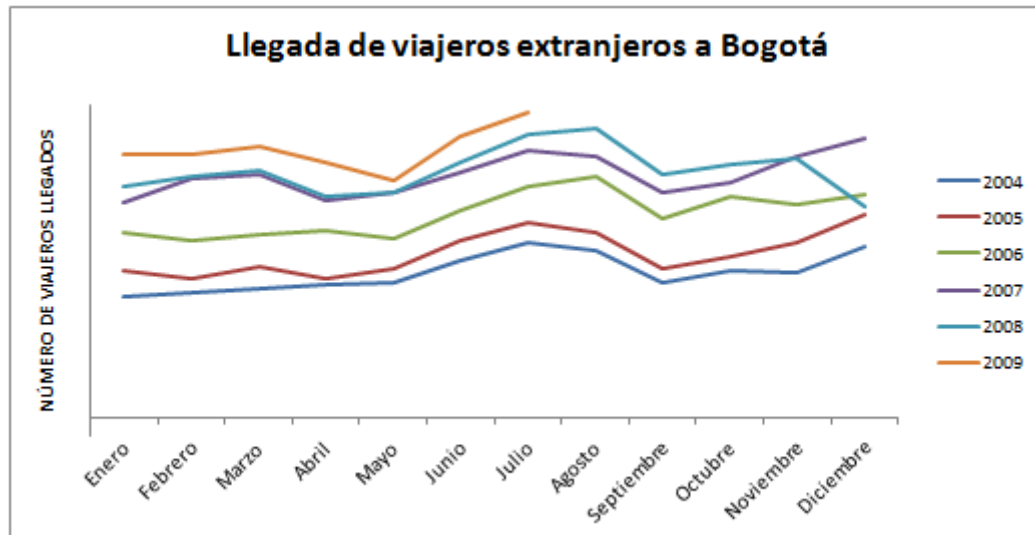
9.8 Estacionalidad de los viajeros Internacionales

Según Proexport la llegada de viajeros internacionales a Bogotá presenta una estacionalidad en la cual se evidencia picos en los meses de Diciembre, Enero, Junio, Julio y Agosto

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

respectivamente. Esta información fue tomada en cuenta por las autoras a la hora de calificar las ventas mensuales y determinar proyecciones de las mismas.

Gráfico 16. Llegada de viajeros extranjeros a Bogotá



Fuente: Proexport

10. ESTUDIO DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

10.1 EL NEGOCIO

Las agencias de viajes operadoras son exclusivamente las que se dedican a operar planes de turismo y funcionan de la siguiente manera:

Operan dentro del país planes turísticos, programados por Agencias de Viajes del exterior y del país.

Organizan y promueven 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.

Prestan los servicios de transporte turístico de acuerdo con las disposiciones que reglamentan la materia.

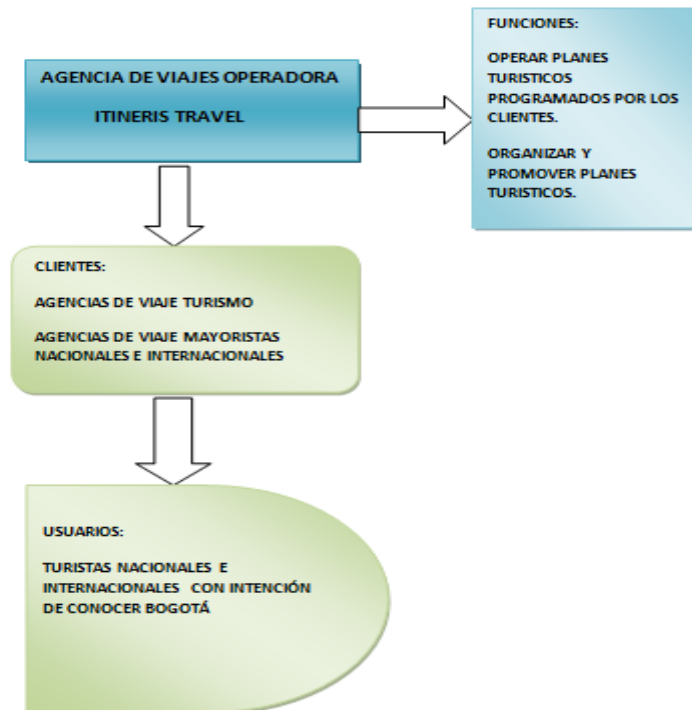
Brindan equipo especializado tal como implementos de caza y pesca, buceo y otros elementos deportivos, cuando la actividad lo requiera.

Prestan el servicio de guianzas con personas debidamente inscritas en el Registro Nacional de turismo.

Con el fin de brindar a las agencias de viajes y turismo, otra alternativa de servicio en materia de oferta turística de Bogotá, que respondan a la necesidad de los viajeros internacionales; se plantea la creación de Itineris Travel una agencia operadora que elabora y comercializa un portafolio de productos turísticos, que se dispondrán en la página web de la agencia. Con el distintivo de la prestación de un servicio que ofrece variabilidad en planes de viajes y con valor agregado.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Gráfico 17. Negocio Itineris Travel



Fuente: Las autoras

10.2 DESCRIPCION DEL NEGOCIO

La empresa se llamara Itineris Travel. Itineris es una palabra en latín que significa “camino”. Esta agencia operadora pretende ser el camino de los turistas con interés por los atractivos turísticos de Bogotá, hacia la consecución de una experiencia turística inolvidable.

Itineris tiene como visión posicionarse como la agencia operadora líder, proveedora de servicios turísticos en la ciudad de Bogotá para las agencias de viajes y mayoristas, nacionales e internacionales (business to business). Teniendo en cuenta que Itineris tiene proveedores debe prestar especial atención a ellos, por esta razón, en el presente trabajo se

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

define como principal estrategia de negocios a el B2B, para responder con efectividad a todos sus clientes como a proveedores.

En este sentido, el B2B se define para Itineris Travel como el punto de encuentro virtual entre la misma, con sus proveedores y con sus clientes. Teniendo en cuenta que El B2B, o Business to Business, es la compra-venta de bienes y servicios entre compañías, a través de Internet.

Para los clientes corporativos (Agencias de viajes y turismo así como mayoristas nacionales e internacionales) se definen las siguientes metas:

- Reforzar la lealtad de la corporación a través de un servicio integral que permita ofrecer tarifas más competitivas, mejor calidad y mayor flexibilidad, todo de una forma rápida y precisa.
- Soluciones para fortalecer la integración de procesos de negocios, la gestión de la información de clientes, administrativa y contable, además de aplicaciones para mejorar el control de calidad.

10.2.1 Estructura del mercado actual en Bogotá⁴⁵

Para este análisis se tomará el documento Plan de Competitividad Turística en Bogotá, elaborado por el Instituto Distrital Cultura y Turismo. Donde se plasma la estructura del mercado actual en Bogotá donde se analizaron:

⁴⁵ Plan de Competitividad Turística en Bogotá, Institu Distrital de Cultura y Turismo-Alcaldia Mayor de Bogotá año 2009

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

10.2.1.1 Oferta turística cultural de Bogotá; oferta turística tangible:⁴⁶

“Se entiende por oferta cultural tangible, aquellas manifestaciones sustentadas por elementos materiales como las construcciones arquitectónicas civiles, religiosas, militares y funerarias, techos, ventanas, fachadas, la arquitectura de una ciudad, de un sector, de un conjunto parcial y las zonas arqueológicas”.

- **Sitios de Interés Cultural y de Recreación**

“En Bogotá, se encuentra gran variedad de este tipo de oferta, básicamente en las localidades de La Candelaria, Chapinero, Santafé y Usaquén⁴⁷”. Bogotá tiene una gran variedad de lugares turísticos donde se puede apreciar el contraste entre los edificios de la época colonial y la moderna. Los lugares de interés en la ciudad incluyen: el barrio de La Candelaria con varios museos, lugares culturales y exhibiciones de arte.

La Plaza de Bolívar, rodeada de edificios del gobierno que representan varios estilos y épocas; entre las numerosas iglesias están la de Santa Clara, San Francisco, San Ignacio, La Catedral Primada de Colombia, situada está en la plaza de Bolívar, La Tercera San Diego y la Capilla de Monserrate.

La lista de museos la encabeza el famoso Museo del Oro, donde se aprecia la cultura indígena, el Museo de Arte Religioso en el que se puede admirar 1.486 esmeraldas incrustadas en oro. También están el Museo Nacional, el 20 de Julio o Casa del Florero, el Museo de Arte Moderno, la Casa de la Moneda, la Quinta de Bolívar y otros.

Numerosas galerías de arte exhiben y venden obras de artistas contemporáneos colombianos e internacionales.

⁴⁶ Oferta turística cultural de Bogotá; oferta turística tangible: Plan de Competitividad Turística en Bogotá, Instituto Distrital de Cultura y Turismo- Alcaldía Mayor de Bogotá.

⁴⁷ Plan de Competitividad Turística en Bogotá, Instituto Distrital de Cultura y Turismo-Alcaldía Mayor de Bogotá año 2009

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Los conciertos se presentan en lugares como el Teatro Colón, Colsubsidio, la Biblioteca Luis Ángel Arango y la sala León de Greiff en la Universidad Nacional.

Varios grupos de teatro de la ciudad presentan obras clásicas y modernas. Entre los grupos principales están el Teatro Popular de Bogotá, el Teatro Libre, el Teatro Nacional, La Castellana y La Candelaria. Para corrida de toros está la Plaza de Toros de Santamaría. Corferias, es la Corporación de Ferias y Exposiciones donde varios países se unen para presentar su tecnología. Entre otros lugares de interés está La Zona Rosa, parque de la 93 para sus compras y comida igual que Andrés Carne de Res en Chía, buena comida y diversión.

El Planetario Distrital, el Jardín Botánico y grandes centros comerciales como la Hacienda Santa Bárbara, el Centro Comercial Andino y el Unicentro.

- **Hoteles**

Bogotá cuenta con una infraestructura hotelera de calidad internacional en cada uno de los puntos de la ciudad hay facilidad de encontrar hoteles con todas las características que quiera el usuario y con todo el confort que existen en el mundo. Cuenta con las mejores comodidades para que la estancia en esta ciudad sea muy agradable, son hoteles con habitaciones amplias, elegantes, con uno o dos baños, piscina, restaurante, centro de negocios, estar, gimnasio, fitness center, parqueadero, Internet entre otros. Una excelente opción en plan de vacaciones, descanso, negocios y/o eventos especiales.

- **Alquiler autos**

Para alquileres de carros existen empresas que cuentan con vehículos para todos los gustos y para todos los terrenos; empresas con autos cómodos y confortables para la satisfacción y necesidad de cada cliente.

- **Bares y Restaurantes**

Bogotá cuenta con una gran variedad de planes nocturnos, que van desde disfrutar una buena cena en su gran variedad de restaurantes hasta rumbas de diferentes estilos en las

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

discotecas de la ciudad. En cuanto a la gastronomía se encuentran restaurantes de comida típica, cocina internacional (restaurantes reconocidos por revistas gourmet del mundo) y cocina fusión.

En la actualidad, se han constituido en Bogotá reconocidas zonas para disfrutar de la gastronomía local y también de otras regiones del país y del mundo, como la Zona G, que se encuentra entre calles 68 y 71 y carreras 7 y 4; la Zona C, ubicada en el Centro Histórico de la ciudad; la Zona T, entre calles 83 y 84 sobre la carrera 12; el entorno de la plaza de Usaquén; la Zona M, en el barrio La Macarena, el Parque de la 93; y algunos restaurantes situados en los alrededores de la capital.

Algunos medios internacionales han hecho un reconocimiento a estos sectores de la ciudad, como es el caso de “The New York Times” que comparó a la zona M de Bogotá con el reconocido Soho de Nueva York y con el Barrio Palermo de Buenos Aires, por su amplia oferta cultural y gastronómica⁴⁸.

Tabla6. Identificación de la visión turística de 12 localidades convocadas por el IDCT (Año 2003)

<i>LOCALIDAD</i>	<i>VISION IDENTIFICADA</i>
USAQUÉN	TURISMO CULTURAL Y DE COMPRAS
CHAPINERO	TURISMO DE NEGOCIOS Y ECOTURISMO
SANTA FE	TURISMO CULTURAL Y DE NEGOCIOS
SAN CRISTOBAL	TURISMO RELIGIOSO
KENNEDY	TURISMO CULTURAL, ECOLÓGICO Y DEPORTIVO.
FONTIBÓN	TURISMO CULTURAL
SUBA	TURISMO CULTURAL, ECOLÓGICO Y DEPORTIVO.
BARRIOS UNIDOS	TURISMO RECREATIVO, DEPORTIVO Y COMPRAS
TEUSAQUILLO	TURISMO CULTURAL Y DE COMPRAS
ANTONIO NARIÑO	TURISMO DE COMPRAS.
LA CANDELARIA	TURISMO CULTURAL

Fuente: IDCT, Informe a ediles, 2003.

⁴⁸ www.colombia.travel/es/turista-internacional/actividad/atracciones-turisticas-recomendada

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

10.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.

Para prestar su servicio Itineris, principalmente inicia, identificando las necesidades y requerimientos del cliente (**agencias de viajes mayoristas y demás agencias del sector que necesiten que Itineris les opere todo lo relacionado con los planes de viaje**), esto mediante una visita personalizada, en la cual se conoce al cliente y se toman sus datos de contacto, una vez el cliente decida contratar con Itineris Travel, se procede a negociar términos de contrato y especificaciones del servicio turístico que desea y se dan las indicaciones para el manejo de su portafolio virtual y finalmente se procede a prestar el servicio.

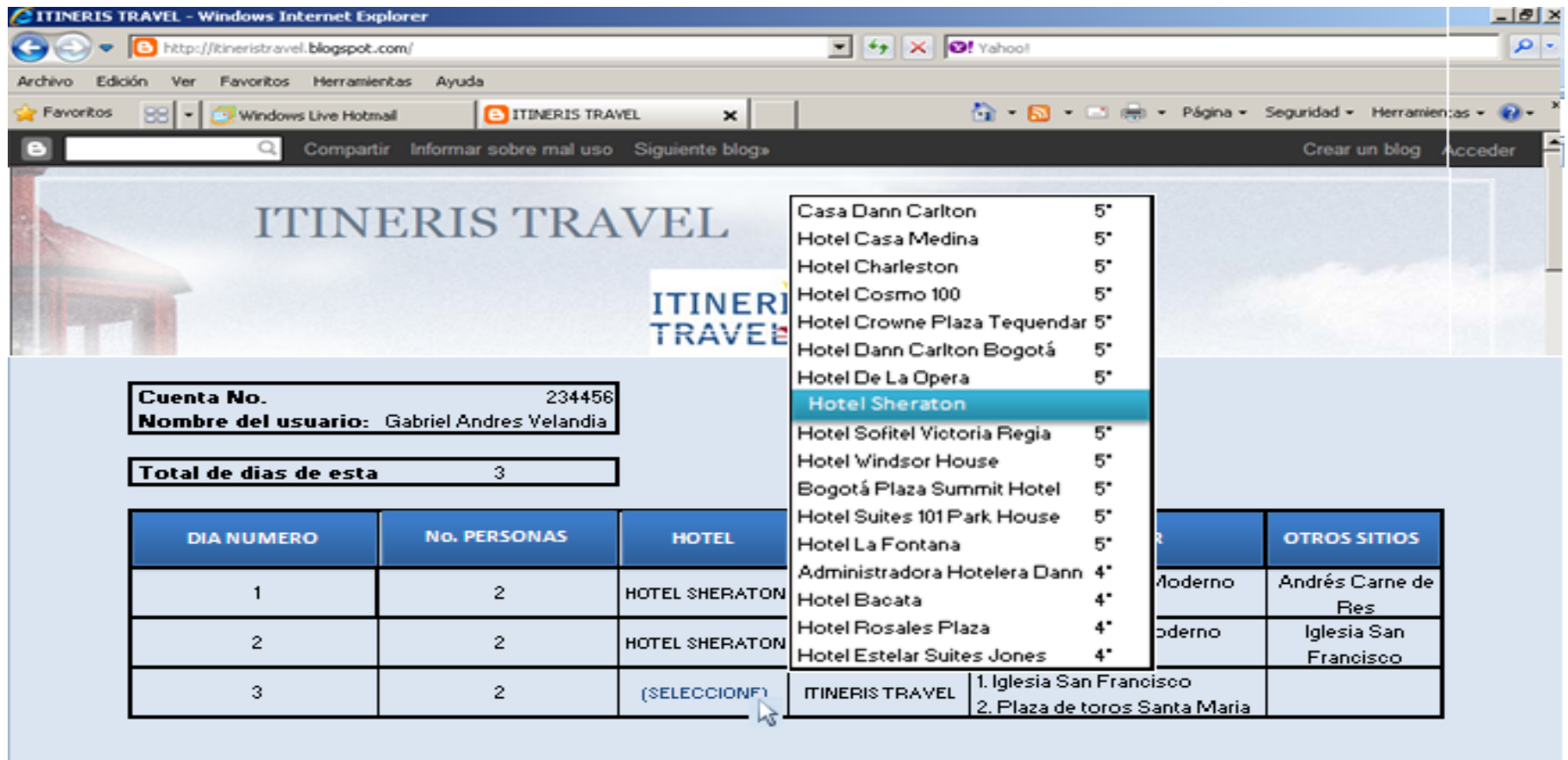
El plus del servicio será el portafolio de productos turísticos con este desarrollo web podrán tener acceso directo los clientes y los usuarios finales (turistas) quienes podrán acceder y revisar los servicios que Itineris Travel prestará como agencia de viajes operadora.

El contacto entre los usuarios finales e Itineris, en primera medida se hará a través de su portal en Internet; por medio de un catálogo en línea; estos turistas podrán diseñar su plan de viajes a su gusto (Solo estarán sujetos a fechas de viaje, de acuerdo a la temporada del año en la que se desee viajar) para ello Itineris construirá esta plataforma de productos en el portal y solo dejará ingresar a los usuarios que presenten un código asignado por los clientes. Esto certificará que el usuario ya ha contratado inicialmente con la agencia de viajes o mayorista internacional o nacional.

Este catálogo online abarca todas las opciones posibles para construir planes turísticos en Bogotá (sitios de interés, fechas de viajes, medios de transporte, hoteles, Bares y restaurantes, etc.). Permittedole al usuario final la posibilidad de hacer su propio itinerario de viajes de acuerdo a sus necesidades y preferencias. Una vez el usuario contrate este servicio, Itineris procederá a subcontratar todos los servicios que se requieran para la satisfacción del cliente.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Gráfico 18. Prototipo del producto



Cuenta No. 234456
Nombre del usuario: Gabriel Andres Velandia

Total de días de esta 3

DIA NUMERO	No. PERSONAS	HOTEL
1	2	HOTEL SHERATON
2	2	HOTEL SHERATON
3	2	(SELECCIONAR)

- Casa Dann Carlton 5*
- Hotel Casa Medina 5*
- Hotel Charleston 5*
- Hotel Cosmo 100 5*
- Hotel Crowne Plaza Tequendar 5*
- Hotel Dann Carlton Bogotá 5*
- Hotel De La Opera 5*
- Hotel Sheraton**
- Hotel Sofitel Victoria Regia 5*
- Hotel Windsor House 5*
- Bogotá Plaza Summit Hotel 5*
- Hotel Suites 101 Park House 5*
- Hotel La Fontana 5*
- Administradora Hotelera Dann 4*
- Hotel Bacata 4*
- Hotel Rosales Plaza 4*
- Hotel Estelar Suites Jones 4*

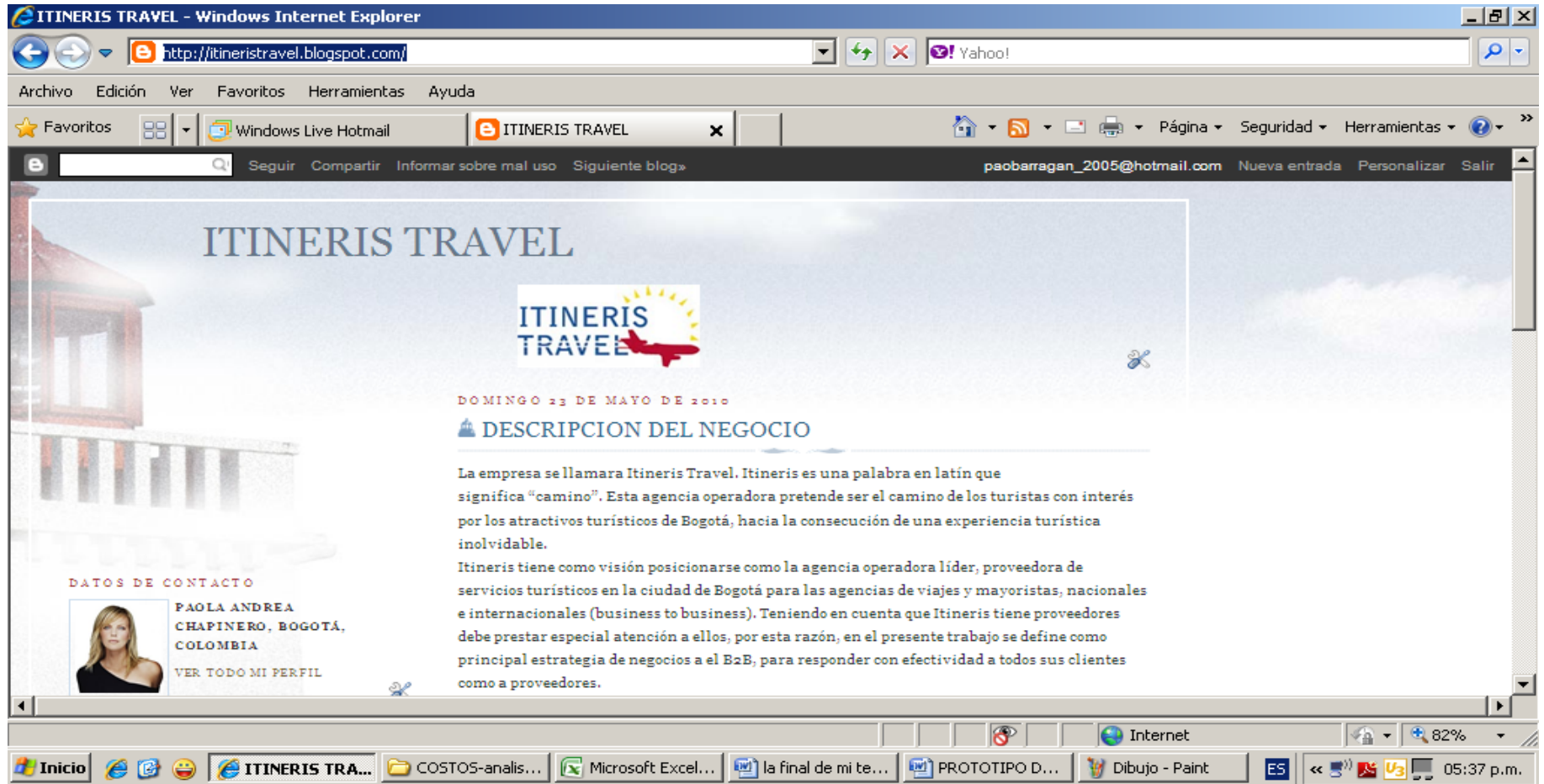
OTROS SITIOS	Res
Moderno	Andrés Carne de Res
Moderno	Iglesia San Francisco
ITINERIS TRAVEL	1. Iglesia San Francisco 2. Plaza de toros Santa Maria

Fuente: Autoras. Página Web de Itineris. <http://itineristravel.blogspot.com/>



Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Gráfico 19 Página Web



Fuente: Autoras. Página Web de Itineris. <http://itineristravel.blogspot.com/>

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

10.3.1 Guía turístico y city tour

Por su parte los usuarios extranjeros gustan mucho de los guías turísticos así que este servicio también se dispondrá en el catálogo en línea como opción para los usuarios. Estos guías turísticos son una estrategia fundamental ya que el contacto con el cliente es indispensable a la hora de prestar servicios, la idea es explotar la buena imagen que tienen los colombianos en el exterior, de ser personas de trato cordial y amistoso. Esto como estrategia para que estos usuarios gusten de este país, de esta ciudad y quieran volver o recomendarla a personas conocidas.

En un comienzo Itineris Travel, dispondrá de dos (2) tipos de planes ofrecidos que constan de:

- 1. Plan de viajes 1:** Este plan de viajes es para dos (2) o tres (3) personas. Tres (3) días y dos (2) noches.
- 2. Plan de viajes 2:** Este plan de viajes es para dos (2) o tres (3) personas. Cinco (5) días y cuatro (4) noches.

Los cuales contienen las siguientes variables y características:

- **Alojamiento**

Inicialmente se ofrece en estos planes hoteles cinco (5) estrellas. Para acortar el análisis de costos y financiero.

- **Transporte**

El transporte de las personas será la Aero-Ban de la agencia. El transporte de los usuarios inicia desde el aeropuerto y será el medio en el que se movilizará a los turistas todo el tiempo, no dejando atrás las preferencias de los usuarios que quieran alquiler de carros.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- **City tour**

Este es la visita a sitios de interés cultural (turismo cultural y religioso), previamente seleccionados por el turista. Aquí se contempla el valor de los honorarios de los guías turísticos.

- **Otros sitios de interés**

- Este incluye bares y restaurantes, eventos, ferias, etc. Todos los destinos que no se incluyen como turismo cultural, religioso o de interés arquitectónico.

Estos planes estarán sujetos a modificaciones, según las especificaciones del cliente y/o el usuario final. Dependiendo de ello los precios pueden variar. La información recogida para la elaboración de los planes iniciales de viajes ofrecidos por Itineris, se extrajo a través de una investigación de tipo exploratorio, a través de llamadas y visitas que se hicieron a algunas agencias de viajes, (las que atendieron a las autoras) entrando a las páginas web de dichos clientes para observar debilidades y ofrecerles el servicio que Itineris tiene como receptor de toda la operación que ellos como clientes requieren.

Los dos (2) tipos de planes a ofrecer, serán utilizados para la elaboración de las proyecciones de ventas, el plan de producción y en general, el análisis financiero de la Agencia de viajes.

10.3.2 Variables del plan de negocio o unidad de producción

Las categorías contenidas en los planes de viajes ofrecidos son las siguientes:

- Alojamiento: Esta categoría contiene los diferentes tipos de alojamiento como hostales, aparta-hoteles y posadas. Inicialmente ofreceremos alojamiento en hoteles categorías de cinco (5) estrellas.
- Transporte: Itineris contratará los servicios de empresas de transporte terrestre en materia de turismo, taxis, alquiler de carros etc. Estas empresas proveerán de los

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

servicios de movilidad de los turistas en la ciudad de Bogotá. Además de contar con servicios de alquiler de autos para los turistas, Itineris dispondrá inicialmente de una Aero ban, el cual será el medio de transporte de los usuarios que no contraten alquiler de automóvil.

- Sitios de Interés cultural o city tour con guía turístico: anticuarios, parques, centros comerciales, almacenes de artesanías, ferias artesanales, casinos, galerías, museos, centros históricos y/o atractivos arquitectónicos, teatros etc. Estos satisfacen la necesidad del cliente en materia de diversión y esparcimiento y de interés cultural. En su inicio la agencia contemplará el ofrecimiento de los siguientes sitios de interés cultural: Museo del Oro, Museo de Botero, Barrio la Candelaria, Eje Ambiental, Plaza de Santander, Parque Nacional, Centro Histórico, Cerro de Monserrate, Quinta de Bolívar, Chorro de Quevedo, Museo Militar, Teatro Colón, Palacio de San Carlos, Iglesia San Ignacio, Casa de Nariño, Capitolio Nacional, Catedral primada de Bogotá, Plaza de Bolívar, Mina de Sal de Zipaquirá, Palacio Liévano, Museo de Santa Clara, museo del Siglo XIX, Planetario Distrital, Plazoleta el Rosario Nemocón, Zipaquirá, Guatavita, Villa de Leyva.
 - ✓ Bogotá región: Embalse de Tominé Zipaquirá, Zipacón, Cajicá, Guatavita
 - ✓ Recreación: Jardín Botánico de Bogotá, Parque Simón Bolívar, Maloka, Parque Salitre Mágico, Parque Jaime Duque, Parque Mundo Aventura, Catedral de Sal, Canchas de golf del club Serrezuela Zipaquirá.
 - ✓ Compras: Puntos de fábrica de las zonas industriales, Centros Comerciales, puntos de cuero y confecciones, Almacenes de Cadena.

- Otros sitios de interés: Como Bares y Restaurante, teniendo en cuenta que Bogotá cuenta con seis (6) zonas gastronómicas y de rumba; como la zona C en la candelaria; la zona M en la Macarena; la zona G entre calle 71 y 68 entre carrera 7 y 5; zona T, cera al centro Comercial Andino: Usaquén y parque de la 93. Itineris hará la reservación con los sitios escogidos por los usuarios.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

10.4 SEGMENTO DE MERCADO

10.4.1 Análisis del cliente y consumidor final

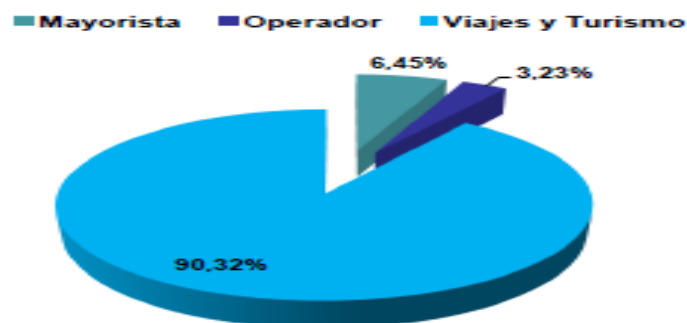
Los clientes de la agencia operadora Itineris Travel serán las agencias de viajes y Turismo, y mayoristas, (business to business) que operan a nivel nacional e internacional y son receptoras de turistas extranjeros. Itineris se focalizará en brindar servicios en materia de turismo a las agencias de viaje, empresas comerciales debidamente constituidas que se dediquen a vender profesionalmente planes de turismo.

- **Perfil del Cliente**

Agencias de Viajes y Turismo: Empresa dedicada a la realización de arreglos para viajes y venta de servicios sueltos, o en forma de paquetes, en carácter de intermediaria entre el prestador de los servicios y el usuario, para fines turísticos, comerciales, o de cualquier otra índole.

Agencias de Viaje Mayorista: Son agencias de viajes mayoristas las empresas comerciales debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a programar y organizar planes turísticos.

Gráfico 20. Agencias de viajes en registradas en Colombia año 2009



Fuente: Anato agencias de viajes existentes Colombia

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- **Mercado del cliente**

Los clientes de Itineris en Colombia son: todas las agencias de viaje y turismo de la gráfica que pertenecen a un 90.32%, y las agencias de viaje mayoristas que tienen un porcentaje del 6.45% de la gráfica, éstas son las agencias registrado por la ANATO que están debidamente inscritas para el año 2.009; un 3.23% será la competencia de Itineris.

Itineris será una agencia operadora que comenzará a funcionar en el 2012, por lo que en este momento está conociendo el sector y analizando sus posibles clientes, procurando establecer posibles negociaciones con agencias conectoras de viajes, estableciendo las mejores relaciones; existe demasiada expectativa con el negocio, se espera que esta agencia operadora logre captar por lo menos un 40% del mercado actual de las agencias de viajes que existen en Colombia; (ver gráfico) 20 de un 96,77% existentes; esta es una meta que se desea a cinco (5) años.

En el tema de agencias de viajes internacionales Itineris hará el contacto de estas directamente con sus clientes potenciales (Colombia) ya que estos son los que tienen el conocimiento de las agencias internacionales, otra forma de contactarlos será por medio del portal que se desarrollará este será un medio para ser conocida y contactada por agencias internacionales y usuarios finales (turistas internacionales).

- **Encuesta**

Itineris desarrollará una encuesta (ANEXO 8 Encuesta de satisfacción), después de los 5 primeros meses de prestar el servicio (mayo-junio 2012) ya que como se nombró en las restricciones del plan de negocio de Itineris no ha contado mucho apoyo en información de sus mismos clientes, esta información ha sido un poco restringida ya que en el tema de compromiso, confidencialidad que manejan estas empresas es restringido.

La encuesta a desarrollar se quiere enfocar en todo lo que es servicio y satisfacción de este servicio prestado, esto con el fin de revisar y mejorar ya que para mantenerse esta agencia operadora en el mercado necesitará revisar todos estos tema este será es su objetivo

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

primordial, detectar cuales son los puntos a mejorar en temas de servicio, actitud del personal, y demás componentes que se vean afectados por las relaciones que se hagan en el trayecto de creación de la empresa.

Según los lineamientos del plan de negocio la encuesta no es un punto obligatorio pero las autoras conocen que su población a encuestar son todas las agencias de turismo y las agencias mayoristas que estén debidamente registradas ante la ANATO y el Registro Nacional de Turismo RNT, esta es su población objetivo para el estudio de nivel de prestación y satisfacción del servicio.

El tamaño de la muestra, es decir el número de entrevistas a realizar, dependerá del tamaño del universo, la varianza poblacional, el nivel de confianza elegido y del error maestro que se fije. El tamaño del universo es el número de elementos que comprende, a partir de 100.000 elementos se considera que el universo es infinito para efectos de la fórmula de cálculo de la muestra. La varianza poblacional: la varianza es una medida de dispersión de los valores que toma una determinada variable. Nivel de confianza: el coeficiente de fiabilidad viene a ser el margen de confianza que se tiene al extrapolar los resultados obtenidos de la muestra a la población total. El error muestral: la probabilidad definida por el nivel de confianza está sometida al error muestral. El error se comete por el hecho de extraer un grupo pequeño de elementos de un grupo mayor.

La fórmula que se emplea en universos finitos es la siguiente:

$$N = \frac{\sigma^2 \times P \times Q}{E^2}$$

En caso de poblaciones finitas la formula es la siguiente:

$$N = \frac{\sigma^2 \times P \times Q \times n}{E^2 \times Cn - 1 + \sigma^2 \times P \times Q}$$

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Para este tamaño de muestro las autoras se guiarán por el libro de Gestión de Proyectos del profesor Jorge Rosillo.

Algunos de los factores que influyen en la demanda para que la Agencia Operadora Itineris funcione es la situación actual del país, tal como; la violencia por la que en este momento el país atraviesa, el desempleo, la devaluación del peso colombiano, las pandemias como la que está pasando gripa porcina, (caso mundial) el caos del tráfico en Bogotá ya sea por falta de vías o por mucha demanda de carros, estas son algunos de los componentes negativos que haría que los inversionistas retrocedieran a la hora de invertir dinero en el sector del turismo en Colombia.

En el plan de negocio desarrollado, Itineris ha revisado el tema de aceptación a pesar de que existen restricciones para el desarrollo de este, el Sector del Turismo es un sector que está creciendo, interesante en el que no se debe perder la oportunidad de invertir para mantenerse en el mercado.

El criterio más importante para que este servicio sea bueno está en que la agencia tiene retos muy grandes y uno de ellos, siendo el más importante, es hacer un plus al servicio, un valor agregado, generar empatía, tener muy buenas relaciones con los que serán sus clientes sin dejar atrás a sus usuarios finales, para ello Itineris Travel ha planteado manejar una página web en donde el cliente y los usuarios de la página también tendrán la oportunidad de plasmar sus dudas, preguntas e inquietudes para llegar a una tener una respuesta y una información clara, Itineris dispondrá de un buzón de sugerencias y quejas que será contestado en las próximas 48 horas para evitar quejas en el servicio y reclamos más adelante.

Además será el mejor socio estratégico de los clientes para esto Itineris será competitivo en precios, tendrá un portafolio amplio y mejor estructurado para que se convierta en el mejor asesor y acompañante dentro el sector.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

10.4.2 Usuarios finales

Por otra parte, los usuarios son los turistas nacionales e internacionales o personas que a través de los clientes deseen contratar servicios turísticos en la ciudad de Bogotá. Itineris Travel, con el desarrollo de su sitio web, quiere elaborar un blog en donde se creen campos obligatorios para que el cliente, así como el usuario diligencie, y después lograr filtrar y obtener la información necesaria para conocer las principales necesidades y preferencias de viaje de los usuarios. Porque los usuarios esperan recibir de Itineris la mejor atención, precios, aprendizaje, donde el pueda conseguir la información que quiera saber de Bogotá acerca de viajes, sitios para conocer. Con el desarrollo del sitio web y el blog que se ofrecerá a los clientes y usuarios, el directorio de planes turísticos tendrá diferentes opciones como sitios de interés, con descripción de dichos sitios, actividades a realizar, fechas, etc. Este será un portafolio flexible de planes de turismo porque le permitirá al usuario crear su propio itinerario de viaje para conocer Bogotá de acuerdo a sus necesidades y preferencias.

Para el desarrollo de este modelo de negocio se observa que el medio que más llega a las personas y a las agencias de viajes en general es el internet, para poder contestar y mantener este sitio actualizado se tendrá que hacer un mantenimiento del Sitio Web (ANEXO 9 Cotización Pagina Web), considerando modificaciones y mejoras a efectuarse de forma periódica en las páginas. Ésta puede ser semanal, quincenal o mensual, de modo de contar siempre con contenidos vigentes, Itineris tendrá una actualización mensual, para que sus clientes puedan consultar lo último en planes turísticos de Bogotá.

De acuerdo a estudios de las cadena hoteleras (Cotelco) agencias de viajes, las personas tienen épocas de compra es decir este negocio es de estaciones en el año, el compromiso de Itineris es poder llegar a que este servicio rote todo el año, realizando activaciones donde se presente promociones en precios, (el precio es un detonante determinante para que la gente compre, si se ofrece un paquete con un costo muy bajo, el cliente se vea atraído por contratar servicios turísticos con Itineris y el consumidor se vea atraídos por viajar y

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

conocer Bogotá así no sea su prioridad) se debe ser creativo y buen planificador para tener turistas en esta ciudad en toda temporada del año.

10.4.3 Certificación de la agencia operadora en Bogotá.

Algo muy importante y que Itineris quiere lograr es la certificación en la actualidad⁴⁹. A nivel nacional, la delantera la lleva Bogotá, con agencias certificadas, en este momento solo el 6.45% de las agencias operadoras están debidamente registradas de un 10% que hay en Colombia⁵⁰, el 4.55% no están registradas ni certificadas, por esta razón la ANATO, hará un censo para determinar cuáles son las agencias que verdaderamente existen legalmente constituidas.

La historia de estos procesos de certificación parte del cumplimiento de la Política de Calidad Turística, elaborada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, cuyo objetivo consiste en mejorar la prestación de los servicios ofrecidos a los turistas, fortaleciendo la gestión de calidad en las empresas y destinos turísticos, como estrategia para generar una cultura de excelencia, que permita posicionar a Colombia como un destino de calidad, diferenciado y competitivo en los mercados turísticos.

⁴⁹ Búsqueda en línea: Ministerio de Comercio Industria y Turismo
<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=5681&IDCompany=1>

⁵⁰ www.anato.com/agenciasoperadoras- ANATO

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

10.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En la mayoría de los mercados turísticos la competencia es fuerte y dinámica, circunstancia que obliga a la creación y desarrollo de nuevos y originales productos con el fin de satisfacer las cambiantes necesidades, motivaciones y expectativas de la demanda. La fijación de precios por originalidad en el producto turístico se sustenta en la diferente calidad de los servicios que se incluyan, esta se debe apoyar en lo anterior y especialmente, en las actividades programadas para el conocimiento y disfrute de los atractivos y las épocas de operación del programa.

Una agencia de viajes no puede limitarse a organizar viajes, debe ampliar constantemente sus actividades, para ello puede pasar a organizar congresos, ferias, cruceros, prácticas deportivas. Para crear los productos, las agencias deben aprovechar las economías de escala y negociar los precios netos con los proveedores, si la agencia no organiza el viaje, sólo lo vende, obtendrá un porcentaje de beneficio y el precio de venta al público se obtendrá sumando el precio negociado con el proveedor más el porcentaje de las agencias.

Esta función culmina con la comercialización y venta del producto turístico, para ello habrá que realizar las acciones oportunas para dar a conocer los productos al consumidor final; que consiste en las labores de marketing necesarias, las cuales requerirán elevados costos.

Los competidores de Itineris Travel son todas las agencias de viajes operadoras que se encuentran en este momento funcionando en Bogotá directamente, ya que se observa en Colombia hay 6.45% agencias operadoras pero solo mostrará sus competidores directos.

En ⁵¹**BCD TRAVEL** cuentan con un departamento dedicado exclusivamente a realizar tours locales y tienen una filial que organiza paquetes a nivel nacional e internacional en la parte logística tienen personas encargadas de recibir y tramitar las solicitudes, hay un responsable de la división del negocio y un responsable que diseña producto.

⁵¹ Foster, Dennis I. Agencias de Viajes. Administración y Operación. Serie de Turismo. McGraw, pág. 111

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Manejan el outsourcing para atención a grupos; una desventaja es que manejan un portal Web que permaneces con la misma información por meses el mantenimiento de los portales web es clave para filtrar fortalezas y debilidades a la hora de competir.

El Departamento de turismo receptivo de **AVIATUR** tiene un director, cuenta también con personas encargadas de manejar la parte de cotización, de recepción de solicitudes y de un montaje de los diferentes paquetes turísticos, dependiendo de las necesidades, quienes se denominan los programadores. Cuentan con operadores que son los que como su nombre lo indica operan los paquetes y que están en contacto permanente con los programadores, pues se soportan como un equipo, algunas veces estos operadores pueden ser externos como los transportadores turísticos.

Los buses transportadores utilizados deben ser vehículos adecuados a las necesidades, físicamente bien dotados, con aire acondicionado, con micrófono para los turistas, o sea equipos especializados para turismo, también se debe contar con personal externo generalmente con guías, tiene que ser bilingües o hablar perfectamente el idioma dependiendo del grupo.

- **Panamericana de Viajes:** el turismo receptivo es manejado directamente por el gerente y propietario de la Agencia, el Dr. Hugo Vélez se encarga de la promoción no solo de Bogotá sino de todo el país, dado que hace muchos años viene desarrollando esta labor. “El hecho de haber estado promoviendo a Colombia durante tantos años, de asistir a las ferias en donde nos preguntaban que estábamos haciendo allí, cuando la época de las bombas y la inseguridad que vivíamos, nosotros siempre estábamos ahí, nunca faltábamos” por lo que es considerado en el medio como una de las personas que más sabe de receptivo en el país. En esta Agencia no existe un departamento de operaciones, el departamento de mayoreo se encarga de cotizaciones, solicitud de reservas, tiene personas que hacen los paquetes, y coordinan la operación de los mismos.
- **Superdestinos:** empresa del grupo Sanitas, cuenta con departamento de congresos, de mayoreo y el departamento de turismo receptivo que cumple una labor de promoción a

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

nivel nacional e internacional. Según la directora de turismo receptivo de la Agencia, la Señora Dilia Socarras comenta “en el departamento de turismo receptivo participamos en ferias internacionales para promover destino Colombia, específicamente Bogotá, queremos posicionarla en ferias especializadas como FITUR en España, además por ser multinacional española, hemos participado en la FIT en Ecuador en Chile y en Argentina para atraer turistas de esos países a nuestro país. Nuestros principales destinos Bogotá básico, turismo religioso, compras, también Cartagena, Medellín, Santa Marta y el Eje Cafetero. Hemos destacado unos productos de salud con la clínica Colsanitas y la Reina Sofia y estamos haciendo énfasis en este producto salud en estos mercados, en Colombia y en el Exterior.

Tienen productos propios y otros con alianzas con mayoristas. Para operar los productos tenemos alianzas con operadores, no somos dueños de transporte por lo que lo contratan, al igual que la guianza y la parte de toda la logística. Se tiene bases de datos de todos los prestadores de servicios turísticos. Trabajamos con Hansa Tour especializados hacia la parte ecológica, ecoturística y el avistamiento de aves, deportes extremos amazonas con Aviatur Elvira León, Transporte con Berlinas Tours, viajes de Colombia, Limotours”.

El departamento de Turismo Receptivo de la Agencia está funcionando hace dos (2) años, trabajan, la directora y tres (3) personas que manejan la logística; cuenta con vendedores independientes sin vínculo laboral.

Para estas agencias es importante contar con diferentes amplias fuentes de información como:

Deben disponer de conexiones con sistemas computarizadas de reservas (SCR) o sistemas globales de reservas (SGR, Ej. Amadeus)

Disponer de conexiones vía Internet, tanto para estar en contacto con sus clientes, como para sus relaciones con los proveedores de servicios turísticos.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Otra fuente de información consiste en la recopilación de mapas, manuales técnicos, guías y bibliotecas especializadas de folletos.

Otra fuente de información es que la agencia cree su propio banco de datos, lo que le permite facilitar información exclusiva y personalizada. También puede permitirle guardar información sobre los clientes para poder llevar a cabo determinadas campañas de marketing.

Contar con una adecuada comunicación con el viajero, de manera que trate de captar de la mejor forma posible las necesidades y expectativas que el cliente ha puesto en el viaje; para ello la agencia debe contar con profesionales expertos en destinos y viajes con la adecuada preparación cultural y técnica y, a su vez, con profesionales con cualidades como el don de gentes y con capacidad para captar las necesidades de los clientes.

Contar con una ubicación adecuada y con el equipamiento apropiado que favorezca el contacto personalizado con el mercado.

Para Itineris es fundamental conocer su competencia directa ya que revisando los puntos negativos de esta, se puede planear y construir mejoras para mantenerse en este sector tan importante para el país.

- **Productos sustitutos y complementarios**

La identificación de **productos sustitutos** implica necesariamente la búsqueda de otros productos o servicios presentes en el mercado que puedan satisfacer las mismas necesidades que los productos ofrecidos por un operador de servicios turísticos. Como es evidente, la presencia de este tipo de servicios o productos afectan a los niveles de competencia, ejerciendo una influencia decisiva en la participación del mercado, ya que si los productos ofrecidos por otros son más bajos y / o más atractivos que los de la empresa, la demanda puede verse desplazada, disminuyendo de esta forma su cuota de mercado. Las empresas que actualmente ocupan un lugar destacado en el mercado del sector turístico y que ofrecen productos y actividades que podrían ser considerados sustitutos, son:

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- Servicios de guías turísticos
- Servicios de asistencia a turistas
- Organizadores de viajes

Para contrarrestar el efecto de estas empresas o personas que ofrecen servicios y / o productos de similares características, es importante optar por establecer alguna estrategia que le permita a Itineris diferenciar su servicio respecto al de la competencia, y en consecuencia dotar de un mayor valor añadido a su servicio como por ejemplo: servir refrigerios en los viajes, regalar algún tipo de souvenir, recordatorios del viaje.

En cuanto a **productos complementarios** son aquellos con los cuales Itineris se nutre y de los con los cuales podrá mantenerse en el mercado. Ellos son directamente los proveedores con los que reserva y contrata los demás servicios y de las negociaciones que haga con ellos Itineris se mantendrá y será reconocido como una de las mejoras agencias de viajes operativa en Bogotá.

Los hoteles, los bares, los restaurantes, los sitios de interés serán la carta a mostrar para atender a los clientes; de ellos dependerá la gama de productos turísticos ofrecidos, si Itineris cuenta con los mejores contactos con proveedores los clientes seguirán contactando con la agencia y de la satisfacción de sus usuarios. Itineris se diferenciará de cualquier otro operador en el sector turístico, mediante la organización de planes especiales que sean llamativos y de gran interés a los clientes.

11. ESTRATEGIAS DE MERCADO

11.1 SERVICIO

La agencia operadora elabora y comercializa un portafolio de productos turísticos, que se dispondrán en el Website de la agencia. Con el distintivo de la prestación de un servicio que ofrece variabilidad en planes de viajes y con valor agregado. Este será un portafolio flexible de planes de turismo porque le permitirá al usuario crear su propio itinerario de viaje para conocer Bogotá de acuerdo a sus necesidades y preferencias; esto les permitirá diseñar su plan de viajes a su gusto (Solo estarán sujetos a fechas de viaje, de acuerdo a la temporada del año en la que se desee viajar). (Ver Prototipo gráfico 18).

- **Fortalezas y debilidades frente a la competencia**

Una de las grandes fortalezas que Itineris tendrá dentro de su mercado turístico será el ofrecimiento de una página web con un mantenimiento mensual, actualizado, que sea respaldado con temas y planes de interés para los clientes.

Averiguaciones realizadas por las autoras este medio no es aprovechado por muchas de las agencias. “Por lo menos el 95% de las agencias de viajes de Colombia no tienen un sitio Web para informar a la gente de sus productos y servicios. Pero se visitan los sitios de turismo en Bogotá, cerca de 500 agencias de viajes están en una lista con emails genéricos que no dan demasiada confianza, no dan respuesta y no hacen mantenimiento a sus páginas esto no da confianza a los clientes”⁵².

Como debilidad Itineris tiene que conocer muy bien a sus clientes (agencias de viaje y turismo-agencias de viaje mayoristas) comenzando por las que estén debidamente registradas en Bogotá y después a nivel nacional, es una debilidad ya que muchas no están debidamente registradas e Itineris no podrá saber cuáles son realmente consolidadas para

⁵²Búsqueda en línea:www.mincomercio.gov.co/noticiasinteres/internet-2008

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

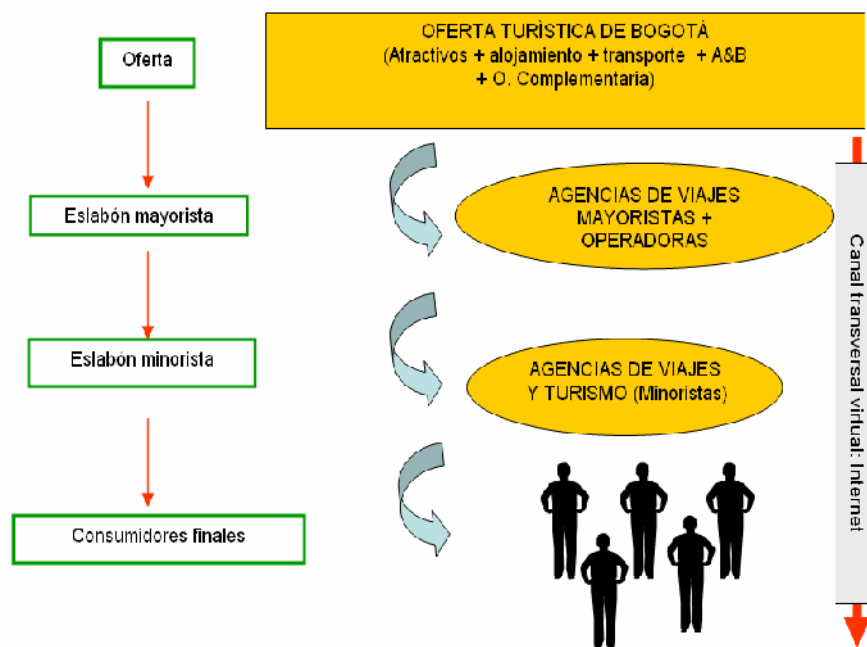
ofrecer sus servicios, después del censo realizado por la ANATO sabrá cuales son las debidamente certificadas y a las cuales les ofrecerá sus servicios.

11.2 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

11.2.1 Análisis de los canales de distribución y venta de la ciudad⁵³

Al aplicar al turismo el concepto de distribución, éste hace referencia al producto turístico de la ciudad que sigue generalmente el siguiente esquema para llegar al consumidor final:

Gráfico 21. Canales de Distribución de la ciudad



Fuente: Bogotá Turismo. Plan de Competitividad Turística

⁵³ Análisis de los canales de distribución y venta de la ciudad: Plan de Competitividad Turística en Bogotá, Instituto Distrital de Cultura y Turismo- Alcaldía Mayor de Bogotá.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- **Bogotá y sus canales de distribución turística**⁵⁴

“Por otra parte los prestadores turísticos de la ciudad han desarrollado distintas estrategias para llegar directamente a los turistas o visitantes, es aquí donde herramientas como Internet empiezan a jugar un papel importante, cada vez más frecuente, pero no está lo suficientemente posicionado para asegurar la venta del servicio turístico. Es el caso de los hoteles que venden a través de portales virtuales como www.reservashoteles.com o directamente con sus centrales virtuales de reservas que son ampliamente visitadas por turistas extranjeros y poco por los nacionales que hasta hace poco están entrando al hábito de la negociación electrónica. Esta misma observación aplica para las aerolíneas que hasta hace algunos años están implementando nuevas formas de comercialización utilizadas en otros países como el e-ticket (tiquete electrónico o virtual) que puede ser adquirido por la página web de la línea aérea o en cajeros automáticos. Otra modalidad de venta se encuentra en la venta por catálogo que hacen algunas aerolíneas sobre todo con sus clientes comerciales”.

“En Bogotá aunque existe la venta directa de los prestadores hacia el consumidor, sobre todo por vías tradicionales, ante la realidad virtual y la incorporación del consumidor a las nuevas tecnologías, deben surgir soluciones que conformen y consoliden nuevos canales de distribución para llegar al turista”.

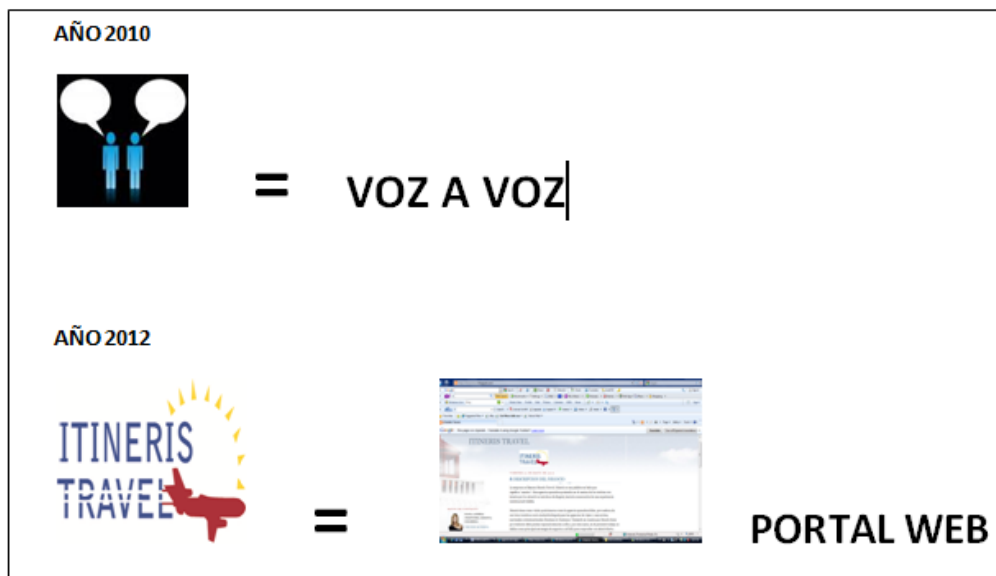
“Bogotá no aparece en las primeras visualizaciones de agencias virtuales mundiales como Despegar.com, vueling.com, entre otras, exigiéndole al consultante buscar a la ciudad y su producto por los sub-menús de búsqueda que muchas veces no logran mostrar la oferta de la ciudad. Con este panorama, Bogotá, atendiendo al consumo creciente de nuevas tecnologías por parte de un nuevo consumidor, debería fortalecer canales alternativos de promoción con internet y generar con las empresas ofertas comerciales específicas de la ciudad”.

⁵⁴ Análisis de los canales Directos: Análisis de los canales de distribución y venta de la ciudad: Plan de Competitividad Turística en Bogotá, Instituto Distrital de Cultura y Turismo- Alcaldía Mayor de Bogotá.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

En este momento del desarrollo del plan de negocio Itineris está haciendo un reconocimiento de sus clientes, haciendo relaciones sociales, conociéndolos, revisando y explorando todo el tema de ser una agencia operadora en Bogotá, el canal que está utilizando en este momento es el de Voz a voz, aún no tenemos el dinero para darnos a conocer de otra forma, cuando la agencia se constituya que será en Enero del 2012, su otro canal de distribución será el internet con su portal.

Gráfico 22 Canales de Distribución Itineris Travel



Fuente: Las autoras

El gráfico explica en este momento como se encuentran los canales de distribución por tal razón no es posible aún asignar un presupuesto de distribución, porque en este momento lo que único que hace conocer a Itineris Travel es lo que hablan las agencias por las relaciones que están manejando con los clientes y proveedores del medio turístico.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- **Estrategia de distribución de Itineris Travel.**

Para Ferrell, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos, la distribución es el acto de hacer que los productos estén disponibles para los clientes en las cantidades necesarias⁵⁵.

Según el Diccionario de Marketing de Cultural S.A., la distribución es una de las subfunciones del marketing, que se encarga de la organización de todos los elementos incluidos en la vía que une el fabricante con el usuario final⁵⁶.

Teniendo en cuenta las anteriores definiciones planteadas (Para fines de mercadotecnia) y el panorama planteado en el Estudio de Competitividad de Turismo. Se asume que Internet es una herramienta fundamental para ofrecer productos turísticos. Según este análisis Itineris plantea la siguiente forma de distribución de su producto.

Itineris Travel con su Website dispondrá un catálogo electrónico con campos obligatorios para que el cliente y sus usuarios los diligencien y después se logre filtrar y obtener la información necesaria para extraer las principales necesidades, preferencias y exigencias de los mismos. Una vez identificado los requerimientos, fechas de viajes, establecimiento de alojamiento y hospedaje, días de estadía, sitios de interés, y condiciones de transporte (Estas son las variables principales con las cuales contara el catálogo electrónico). La agencia gestionará todos los trámites necesarios para disponer del servicio tal y como el cliente lo está solicitando. Para esta gestión; Itineris Travel la agencia de viajes operadora establecerá relaciones comerciales con los sitios de interés turístico en la ciudad de Bogotá, tales como hoteles, bares, restaurantes, museos, etc.

Una vez establecido el itinerario de viajes con el usuario y se disponga de todos los servicios requeridos para las fechas establecidas se procederá a prestar estos servicios a los turistas una vez lleguen a la ciudad.

⁵⁵ Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante, Cuarta Edición, de Ferrel O.C., Hirt Geoffrey , Ramos Leticia, Adriaenséns Marianela y Flores Miguel Ángel.

⁵⁶ Diccionario de Economía, Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

11.3 ESTRATEGIA DE PRECIO

Según Lamb, Hair y McDaniel, una estrategia de precios es un marco de fijación de precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto.

En otras palabras, una estrategia de precios es un conjunto de principios, rutas, directrices y límites fundamentales para la fijación de precios inicial y a lo largo del ciclo de vida del producto, buscando alcanzar los objetivos establecidos con el precio. Esta a su vez hace parte de la estrategia de posicionamiento general.

Entre las diferentes estrategias de precios se presentan a continuación las posibles estrategias para Itineris Travel:

- Estrategias de Precios de Prestigio: Según Kerin, Berkowitz, Hartley y Rudelius, el uso de una estrategia basada en precios de prestigio consiste en establecer precios altos, de modo que los consumidores conscientes de la calidad o estatus se sientan atraídos por el producto y lo adquieran⁵⁷.
- Estrategias de Precios de Penetración: Esta es otra estrategia de precios es ideal para productos nuevos. Pero esta fijación es muy diferente a la estrategia de descremado de precios. Según Kotler, Armstrong, la estrategia de precios de penetración consiste en fijar un precio inicial bajo para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un buen número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado. Logrando una gran participación en el mercado meta⁵⁸.

⁵⁷ Marketing, Séptima Edición, de Kerin Roger, Berkowitz Eric, Hartley Steven y Rudelius William, McGraw-Hill Interamericana, 2004, Pág. 412 y 421.

⁵⁸ Marketing, Décima Edición, de Kotler Philip, Armstrong Gary, Cámara Dionisio y Cruz Ignacio, Prentice Hall, 2004, Págs. 392 al 394.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- Estrategias de Precios Para Cartera de Productos: Según Kotler, Armstrong, en ocasiones, la estrategia para fijar el precio de un producto ha de ser diferente si el producto forma parte de un grupo de productos⁵⁹.

Después de analizar las diferentes opciones de fijación de precios. Para el caso de Itineris Travel, se optará por la estrategia de precios de penetración, ya que se va a entrar a un mercado que esta posicionado y lo que se quiere inicialmente es reconocimiento por servicio y que mejor que por precio; Itineris Travel pensará más adelante en la estrategia de prestigio con la que se podría subir el precio, de tal forma que los usuarios fueran los que calificaran y pagaran lo que fuera por el excelente servicio prestado por la agencia.

Itineris por medio de la averiguación de las autoras revisando con 3 agencias más operadoras estuvieron analizando como podría ser la fijación de los precios de los dos (2) planes que se va a vender y este fue el análisis que se presentó:

Tabla 7 .Definición de Precios para Itineris frente a la competencia

AGENCIA OPERADORA	PLAN DESCRIPCIÓN	VALOR
PANAMERICA DE VIAJES	VIAJE PARA DOS O TRES PERSONAS INCLUYE ALOJAMIENTO HOTEL 5 ESTRELLAS TRANSPORTE ALQUILER DE AEROBAN MOVILIZADA TODO EL DIA. CITY TOUR CONTEMPLA ALQUIERL DE GUIA TURISTICO, HONORARIOS VISITA A SITIOS TURÍSTICOS.	\$6.100.000

⁵⁹ Marketing, Décima Edición, de Kotler Philip, Armstrong Gary, Cámara Dionisio y Cruz Ignacio, Prentice Hall, 2004, Págs. 392 al 394

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

SUPERDESTINOS	VIAJE PARA DOS TRES PERSONAS INCLUYE ALOJAMIENTO HOTEL 5 ESTRELLAS TRANSPORTE ALQUILER DE AEROBAN MOVILIZADA TODO EL DIA. CITY TOUR CONTEMPLA ALQUIERL DE GUIA TURISTICO, HONORARIOS VISITA A SITIOS TURÍSTICOS.	\$5.850.000
BCD TRAVEL	VIAJE PARA DOS TRES PERSONAS INCLUYE ALOJAMIENTO HOTEL 5 ESTRELLAS TRANSPORTE ALQUILER DE AEROBAN MOVILIZADA TODO EL DIA. CITY TOUR CONTEMPLA ALQUIERL DE GUIA TURISTICO, HONORARIOS VISITA A SITIOS TURÍSTICOS.	\$5.700.000
ITINERIS TRAVEL	VIAJE PARA DOS TRES PERSONAS INCLUYE ALOJAMIENTO HOTEL 5 ESTRELLAS TRANSPORTE AEROBAN MOVILIZADA TODO EL DIA. CITY TOUR CONTEMPLA ALQUIERL DE GUIA TURISTICO, HONORARIOS VISITA A SITIOS TURÍSTICOS.	\$5.074.000

Fuente: Las autoras

Las agencias operadoras que participaron en esta investigación no sabían para que se necesitaban las cotizaciones del plan que se acaba de observar, por esta razón fue de manera fácil para las autoras la definición del precio, por esta razón Itineris quiera entrar con un precio más bajo para comenzar con un reconocimiento como operadora de Turismo.

En este caso, los precios de paquete buscan integrar diversos productos bajo un precio atractivo que induzca a los clientes adquirir servicios que de otra forma prescindirían, ya que el costo agregado de todos es más bajo.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Para conseguir, las agencias de viajes operadoras, su **punto de equilibrio** siendo estas operadoras, deben negociar directamente tarifas, y comisiones especiales con los diferentes proveedores para tener una mayor rentabilidad con el mínimo esfuerzo, todo dependerá de su parte negociadora para mantenerse a un nivel de generador de utilidad, todo este negocio es recíproco un (toma y dame).

Las **condiciones de pago** que manejará Itineris, se resumen en que la agencia recibirá un anticipo del 50% o más a la hora de organizar el plan tal cual el cliente lo solicite y después de entregado a conformidad el servicio el otro 50%; así mismo pagará a sus proveedores con los que entrará a cotizar a la hora de presupuestar el plan solicitado.

Para manejar **políticas de precios** Itineris siempre estará en estudio constante de los precios de la competencia, este se hará trimestral un benchmarking para estar atentos a las rebajas que otorgan las aerolíneas para así mismo ofrecer nuevos planes en épocas de baja demanda.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

11.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

En la actualidad, las empresas turísticas han protagonizado una importante reconversión tecnológica, favorecida por los acontecimientos acaecidos en los últimos años: los avances en las nuevas tecnologías de la información y comunicación, los cambios socioeconómicos y el proceso de globalización. Aspectos todos ellos, que han impulsado la transformación en la industria del turismo⁶⁰.

En el sector turístico, desde el punto de vista de la demanda, Internet ha revolucionado de forma generalizada los comportamientos y patrones de conducta de los individuos, influyendo de manera significativa en la planificación y compra de sus vacaciones.

Desde el punto de vista de la oferta, las tecnologías de la información y comunicación (TIC), han afectado también de forma notable a los proveedores turísticos en el modo de promocionar y comercializar sus productos o servicios.

Itineris Travel tendrá el objetivo de que en la estrategia de comunicación analizará la importancia de la revolución que han supuesto las nuevas tecnologías de información y comunicación en el turismo, para ello habrá de tenerse en cuenta y prestar una especial atención a dos aspectos fundamentales:

- 1) La importancia que cada vez más tiene Internet como canal de distribución en los servicios turísticos, lo que obliga a la mayor parte de las empresas del sector a adaptarse a las nuevas tecnologías.

⁶⁰ GUTIERREZ ARRANZ; A. M: y SÁNCHEZ-FRANCO, M. J.: *Marketing en Internet*, Ediciones Pirámide, 2005

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

2) La importancia de que hoy en día las empresas turísticas se diferencien a través de las TIC, de modo que consigan generar ventajas competitivas que se sustenten en un buen posicionamiento de la empresa en el mercado ante la competencia.

Todo ello, lleva a concluir que uno de los retos fundamentales para las empresas turísticas debería fundamentarse en una apuesta por la inversión en investigación, desarrollo tecnológico e innovación (I+D+I) lo cual favorecería la posibilidad de adoptar y emplear debidamente: la tecnología, las nuevas formas de pago, las telecomunicaciones y la informática, y superar así los posibles obstáculos que pudieran impedir el crecimiento de las empresas del sector turístico.

Es primordial que Itineris Travel sea consciente de que Internet es un canal de ventas dominante, y como tal, debe ser considerado un canal de negocio, capaz de realizar diversas funciones como, entre otros, publicidad, ventas, intercambio de información y servicio post-venta. Del mismo modo, también es importante que Itineris invierta el tiempo necesario en conocer el perfil de los usuarios que van a buscar información a la Red sobre los nuevos productos o servicios que ofrecen las empresas y el sector, ya que éstos no sólo miran Internet. Así lo demuestran los datos procedentes de una encuesta elaborada por Meetic (<http://www.meetic.es/>), durante el mes de mayo de 2008, donde se observa, que ya son el 45% de los internautas españoles los que acuden a Internet para planificar sus vacaciones de verano, eliminándose de este modo el papel que ejercen los intermediarios. Esta cifra debería llevar a presagiar que el futuro del turismo está en la tecnología⁶¹.

(Ver ANEXO 9 Cotización página Web Itineris)

⁶¹Búsqueda Online:
<http://www.meetic.es>

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

11.5 ESTRATEGIA DE SERVICIO

Los productos turísticos tienen unas componentes tangibles y otras intangibles. La tangibilidad se observa en la cama de un hotel, el overbooking (es un término usado por las compañías para referirse al exceso de venta de un servicio sobre la capacidad de la empresa), la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.

De la intangibilidad se deduce del hecho de que las características de las componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el servicio, qué uso le darán, y qué resultados esperan obtener. Esta componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto.

Itineris Travel se destacará por el buen servicio prestado a sus clientes, tener un portafolio amplio y mejor estructurado para ser los mejores asesores y acompañantes dentro el sector de turismo.

Itineris desarrollará unas estrategias se buen servicio para retener a sus clientes y para que el cliente siempre prefiera a Itineris Travel como su agencia Operadora para esto ofrecerá garantías como:

- Desarrollará un buen modelo de negocio, con su gran portafolio en la Web que le permita obtener el servicio que quiere sin tener que salir de sus oficinas u hogares.(Ver gráfico 18 Portafolio).
- Proporcionar a los clientes un incentivo puede ser un regalo, un descuento o una financiación especial para que estén verdaderamente interesados en volver a contactar a Itineris.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- Pensar en los clientes como una comunidad y ver a Itineris como la empresa conectora que ellos comparten.
- Mantenerse detrás del trabajo y recoger las recompensas de la confianza; hacer que los clientes puedan contar con Itineris cuando lo necesiten.
- Itineris apoyará acciones de responsabilidad social.
- Conocer a los clientes rentables y tratarlos mejor que a nadie; proporcionarles servicios de valor añadido.
- Hacer que la Web que se crear sea más fácil, y dinámica para que todas las compras las hagan con Itineris y no con los competidores; la comodidad y fácil acceso a este portal será un factor clave para ser valorado y recordado.
- Salir al encuentro con los clientes, recordarle que Itineris está para ayudarle.
- Averiguar sus necesidades y proporcionárselas, Itineris escuchará a sus clientes y les responderá.
- Convertirse en líder de servicio al cliente en agencias de viajes operadoras, poner siempre en primer lugar a los clientes.

Para prestar su servicio Itineris, principalmente inicia, identificando las necesidades y requerimientos del cliente, esto mediante una visita personalizada, en la cual se conoce al cliente y se toman sus datos de contacto, una vez el cliente decida contratar con Itineris, se procede a negociar términos de contrato y especificaciones del servicio turístico que se desea y se dan las indicaciones para el manejo de el portafolio virtual y finalmente se procede a prestar el servicio.

Para el desarrollo de este plan de negocio Itineris a los seis (6) meses de estar funcionando, creará un formato de encuesta para mejorar su servicio al cliente; el cliente podrá calificar el servicio de esta agencia operadora e Itineris identificará sus falencias para mantenerse en el sector y destacarse por su buen servicio. La encuesta de satisfacción del servicio de Itineris se encuentra en el (ANEXO 8 Encuesta Satisfacción Cliente.)

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Itineris tendrá unas **condiciones de pago** que manejará así: primero recibirá un anticipo del 50% o más a la hora de organizar el plan tal cual el cliente lo solicite y después de entregado a conformidad el servicio el otro 50%; así mismo pagará a sus proveedores con el dinero que entre se cubrirá la mitad de los servicios que estos presten y cuando termine el disfrute del plan y el mejor servicio prestado por ellos se les pagará la otra mitad.

El tema de **políticas de precios** Itineris siempre estará en estudio constante de los precios de la competencia, este se hará trimestral, realizará un benchmarking para estar atentos a las rebajas que otorgan las aerolíneas para así mismo ofrecer nuevos planes en épocas de baja demanda, mantenerse actualizado será la mejor política para nunca quedar por debajo de la competencia.

11.6 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADO

Para este planteamiento de estrategias para cada una de las variables de la mezcla de mercado como son: producto o servicio, precio, plaza (distribución), promoción, personas, presencia física y procesos. Estas estrategias generales dan una idea de cómo se puede promocionar a Bogotá - región dentro de la mezcla de mercado y así lograr el gran objetivo planteado que es hacer de Bogotá y la región sea internacional, turística y atractiva.

Para Itineris escogimos las siete (7) P de Michael Porter que son las variables controlables del marketing público, cuya adecuada combinación permite satisfacer las necesidades de los usuarios del servicio.

Tabla 8. Presupuesto Mezcla de Mercadeo

CONCEPTO	VALOR
IMAGEN CORPORATIVADESARROLLO LOGO	\$600.000
PAGINA WEB DESARROLLO	\$4.000.000
ARTIFINAL VOIANTES + IMPRESIÓN	\$400.000
TOTAL	\$5.000.000

Fuente: Las autoras

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Diversificación y conocimiento de los productos actuales y potenciales existentes en Bogotá - región.

- Creación de productos turísticos específicos a partir de los atractivos identificados.
- Comercialización de Bogotá para negocios, eventos y convenciones, gastronomía y compras.
- Comercialización de productos turísticos a nivel de Bogotá – región.
- **Posicionamiento la marca Bogotá**
 - ✓ Consolidación de una campaña de publicidad con impacto en el mercado nacional e Internacional que permita posicionar a Bogotá como un destino turístico.
 - ✓ Distribución de material promocional, Itineris en este caso hará unos volantes que distribuirá tal como se observa en la tabla de mezcla de mercado en idiomas como el inglés, francés y español.
 - ✓ Consolidación de un plan de relaciones públicas que genere free press (Acción estratégica de relaciones públicas que busca lograr un buen concepto de los periodistas sobre el servicio de la empresa) a nivel nacional e Internacional.

Asistencia permanente a ferias a nivel nacional e internacional en una interacción del sector privado y sector público, Itineris para asistir a las ferias a nivel nacional que en este momento las que más sobresalen la feria más concurrida por las agencias donde se vende Bogotá es la Vitrina Turística de ANATO (febrero, anual y en Bogotá) el valor de la inscripción de esta no está publicado ya que cada año la ANATO considera tarifas diferentes. En las ferias internacionales, la que tiene mayor participación es FITUR, denominada por muchos como la feria de turismo más importante del mundo llevada a cabo en España.

• **Las siete (7) P's de Itineris Travel**

Este desarrollo adicional será para mostrar una breve reseña de cómo serán las siete (7) P's ya desarrolladas en la parte de estrategias, adicional a estas se desarrollara la promoción.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

1. Servicio

Itineris Travel será la agencia operadora que operará a nivel nacional e internacional y será una de las agencias más reconocida al ser receptora de turistas extranjeros; Itineris se focalizará en brindar servicios en materia de turismo a las agencias de viaje con las siguientes características:

Empresas comerciales debidamente constituidas que se dediquen a vender profesionalmente planes de turismo.

- Organizar, promover y vender planes turísticos nacionales.
- Reservar y contratar alojamiento.
- Tramitar y asesorar al viajero en la obtención de la documentación requerida.
- Prestar asistencia y atención profesional al usuario en la selección, adquisición y utilización de servicios turísticos.
- Reservar cupos y ofrecer pasajes en cualquier medio de transporte.
- Operar turismo receptivo.

2. Precio

Para describir esta P se reconocen tres (3) situaciones dependiendo del grado de control que tiene la entidad en la determinación del precio:

El precio es incontrolable: cuando existe una ley o una entidad que determina cuánto cobrar por el servicio.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

El precio es semi controlable: cuando la entidad requiere aprobación de otra entidad para establecer el precio de sus servicios.

El precio es controlable: cuando la entidad tiene completa libertad para fijar el precio de sus servicios.

Para el caso de Itineris Travel; se optará por la estrategia de precios de penetración ya que como es una agencia nueva en el sector del turismo tienen que entrar a competir con las de su misma clase, entrará pisando fuerte con esta, ya que estudiando su competencia entrará con mejores precios del mismo servicio ofrecido. (Ver tabla 9. precios Metro cuadrado Chapinero).

3. Plaza o puntos de atención al público

Itineris prestará su servicio, estará ubicada en una oficina entre calles 34 y 72 con carrera séptima esta es una zona clave porque es una parte central de la ciudad, para que los proveedores y clientes accedan a este servicio personalizado. Esta oficina será un punto central y único punto de prestación de servicio en Bogotá; tan pronto se consiga el estatus y el reconocimiento se pensará abrir más puntos en otras ciudades del país.

El valor de arriendo que está dispuesto a pagar en un local Itineris será de \$1.500.000, previas averiguaciones hechas por las autoras del plan en Metro Cuadrado y demás locales visitados en esta zona de punto de atención, se adjunta tabla con dicha información:

Tabla 9. Valor Metro cuadrado Zona Chapinero Locales a Enero 2010

LOCALES		VALOR DEL METRO CUADRADO A ENERO 2010-ZONA CHAPINERO								
BARRIO	ESTRATO	NUEVOS		USADOS			USADOS			
		Valor M2	Variación últimos 6 meses	2 a 8 años	Variación últimos 6 meses	9 a 15 años	16 a 30 años	Más de 31 años		
BELLAYISTA	6			2.771.178	▲	5,3%	2.536.030	2.375.655	2.123.730	
BOSQUE CALDERON	5			387.654	▼	-50,2%	325.252	846.689	756.302	
	4			1.538.801	▲	3,3%	1.437.786	1.370.608	1.225.263	
CATALUNA	4			850.434	▼	-47,5%	796.758	729.106	651.788	
CHAPINERO CENTRAL	4	1.855.472	▲	5,0%	1.054.722	▲	0,3%	988.083	904.184	808.3
	3	1.688.888	▼	0,0%	1.011.060	▲	5,3%	947.18	866.755	774.84
CHAPINERO NORTE	4			1.475.580	▲	25,3%	1.382.351	1.264.375	1.130.831	
	3			617.284	▼	-33,4%	578.282	523.18	473.064	
INGEMAR	5			1.616.660	▼	-4,1%	1.514.517	1.385.319	1.238.950	
	4			1.626.422	▼	-4,4%	1.523.662	1.334.287	1.246.431	
JUAN XXII	5			1.254.301			1.175.614	1.075.793	961.711	
LA MERCED	3			1.010.100	▲	2,6%	946.28	865.932	774.104	
LA SALLE	5	2.184.461	▲	0,0%						
	4	1.856.493	▼	-1,6%	1.732.889	▲	5,4%	1.679.611	1.536.395	1.374.005
	3			1.582.222	▼	-0,6%	1.482.255	1.356.396	1.212.558	
LAS ACACIAS	6	3.600.000	▲	15,3%	2.368.529	▲	3,4%	2.218.881	2.030.475	1.815.154
	5	3.631.000	▲	27,4%	2.338.344	▼	-5,6%	2.190.603	2.004.599	1.732.022
	4	2.748.687	▲	18,2%	2.045.556	▲	5,1%	1.916.314	1.753.600	1.567.640
MARIA CRISTINA	5	2.441.651			1.646.090			1.542.087	1.411.148	1.261.503
	4	2.426.185			1.608.588	▲	2,1%	1.506.355	1.378.939	1.232.764
MARLY	4	2.267.584			1.328.889	▲	40,2%	1.244.927	1.139.220	1.018.412
	3				1.066.667	▲	17,6%	939.273	914.424	817.455

Fuente: Metro cuadrado.com

4. Promoción

Para Itineris Travel la promoción es un elemento importante que va a servir para informar, persuadir y recordar al cliente el servicio que se ofrece, esto es muy importante ya que llegar a los clientes siempre buscando siempre la facilidad de obtener y prestar un muy buen servicio.

- **Estrategias de promoción**

Promover el desarrollo de nuevos planes turísticos innovadores en la oferta turística nacional, con conceptos y prestaciones ajustados a las preferencias de los turistas

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- **Estrategias para los clientes**

Estas serán desarrolladas por medio del servicio prestado el grado de recordación de los clientes y de los usuarios finales serán por el buen servicio que destacará a Itineris siendo el mejor aliado operativo a la hora de organizar planes turísticos.

- **Descuentos por volumen**

El manejo que tendrá Itineris con respecto a sus descuentos será manejados con sus proveedores, de ellos dependen de las negociaciones que se hagan, dependiendo de dicha negociación habrá un porcentaje de comisión que ganarán ambas partes. Para la negociación de descuentos por volúmenes dependerá también de cuantos planes pueda vender Itineris, para así mismo hacer negociaciones en la que ambas partes ganarán.

- **Presupuesto de costo de promoción**

Itineris no contará con un presupuesto de promoción ya que como se describe anteriormente entrará con una estrategia de penetración en un sector ya posicionado, para el inicio y conocimiento se crea su logotipo e imagen corporativa y se entregarán unos volantes a la gente del sector donde se encontrará ubicado (Ver Anexo 10. Cotización de Imagen Corporativa y Gasto de publicidad), para que conozcan la nueva empresa, en este momento Itineris cuenta con su voz a voz y reconocimiento del mercado al que va a entrar, por esta razón no habrá costo de promoción en el lanzamiento.

- **Precios de Lanzamiento**

Los precios de lanzamiento y con los que comenzará a funcionar Itineris son:

Plan de viajes 1.....\$ 5.074.000

Este plan de viajes es para dos (2) a tres (3) personas. Tres (3) días y dos (2) noches.

- Alojamiento.....\$ 1.524.000

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Este valor es un precio estimado del mercado, según investigación en cotizaciones de costos de hoteles 5 estrellas, por parte de las autoras. Algunos de los hoteles consultados fueron Sheraton, Radisson, Hotel Casa Medina etc.

- Transporte.....\$ 1.050.000

Este precio es un valor estimado del transporte de las personas en la Aero-Ban de la agencia. El transporte de los usuarios inicia desde el aeropuerto y será el medio en el que se movilizará a los turistas todo el tiempo.

Este valor también contempla los honorarios del señor conductor.

- City tour..... \$ 2.500.000

Este valor contempla la visita a sitios de interés cultural (turismo cultural y religioso), previamente seleccionados por el turista. Este precio solventa el valor de los honorarios de los guías turísticos (por lo general un guía turístico de dos (2) idiomas cobra desde \$ 25.000*hora y un guía que maneje de tres (3) idiomas en adelante puede cobrar \$100.000*hora).

- Otros sitios de interés..... \$ 0

El transporte de los turistas a bares y restaurantes va incluido dentro de los costos de transporte, los gastos dentro de estos sitios van por cuenta de los viajeros.

Plan de viajes 2.....\$ 8.460.000

Este plan de viajes es para dos (2) tres (3) personas. Cinco (5) días y cuatro (4) noches.

- Alojamiento.....\$ 2.540.000

Este valor es un precio estimado del mercado, según investigación en cotizaciones de costos de hoteles 5 estrellas, por parte de las autoras. Algunos de los hoteles consultados fueron Sheraton, Radisson, Hotel Casa Medina etc.

- Transporte.....\$ 1.750.000

Este precio es un valor estimado del transporte de las personas en la Aero-Ban de la agencia. El transporte de los usuarios inicia desde el aeropuerto y será el medio en el que se movilizará a los turistas todo el tiempo.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Este valor también contempla los honorarios del señor conductor.

- City tour..... \$ 4.170.000

Este valor contempla la visita a sitios de interés cultural (turismo cultural y religioso), previamente seleccionados por el turista. Este precio solventa el valor de los honorarios de los guías turísticos (por lo general un guía turístico de dos (2) idiomas cobra desde \$ 25.000*hora y un guía que maneje de tres (3) idiomas en adelante puede cobrar \$100.000*hora).

- Otros sitios de interés..... \$ 0

El transporte de los turistas a bares y restaurantes va incluido dentro de los costos de transporte, los gastos dentro de estos sitios van por cuenta de los viajeros.

- **Comportamiento esperado del precio y tasa de crecimiento**

Itineris, con el estudio que está realizando de conocer el sector en el que se va a desarrollar espera que con el precio que definió se mantenga por lo menos el primer año, así lo demuestra su P y G y sus informes financieros para soportar la anterior información (Tabla 37 Estado de resultados)

Para la tasa de crecimiento se aplicará un 7%, se sabe que para el 2008 el IPC fue de (7.67%), para el 2009 (2,00%), esperando que para el 2010 sea un 9.87%⁶². Por esta razón será utilizada esa tasa de crecimiento intermedia según lo aprendido en la carrera lo ideal es nunca quedar por debajo del IPC, quedar con mucha diferencia sería algo que no le convendría a Itineris para su utilidad, y de acuerdo con lo que proyectan los auditores de R. Piedrahita.

5. Personal

El personal de servicios es importante en todas las organizaciones, pero especialmente en aquellas circunstancias que, no existiendo las evidencias de los productos tangibles, el

⁶² www.rpiedrahitaauditores.com/web/Indicadores/Indicadores.aspxid=3

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

cliente se forma la impresión de la institución en base al comportamiento y actitudes de su personal.

Itineris Travel será la Agencia de viajes que contará con el compromiso de la gente que trabaje en ella gente considerando el respeto por al ser humano, su desempeño y la calidad del nivel de vida como la razón de ser, es tarea de cada uno de los que trabaje con esta Agencia sentirse solidariamente responsables, para que en la medida de sus posibilidades logre ayudar a implementar estos conceptos entre quienes la rodean siendo misión y tarea de cada una de las personas que trabaje en Itineris.

- ✓ Conocer la satisfacción que ofrece el éxito y estará comprometido en lograrlo.
- ✓ Comprender el objetivo y la necesidad de lograr el reconocimiento de Itineris.

La cultura del servicio es una forma que Itineris tendrá como valor agregado, su calidad de de hacer las cosas que valora enormemente la calidad del servicio, puesto que ésta cumple una función básica en el éxito de la organización.

Itineris tendrá tres (3) personas como personal fijo, los guías turísticos y el conductor trabajaran por honorarios, el contador será requerido solo en temas contables y será pagado por honorarios.

Tabla 10. Costos del personal

COSTO DEL PERSONAL FIJO	VALOR
GERENTE GENERAL	4,000,000
DIRECTOR COMERCIAL	2,500,000
ASESOR COMERCIAL	1,500,000
TOTAL COSTOS PERSONAL	8,000,000

Fuente: Las autoras

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

6. Presencia física

Los clientes o usuarios se forman impresiones sobre una empresa de servicios en parte a través de la presencia o evidencia física que incluye; Itineris Travel gracias a su Web tendrá todo su reconocimiento por su servicio, el aspecto físico de nuestra oficina hará que sus clientes se sientan a gusto.

Con el desarrollo de la web este será el “know how”, en ella los clientes podrán sentirse seguros con todas sus consultas, proporcionará un blog que se estará revisando diariamente en el que se harán respectivas revisiones de nuevos requerimientos de los clientes; la actualización del home y de la arquitectura del sitio ya que para Itineris es fundamental satisfacer a sus clientes (Ver Anexo 9 Cotización Página Web)

7. Procesos

Para construir un muy buen servicio y dar una respuesta al usuario Itineris Travel tendrá respuestas a medida que se estén identificando las necesidades del cliente, en la oficina mediante un buzón de sugerencias y en la web donde el cliente podrá proponer ideas nuevas para la mejora del mismo.

11.7 ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN

Itineris tendrá las siguientes estrategias de penetración:

Localización: Itineris necesita localizarse en un lugar que transite mucha gente, de ahí que surge la idea de las calles en donde quiere ser ubicada que todo su equipo de profesionales esté siempre atento para ofrecer con amabilidad un servicio integral, desde la coordinación de sus reservas, transporte en sitio, alojamiento en hoteles, planes y circuitos en sus destinos.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Operacionales: Itineris tendrá operaciones estandarizadas con la misma calidad y servicio en cualquier lado del mundo, gracias a su web tendrá la oportunidad de crear y mejorar su servicio como aliada turística.

Extensión: Itineris buscará constantemente la innovación para encontrar su reconocimiento del mejor aliado de las agencias más grandes tanto nacional como internacionalmente tratando de encontrar nuevos negocios.

Expansión: Al expandir el servicio de Itineris Travel que tradicionalmente ofrecerá se introducirá en constantes mejoras, ya que con el blog se filtrarán todas las quejas y reclamos para así plantear las mejoras; todo esto se centrará en lo que los clientes quieren.

Diferenciación: Al generar valor adicional on line hará a Itineris diferente a la gran mayoría de las agencias ya que muchas no invierten en este medio que es tan importante para la divulgación de noticias de interés.

11.8 ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO

Según estudios de IAC (Instituto de Codificación y Automatización Comercial), Las tendencias colombianas en estrategias logísticas para el área de compras y aprovisionamiento, están orientadas a entablar, mantener y desarrollar relaciones a largo plazo con proveedores que ofrezcan insumos de calidad, según criterios definidos de servicio y diseño. En este sentido la tendencia predominante consiste en reducir el número de proveedores, con el fin de delegar en ellos (Just in time) labores como control de transporte, calidad, almacenamiento, diseño y consecución de nuevos insumos. Aunque no es un factor determinante, el precio sigue siendo un aspecto relevante en la selección de los proveedores.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Itineris deberá realizar buenas alianzas, uniones, contactos en los diferentes sitios turísticos; que les permitan fortalecerse para ser más competitivos, es la nueva tendencia del sector.

Los proveedores cubren las operaciones de transporte, alojamiento, recreación y gastronomía. En este sentido algunos de los proveedores son:

1. Empresas de transporte terrestre en materia de turismo, taxis, alquiler de carros etc. Estas empresas nos proveerán de los servicios de movilidad de los turistas en la ciudad de Bogotá.
2. Bares y restaurantes. Estos proveedores solventaran el interés gastronómico de los turistas. Así como prestar servicios de diversión y esparcimiento.
3. Hoteles, hostales, aparta-hoteles y posadas. Estos proveedores prestaran el servicio de alojamiento de los turistas durante su estadía en la ciudad.
4. Sitios turísticos como; anticuarios, parques, centros comerciales, almacenes de artesanías, ferias artesanales, casinos, galerías, museos, centros históricos y/o atractivo arquitectónicos, teatros etc. Estos satisfacen la necesidad del cliente en materia de diversión y esparcimiento y de interés cultural.
5. Otros como hospitales y clínicas. En caso de emergencias o interés de los viajeros en adquirir servicios de turismo salud como operaciones estéticas, dentales etc.

Productos y servicios turísticos de la ciudad de Bogotá⁶³:

- ✓ Compras: Puntos de fábrica de las zonas industriales, centros comerciales, puntos de cuero y confecciones, almacenes de cadena.
- ✓ Religión: Cerro de Monserrate, Iglesia del Divino Niño, Catedral de Sal, Iglesia San Alfonso María de Ligorio Zipaquirá.

⁶³ Productos y programas ofrecidos, Plan de Competitividad turística en Bogotá, Instituto Distrital Cultura y Turismo, Alcaldía Mayor de Bogotá.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- ✓ Cultura: Museo del Oro, museo de Botero, Barrio la Candelaria, Eje ambiental, Plaza de Santander, Parque Nacional, Centro Histórico, Cerro de Monserrate, Quinta de Bolívar, Chorro de Quevedo, Museo Militar, Teatro Colón, Palacio de San Carlos, Iglesia San Ignacio, Palacio de Nariño, Capitolio Nacional, Catedral Primada de Bogotá, Plaza de Bolívar, Mina de Sal, Palacio Liévano, Museo de Santa Clara, Museo del Siglo XIX, Planetario Distrital, Plazoleta el Rosario Nemocón, Zipaquirá, Guatavita, Villa de Leyva.
- ✓ Vida nocturna: Zona Rosa, parque de la 93, mirador de La Calera, plazoleta de Usaqué, tour nocturno, tour en chivas, discotecas, Chía, Cajicá, La Calera.
- ✓ Bogotá región: Embalse de Tominé Zipaquirá, Zipacón, Cajicá, Guatavita
- ✓ Recreación: Jardín Botánico de Bogotá, parque Simón Bolívar, Maloka, parque Salitre Mágico, parque Jaime Duque, parque Mundo Aventura, Catedral de Sal, , Canchas de golf del club Serrezuela Zipaquirá.
- ✓ Salud: Salud visual, salud oral, salud corporal (estética y cirugía plástica), sesiones antiestrés, meditación tai chi.
- ✓ Educación: Bibliotecas.
- ✓ Eventos: Teatro, ballet, conciertos.
- ✓ Ecoturismo: Parque Nacional, cerro de Monserrate, parque el Verjón, Laguna Guatavita, cabalgatas, Jardín Botánico de Bogotá Guatavita, La Calera.
- ✓ Agroturismo: Museo arqueológico de Madrid, cultivos de flores Madrid.

Existen diferentes productos de servicio turísticos, por lo tanto; el número de proveedores de servicios para esta agencia de viajes operadora es muy grande, esto significa se debe hacer un minucioso análisis de los sitios más representativos y algunos que no sean tan populares; sitios desconocidos por los turistas pero que prometan llegar a tener gran acogida.

Por otro lado la agencia dispondrá de personal calificado y bilingüe. Una persona, servirá de guía y acompañamiento al turista y/o al grupo de turistas, y dará cumplimiento de todas las actividades pactadas entre la agencia y el usuario.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Tabla 11. Proveedores Itineris Travel

BARES Y RESTAURANTE	HOTELES	ENTRETENIMIENTO Y RECREACION	IGLESIAS	Museos	ALQUILER DE AUTOS
Amatista Bar	Casa Dann Carlton	Parque Jaime Duque	San Francisco	Museo de Oro	Andes Auto Rental
Andres Carne de Res	Hotel Casa Medina	Paque Salitre Magico	Santa Clara	Museo de Arte Religioso	
Beer Station	Hotel Charleston	Jardin Botanico	San Igancio	Museo de Arte Mdorno	
Bogota Beer Company	Hotel Cosmo 100	Estadio Nemsio Camacho "El Campi	San Agustin	Museo Nacional	
CASA DE LA CERVEZA	Hotel Crowne Plaza Tequendama	Plaza de Toros Santa Maria		Quinta de Bolivar	
CASA DE LA CERVEZA BOGOTÁ	Hotel Dann Carlton Bogotá	Maloka		Museo Colonial	
Casa Jaguar	Hotel De La Opera	Planetario Dsitrital			
Chango Bar (El Chango Bar)	Hotel Sheraton	Mundo aventura			
COFEE & DREAMS	Hotel Sofitel Victoria Regia				
ESCOBAR ROSAS CAFE (CAFÉ ESCOBAR ROSAS)	Hotel Windsor House				
FULL 80'S CAFE RESTAURANTE	Bogotá Plaza Summit Hotel				
GAIRA CAFE	Hotel Suites 101 Park House				
GATOPARDO-CAFE CINEMA	Hotel La Fontana				
KUKARAMAKARA	Administradora Hotelera Dann LTDA. Dann Norte				
LA HAMBURGUESERIA	Hotel Bacata				
London Calling	Hotel Rosales Plaza				
MAI LIROL DARLIN	Hotel Estelar Suites Jones				
MARACCA PARRILLA					
Nick Havana					
OPERA					
PALOS DE MOGUER					
PLAZA GARIBALDI					
PLAZA MÉXICO					
QUIEBRACANTO					
The Beer Lounge					
The Big Ben Pub					
The Red Lion English Pub					
TIENDA AGUAPANELA'S					
TROPICAL COCKTAILS					

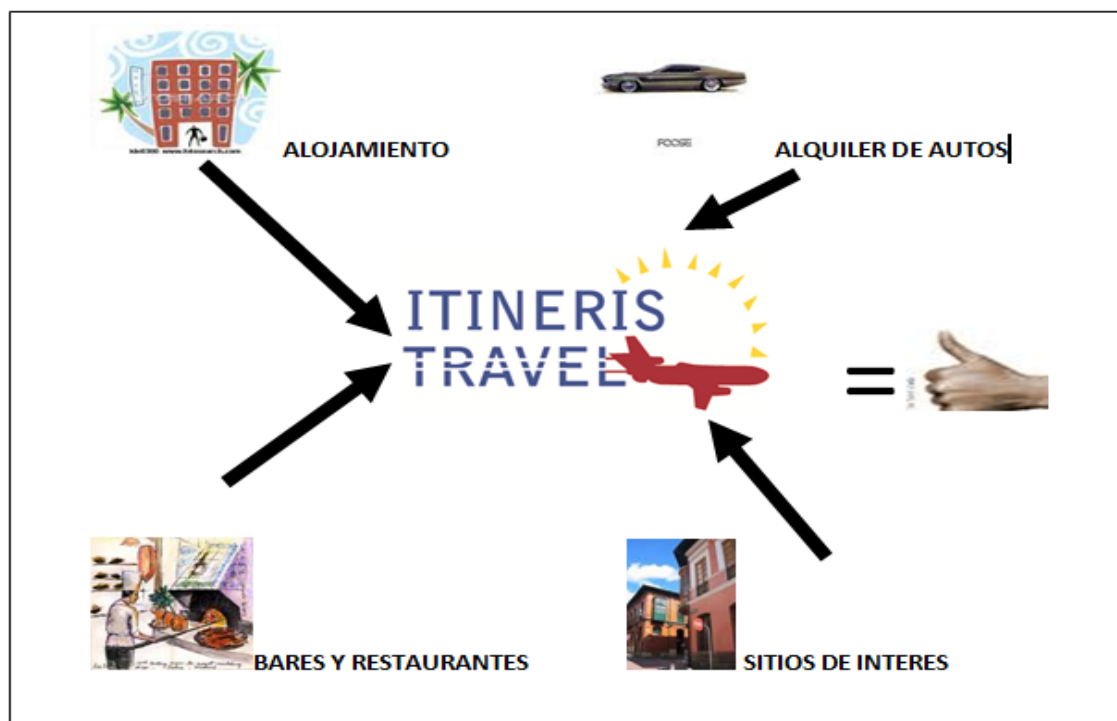
Fuente: las autoras

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Los proveedores serán como lo muestra la tabla anterior los hoteles, casas de alquiler de carros, bares, restaurantes y sitios de interés entre los que están (museos, parques, visitas a sitios de patrimonio cultural), estos dependiendo de la zona en que se venda el plan manejaran estándares de calidad y le garantizaran a Itineris su servicio para que la agencia cumpla a la vez con sus clientes.

En principio se manejará el pago anticipado la mayoría de estos servicios como son hoteles, casas de alquiler de autos, los bares y restaurantes prefieren un valor anticipado, ya que dependiendo de esto se verá reflejado en el servicio, los descuentos se dan por el volumen este se verá en (cantidad de turistas que lleguen a cierto sitio) así mismo serán los descuentos y las comisiones negociadas.

Gráfico 23. Ciclo de aprovisionamiento de Itineris



Fuente: las autoras

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

A continuación se describe algunos Precios de Adquisición:

- Sitios de Interés

El Museo del Oro le ofrece visitas guiadas gratuitas en los siguientes horarios:

De martes a viernes:	
Español	11:00 a.m., 3:00 y 4:00 p.m.
Inglés	11:00 a.m. y 4:00 p.m.
Los sábados:	
Español	10:00 y 11:00 a.m., 3:00 y 4:00 p.m.
Inglés	11:00 a.m. y 4:00 p.m.

Tarifas:	
Español	\$6.000
Inglés	\$6.000
Francés	\$6.000

Fuente: Banco de la República

- Bar y Restaurante

Desde principios de los años 80, este sitio lleno de olores, sabores y mucha memoria se ha convertido en uno de los lugares de referencia. Aquí no solo se va a comer un buen plato típico en compañía de la familia y los amigos, sino que la gente termina bailando y disfrutando de uno de los ambientes más cálidos de la Sabana y las mejores rumbas de la ciudad.

DIRECCIÓN CL 3 // 11A 56

TELÉFONO 8637880

SITIO WEB <http://www.andrescardenas.com/index.html>

HORARIO ATENCIÓN ~~Jue~~ - ~~dom~~ y ~~fes~~ 12 m. - 3 a.m. y los días antes de festivos.

CIUDAD Chia

PRECIO PROMEDIO entre \$50.000 y \$100.000 por persona

SERVICIOS Cerveza, Crossover, Cover, Tropicop

EVENTO: [Restaurantes a las afueras](#)


SUCURSALES

[Andrés DC](#)

Fuente: Plan B

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- Hotel

Tipo de Habitación	Básico (\$)	Adicional (\$)	Niño (\$)	Noche (\$)
FIN DE SEMANA -(Incluye) 				
Sin niños: 0-11 años - (aplica sólo a las acomodaciones de este plan)				
1- Estandar Doble (2 Niños gratis por habitación)	328,786			328,786
1- Superior Doble (2 Niños gratis por habitación)	394,786			394,786
1- Junior Suite Doble (2 Niños gratis por habitación)	460,786			460,786
Tarifa Promedio		(Todos los precios incluyen IVA)		



Categoría: ★★★★★

- Arquitectura Unica De Corte Medieval Con Jardines, Fuentes y Plazoletas.
- La Mas Completa Infraestructura Que Brinda Desde La Seguridad Hasta La Tecnología Que Usted Exige.
- Cerca a Las Mejores Clínicas y Centros Comerciales De La Ciudad
- En uno de los sectores mas exclusivos del norte de Bogotá
- Diagonal al centro comercial Unicentro

Fuentes: Reservas Hoteleras. Com

11.9 PROYECCIONES DE VENTAS

11.9.1 Proyecciones

Las proyecciones de ventas son importantes en la medida que alimentan diversos procesos de gestión y planeación dentro de la empresa; toda proyección económica o financiera se basa en gran medida un buen estimado de ventas.

Itineris ha estructurado para sus inicios, dos (2) tipos de planes de viajes, para el año un (1). Con estos dos (2) planes se espera obtener unas ventas anuales de \$ 924.799.980.

Por otra parte, se estima un incremento del precio del 7% anual, porcentaje que se encuentra por encima del IPC, sabiendo que para el 2008 el IPC fue de (7.67%), para el 2009 (2,00%) y un esperado del 9.87% para el 2010⁶⁴. Este será el utilizado para el primer año que comience con sus ventas y con este mismo proyectará sus cinco (5) años. Ver tablas de precios y ventas a 5 años.

La agencia Itineris Travel, tendrá un estimado de capacidad de venta anual de 60 productos (plan 1), estimando ventas semestral de 30 planes; y 45 productos (plan 2), estimando la venta estimada dependiendo de la estacionalidad como lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 12: Ventas anuales por producto (primer año)

NOMBRE DEL PRODUCTO	UNIDADES A VENDER	PRECIO DE VENTA UNITARIO	VENTAS TOTALES AÑO 1
Plan 1 (3 días 2 noches)	60	6,765,333	405,919,980
Plan 2 (5 días 4 noches)	46	11,280,000	518,880,000
SUBTOTAL			924,799,980

Fuente: Las autoras

⁶⁴ Búsqueda en línea: www.rpiedrahitaauditores.com/web/Indicadores/Indicadores.aspxid=3

Tabla 13. Proyección en las ventas primer año según estacionalidad del mercado

CALIFICACIÓN SEGÚN COMPORTAMIENTO EN LAS VTAS.	CALIFICACION
Muy alto	9
Alto	7
Normal	5
Bajo	3

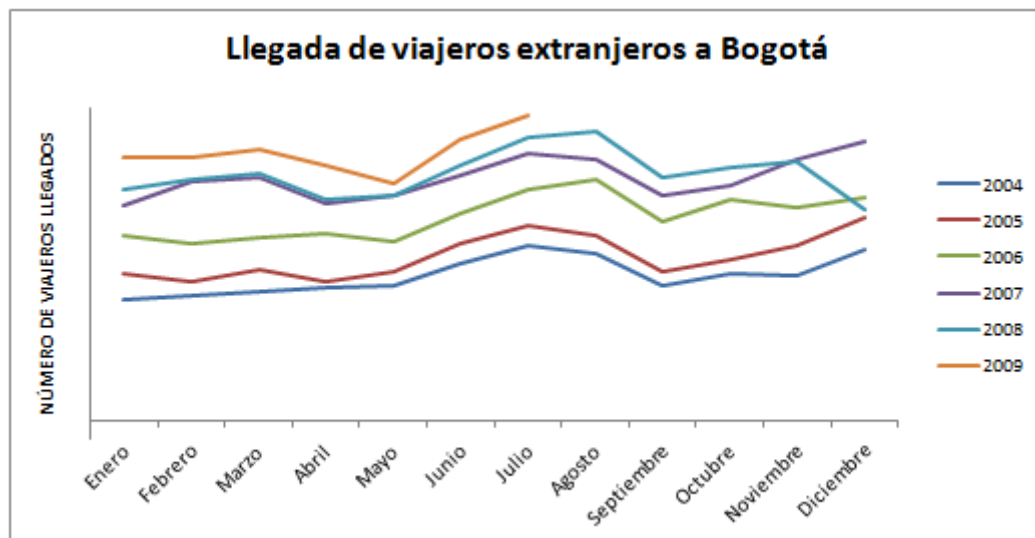
MESES AÑO 2012	CALIFICACIÓN COMPORTAMIENTO VENTAS	PLANES VENDIDOS POR MES	AÑO 1
			VENTAS \$
Enero	9	13	109,515,787
Febrero	7	10	85,178,946
Marzo	5	7	60,842,104
Abril	5	7	60,842,104
Mayo	5	7	60,842,104
Junio	5	7	60,842,104
Julio	9	13	109,515,787
Agosto	9	13	109,515,787
Septiembre	3	4	36,505,262
Octubre	3	4	36,505,262
Noviembre	7	10	85,178,946
Diciembre	9	13	109,515,787
Total			924,799,980

Fuente: Las autoras

En la tabla anterior las autoras definen la calificación según las estacionalidades en que el servicio turístico tiene altas, medias y bajas de llegadas de turistas a Bogotá. Con base en esto se observa los meses de mayor demanda como los son: Enero, Junio, Julio, Agosto y Diciembre.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Gráfico 24. Llegada de viajeros extranjeros a Bogotá



Fuente: Proexport

Según Proexport la llegada de viajeros internacionales a Bogotá presenta una estacionalidad en la cual se evidencia picos en los meses de Diciembre, Enero, Junio, Julio y Agosto respectivamente⁶⁵. Esta información fue tomada en cuenta por las autoras a la hora de calificar las de ventas mensuales y determinar proyecciones.

Tabla 14. Incremento anual del precio y ventas

PERIODO	INCREMENTO ANUAL PRECIO %	BASE + INCREMENTO
Año 2	7%	107%
Año 3	7%	107%
Año 4	7%	107%
Año 5	7%	107%

Fuente: Las autoras

Aumento del precio y de las ventas proyectado a cinco (5) años.

⁶⁵ Búsqueda en línea: www.proexport.com.co-PROEXPORT

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Tabla 15. Incremento anual del precio para cinco años

NOMBRE DEL PRODUCTO	PRECIO AÑO 1	PRECIO AÑO 2	PRECIO AÑO 3	PRECIO AÑO 4	PRECIO AÑO 5
Plan 1 (3 días 2 noches)	6,765,333	7,238,906	7,745,630	8,287,824	8,867,972
Plan 2 (5 días 4 noches)	11,280,000	12,069,600	12,914,472	13,818,485	14,785,779
TOTAL AÑOS	18,045,333	19,308,506	20,660,102	22,106,309	23,653,750

Fuente: las autoras

Tabla 16. Incremento de las ventas a cinco años

NOMBRE DEL PRODUCTO	VENTAS AÑO 1	VENTAS AÑO 2	VENTAS AÑO 3	VENTAS AÑO 4	VENTAS AÑO 5
Plan 1 (3 días 2 noches)	405,919,940	434,334,336	464,737,739	497,269,381	532,078,238
Plan 2 (5 días 4 noches)	518,880,000	555,201,600	594,065,712	635,650,312	680,145,834
TOTAL AÑOS	924,799,940	989,535,979	1,058,803,497	1,132,919,742	1,212,224,124

Fuente: las autoras

Estos costos de productos fueron definidos por la estrategia de precios y la investigación que se hizo en el mercado. (Ver política de precios tabla 7 Definición de precios).

El incremento de utilidad esperada, aplicado a cada uno de los precios de los planes será de un 25%, las autoras toman un 25% como porcentaje de utilidad ya que según asesorías de algunas empresas del sector, este es el porcentaje estimado y se utiliza con el fin de ver utilidades reflejadas.

- **Costos de los productos sin aumento**
 - ✓ Plan 1.....5.074.000
 - ✓ Plan 2.....8.460.000
- **Porcentaje de utilidad.....25%**

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- **Precio de los productos con aumento.**

✓ Plan 1.....	6.765.333
✓ Plan 2.....	11.280.000

11.9.2 Política de cartera

Para cualquier organización la gestión de cartera debe ser una política de primer orden. De la eficiencia con que se administre depende el aprovechamiento de los recursos de la misma.

Itineris Travel por el tipo de negocio que va a hacer no puede tener cartera con los clientes, este es un tipo de negocio que se maneja pago de contado y su vez estos son pagos a los terceros que estén involucrados dentro de la operación.

El negocio de agencias de viajes operadoras es trabajar con el dinero del cliente ya que tiene que conseguir negocios fijos.

El hecho de tener recursos acumulados en cartera, implicaría que la empresa recurriera a financiaciones externas para poder pagar a sus proveedores; esto trae consigo un alto costo financiero.

Lo que se cobre se pagará inmediatamente a los proveedores y una vez finalizado el plan de viaje y el pago total del mismo quedará la utilidad neta, cabe resaltar que no se puede hacer ningún negocio si no existen pagos por anticipado debido a la naturaleza del mismo.

12. ESTUDIO TÉCNICO

Con el paso de los años, algunos de modelos de tecnologías como el B2B ya consolidados, y en el que han surgido nuevos modelos de negocio, es cierto que otros han desaparecido, pero se sigue con un ritmo de innovación constante, y donde los agentes de viajes ya luchan por competir con las agencias online, y disponen de sistemas tecnológicos similares a los de las agencias puntocom, el hecho de realizar reservas hoteleras a través de los GDS ha pasado a un segundo plano⁶⁶.

Es por eso que Itineris Travel contará con un catálogo turístico que será desarrollado en un portal de la página web, pero la prestación del servicio se hará directamente con el usuario. A este se le hará acompañamiento y seguimiento, durante todo el proceso de prestación del servicio.

Este contacto con los usuarios finales e Itineris, en primera medida se hará a través de su portal en Internet; por medio de un catálogo en línea; estos turistas podrán diseñar su plan de viajes a su gusto (Solo estarán sujetos a fechas de viaje, de acuerdo a la temporada del año en la que se desee viajar), para ello Itineris construirá esta plataforma de productos en el portal y solo dejará ingresar a los usuarios que presenten un código asignado por los clientes. Esto certificará que el usuario ya ha contratado con la agencia de viajes o mayorista.

Este portafolio de productos será exhibido en un catálogo electrónico, “Un catálogo electrónico es una publicación online, es decir, una interfaz gráfica generalmente una página HTML en la que se muestran los productos y servicios ofrecidos por la empresa. (Ver gráfico 18 Portafolio web ofrecido por Itineris)

⁶⁶ Búsqueda en línea: www.albetarra.com

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

El proceso de funcionamiento de Itineris será dado por los clientes las demás agencias de viajes, estas serán todas las agencias mayoristas y minoristas que existan a nivel nacional e internacional que requieran de los servicios de la Operadora Itineris, a esta agencia llegarán todos los requerimientos para organizar planes de viaje para visitar la ciudad de Bogotá.

Por ser una agencia mayorista Itineris será la encargada de operar y preparar itinerarios tal cual lo requieran sus clientes, realizará reservas necesarias en hoteles, moteles, todo lo relacionado al alojamiento, comidas, alquiler de coches, visitas turísticas, traslado de pasajero y equipajes de las terminales a los hoteles y entradas a espectáculos especiales, como festivales de música y teatro.

Además de esto aconsejará sobre los muchos detalles implicados en los viajes actuales, tales como el seguro del equipaje y el de viajes, material de estudio de idiomas, cheques de viajes, cambio de moneda extranjera, documentos necesarios (visados y pasaporte) y requisitos médicos (inmunizaciones y vacunas). Para esto adoptará una forma de actuación, profesional y experimentada, para mantenerse en el sector del Turismo y ser reconocida como la agencia operadora de mayor alianza y mejor prestación de servicio.

El personal que trabaje con Itineris será gente con actitud y formación en servicio al cliente se capacitará a estas personas por que uno de los mayores objetivos de la agencia será en destacarse por ser la mejor aliada en prestación de servicios y se preocupará por captar clientes y ser reconocida a nivel nacional e internacional, el turista será el usuario final.

Como anteriormente se mencionaba el apoyo por generar nuevos empleos Itineris contará para el asistente comercial y para contratar los guías turísticos un gran soporte que será el Sena esta gente es muy solicitada y reconocida por su trabajo en temas de servicio al cliente a nivel de turismo. Si Itineris se consolida esta generación de empleos aumentará para cubrir todo el trabajo devengado.

Este proyecto es de estacionalidades según estudios realizados existirán meses como Diciembre, Enero, Junio y Julio con una mayor demanda para que la agencia contacte y ofrezca la asesoría de planes de viajes ya que son meses en que los turistas les gusta viajar

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

y disfrutar a Bogotá pasando los mejores días en medio de la tranquilidad que ofrece esta ciudad.

Será un proyecto con una inversión sólida, no muy alta pero que se mantendrá por su gran servicio y su buena asesoría, las autoras de este trabajo dispondrán de un capital inicial para comenzar con este proyecto; la publicidad, una muy buena atención y las relaciones comerciales que existan serán las que mantendrán esta organización en pie.

Para crear los paquetes, las agencias deben aprovechar las economías de escala y negociar los precios netos con los proveedores, ya que no obtendrá el mismo porcentaje si no organiza el viaje, sólo lo vende. El precio de venta al público se obtendrá sumando el precio negociado con el proveedor más el porcentaje de las agencias.

Esta función de armar alternativas propias de la agencia culmina con la promoción y venta del producto turístico, sin embargo para llegar a ello habrá que tomar algunas medidas oportunas como por ejemplo, las labores de marketing, que desde luego requiere de una inversión más elevada.

Para el año de inicio se tendrá esperado vender del plan 1 aproximadamente 60 planes y para 46 para el segundo plan, por meses de estacionalidad se venderán casi 7 planes en los 4 meses de mayor oferta y para los demás meses entre 4 y 3 planes mensuales esto para que de la totalidad de los que se tienen proyectados.

El proyecto es bastante ambicioso y bueno, este es un sector que va a crecer mucho según lo muestran las estadísticas “ El sector turístico deposita cada vez sus expectativas en la llegada de turistas internacionales pues como explicó Portafolio, Colombia ha crecido 11% del sector, Cabal advirtió en estos primeros meses tenemos un registro de 6.5 % más en turistas extranjeros”⁶⁷, para que los inversionistas piensen en inyectar dinero y tecnología; en el tema de futuras expansiones, Itineris como inicio solo quiere mostrar y vender a Bogotá pero su gran ambición a largo plazo es ser tan reconocida que pueda tener sedes en

⁶⁷ Búsqueda en línea: www.investinbogota.org/noticias-marzo-19-2010

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

otras ciudades del país; para crecer nacionalmente y y un más largo plazo colocar una que otra sede en el exterior.

Para el tema de localización Itineris quiere montar su oficina principal entre el sector que comprende la 34 y la 72 con carrera séptima, esta es una zona muy central y que posee la mayor demanda por los clientes agencias de viajes mayoristas y minoristas que necesitarán que se les maneje toda la operación para la captación de turistas en esta ciudad.

Esta puntual localización hará que Itineris con su publicidad sea reconocida en el sector con este aspecto se pretende conectar a la agencia con sus proveedores como de los consumidores y con ello mejorar las condiciones de ventas para mantenerse en el sector del turismo.

12.1 OPERACIÓN

12.1.1 Ficha Técnica del producto o servicio

El portafolio de productos será exhibido en un catálogo electrónico, “Un catálogo electrónico es una publicación online, es decir, una interfaz gráfica generalmente una página HTML en la que se muestran los productos y servicios ofrecidos por una empresa. Los catálogos digitales pueden almacenar grandes cantidades de artículos y permiten organizarlos y clasificarlos de distintas maneras para que los usuarios puedan realizar búsquedas rápidas y efectivas.”

Este catálogo online abarca todas las opciones posibles para construir planes turísticos en Bogotá (sitios de interés, fechas de viajes, medios de transporte, hoteles, Bares y restaurantes, etc.). Permitiéndole al usuario final la posibilidad de hacer su propio itinerario de viajes de acuerdo a sus necesidades y preferencias. Una vez el usuario contrate este servicio, Itineris procederá a subcontratar todos los servicios que se requieran para la satisfacción del cliente. (Ver gráfico 18 prototipo Itineris)

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Con el desarrollo del sitio web y la plataforma virtual, se ofrecerá a los clientes y usuarios, un directorio de planes turísticos que contengan diferentes opciones en sitios de interés, con descripción de lugares, actividades a realizar, actividades alternativas, fechas, etc. Este será un portafolio flexible de planes de turismo porque le permitirá al usuario crear su propio itinerario de viaje para conocer Bogotá de acuerdo a sus necesidades y preferencias.

Se describen a continuación dos (2) tipos .de planes de viajes, con los cuales se dará inicio a la actividad económica de Itineris Travel:

Plan de viajes 1: Este plan de viajes es para dos (2) o tres (3) personas. Tres (3) días y dos (2) noches.

Plan de viajes 2: Este plan de viajes es para dos (2) o tres (3) personas. Cinco (5) días y cuatro (4) noches.

Los cuales contienen las siguientes variables y características:

- **Alojamiento**

Inicialmente se ofrece en estos planes hoteles cinco (5) estrellas. Para acortar el análisis de costos y financiero.

- **Transporte**

El transporte de las personas en la Aero-Ban de la agencia. El transporte de los usuarios inicia desde el aeropuerto y será el medio en el que se movilizará a los turistas todo el tiempo. Aquí se contemplan los honorarios del conductor.

- **City tour**

Esto es la visita a sitios de interés cultural (turismo cultural y religioso), previamente seleccionados por el turista. Aquí se contempla el valor de los honorarios de los guías turísticos.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- **Otros sitios de interés**

Este incluye bares y restaurantes, eventos, ferias, etc. Todos los destinos que no se incluyen como turismo cultural, religioso o de interés arquitectónico.

12.1.2 Tecnología

Para el desarrollo de este modelo de negocio se observa que lo que más llega a las personas es este momento es el internet para desarrollar un muy buen sitio web se debe hacer un mantenimiento y tener un buzón de sugerencias dentro de la misma página para poder hacer las diferentes actualizaciones mensuales que necesita; el Mantenimiento de los Sitios Web considera variadas modificaciones y mejoras a efectuarse en forma periódica en las páginas. Ésta puede ser semanal, quincenal o mensual, de modo de contar siempre con contenidos vigentes.

Estar relacionados con empresas que ofrezcan un servicio de Mantenimiento Web completo con asesoría permanente, incorporación de mejoras y optimización para posicionarse en una de los mejores buscadores a nivel de turismo. (Ver ANEXO 9- Cotización de pagina web y mantenimiento)

Algunas de las recomendaciones para este mantenimiento de la página son:

- Modificaciones y cambios gráficos en portadas y páginas internas.
- Modificaciones y cambios de Animaciones Flash.
- Inserción de imágenes en páginas web ya existentes.
- Cambios de textos.
- Cambio de links o enlaces.
- Posicionamiento web en Buscadores.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- Creación o Modificación de nuevas páginas web o secciones.

12.1.3 Estado del desarrollo

La Agencia Itineris Travel se encuentra en pleno proceso de creación esta agencia se quiere crear en el año 2012 a comienzo de año el proceso de creación de esta nueva empresa es algo de mucho cuidado, mas así como puede verse con facilidad como manejarlo, con la misma simplicidad puede vérsese fracasar, y eso es algo que puede ocurrir.

La consolidación real de una iniciativa empresarial, considerando ello como tal en el momento de iniciación de operaciones productivas, no debe considerarse como la meta final, y de ello debe ser consciente el futuro empresario, ya que solo aquí se inicia otro proceso, quizás más delicado, como lo es el enfrentarse a un mercado, entrar y permanecer, el adecuado manejo administrativo de la totalidad de los recursos participantes, el desarrollase y crecer. Gran parte del éxito posterior a la puesta en marcha de la iniciativa, se empieza a fraguar durante el proceso de creación, ya que durante él se deben anclar muy bien las raíces, esto es lograr su adecuada estructuración.

Tabla 17. Cronograma de actividades ejecución proyecto Itineris

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES "PROYECTO ITINERIS TRAVEL "											
ACTIVIDADES	MESES										
	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO 2012	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	
CONSTITUCION DE LA EMPRESA	■	■									
REGISTRO NACIONAL DE TURISMO		■	■								
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD		■	■								
IMAGEN CORPORATIVA				■	■	■					
DESARROLLO PAGINA WEB				■	■	■	■				
APERTURA DE ACTIVIDADES							■				
ENCUESTA SATISFACCION CLIENTE											■

Fuente: Las autoras

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

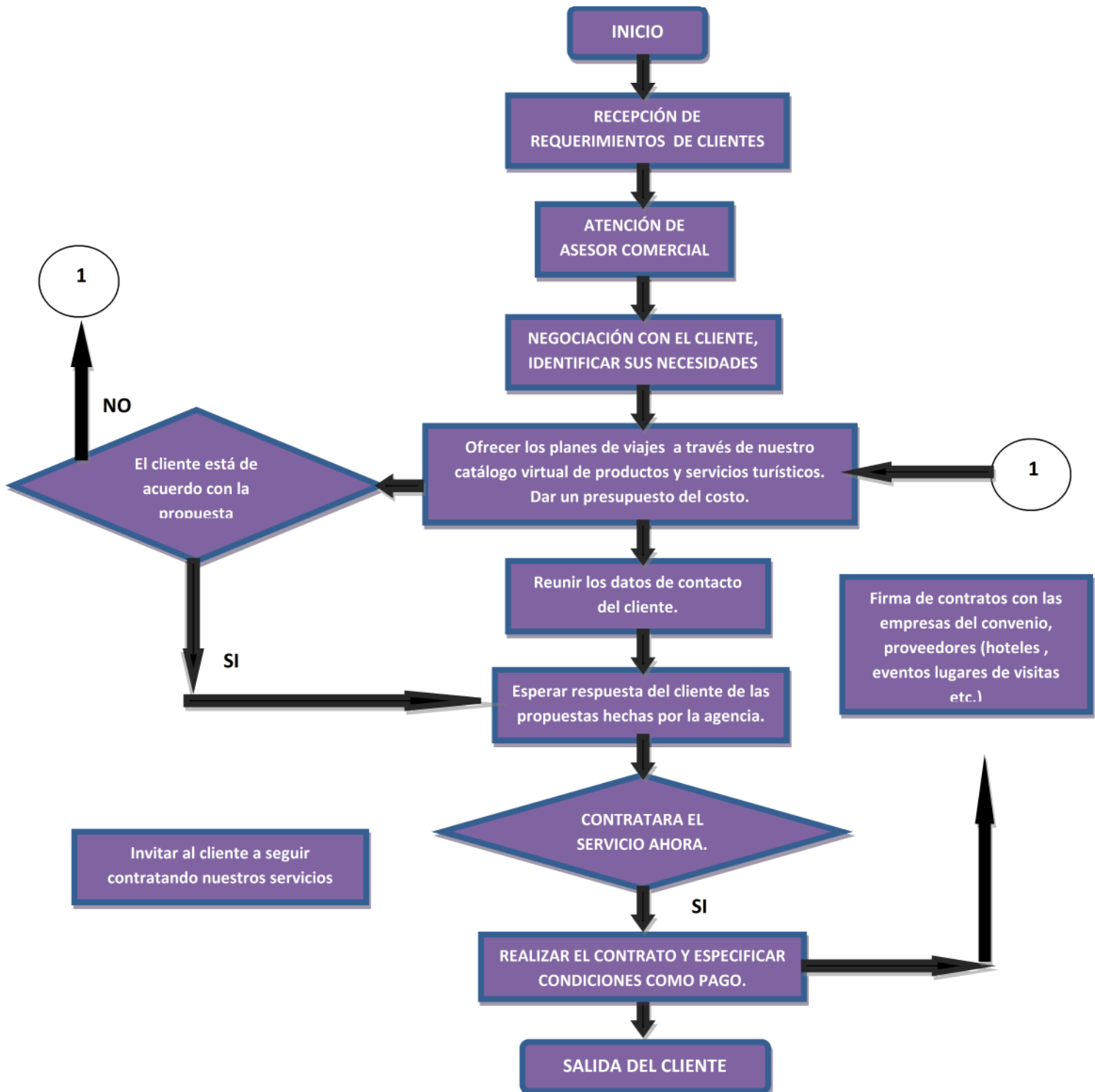
12.1.4 Descripción del proceso

El diagrama de flujo de operaciones para Itineris Travel contempla su inicio en la recepción de los requerimientos del cliente, allí se escucha al cliente y se identifican sus necesidades.

Esta labor de escucha la desempeña el asesor, quien es el encargado de dirigirse a la oficina del cliente (Agencia de viajes y/o mayorista) y hacer el proceso de negociación. En esta negociación se le señala al cliente una vez contratados los servicios con Itineris; los usuarios (turistas y viajeros) podrán disponer de la plataforma para elaborar el plan de viajes a su gusto y preferencia. Seguidamente, se espera la respuesta del cliente, y si la respuesta es, sí, se continúa a establecer las condiciones del contrato y las condiciones de pago, para finalmente elaborar un contrato entre las partes.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Gráfica 25: Diagrama de flujo de las operaciones de venta



Fuente: Las autoras

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

12.1.5 Necesidades y Requerimientos

Para la elaboración de los planes de viajes, con los cuales se dará inicio a la actividad económica de Itineris Travel se incurre en los siguientes costos:

Plan de viajes 1.....\$ 5.074.000

Este plan de viajes es para dos (2) a tres (3) personas. Tres (3) días y dos (2) noches.

- Alojamiento.....\$ 1.524.000

Este valor es un precio estimado del mercado, según investigación en cotizaciones de costos de hoteles 5 estrellas, por parte de las autoras. Algunos de los hoteles consultados fueron Sheraton, Radisson, Hotel Casa Medina etc.

- Transporte.....\$ 1.050.000

Este precio es un valor estimado del transporte de las personas en la Aero-Ban de la agencia. El transporte de los usuarios inicia desde el aeropuerto y será el medio en el que se movilizará a los turistas todo el tiempo.

Este valor también contempla los honorarios del señor conductor.

- City tour..... \$ 2.500.000

Este valor contempla la visita a sitios de interés cultural (turismo cultural y religioso), previamente seleccionados por el turista. Este precio solventa el valor de los honorarios de los guías turísticos (por lo general un guía turístico de dos (2) idiomas cobra desde \$ 25.000*hora y un guía que maneje de tres (3) idiomas en adelante puede cobrar \$100.000*hora).

- Otros sitios de interés..... \$ 0

El transporte de los turistas a bares y restaurantes va incluido dentro de los costos de transporte, los gastos dentro de estos sitios van por cuenta de los viajeros.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Plan de viajes 2.....\$ 8.460.000

Este plan de viajes es para dos (2) tres (3) personas. Cinco (5) días y cuatro (4) noches.

- Alojamiento.....\$ 2.540.000

Este valor es un precio estimado del mercado, según investigación en cotizaciones de costos de hoteles 5 estrellas, por parte de las autoras. Algunos de los hoteles consultados fueron Sheraton, Radisson, Hotel Casa Medina etc.

- Transporte.....\$ 1.750.000

Este precio es un valor estimado del transporte de las personas en la Aero-Ban de la agencia. El transporte de los usuarios inicia desde el aeropuerto y será el medio en el que se movilizará a los turistas todo el tiempo.

Este valor también contempla los honorarios del señor conductor.

- City tour..... \$ 4.170.000

Este valor contempla la visita a sitios de interés cultural (turismo cultural y religioso), previamente seleccionados por el turista. Este precio solventa el valor de los honorarios de los guías turísticos (por lo general un guía turístico de dos (2) idiomas cobra desde \$ 25.000*hora y un guía que maneje de tres (3) idiomas en adelante puede cobrar \$100.000*hora).

- Otros sitios de interés..... \$ 0

El transporte de los turistas a bares y restaurantes va incluido dentro de los costos de transporte, los gastos dentro de estos sitios van por cuenta de los viajeros.

12.1.6 Plan de producción

Itineris se ajusta a la estacionalidad del turismo en Colombia se divide en dos (2) temporadas representativas, con mayor flujo de turistas; estas son las vacaciones de mitad de año (Junio y Julio) y vacaciones de final de año (Diciembre y Enero).

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Según Proexport la llegada de viajeros internacionales a Bogotá presenta una estacionalidad en la cual se evidencia picos en los meses de Diciembre, Enero, Junio, Julio y Agosto respectivamente⁶⁸. Esta información fue tomada en cuenta por las autoras a la hora de calificar las de ventas mensuales y determinar proyecciones. (Ver Tabla 13 proyecciones de ventas)

Plan1: Itineris se preparará para vender 60 planes en un año, divididos semestralmente serian, 30 planes en cada semestre.

Plan2: Se estima, ofrecer 46 planes anualmente, de los cuales se espera ofrecer 26 en cada semestre.

Para Itineris es primordial:

- Planear el programa que se pretende llevar a cabo, por ejemplo si el usuario final desea viajar a un determinado sitio, la agencia tiene que investigar todo lo que se refiere al lugar: como llegar, en cuanto tiempo, mejor opción para hospedarse, que lugares de interés tiene, el costo del viaje, etc.
- Diseñar viajes, para ello hay que investigar con los proveedores, tener varias alternativas y realizar las contrataciones necesarias.
- Tener el control de las operaciones, estar al tanto de cómo se va desarrollando el viaje.

⁶⁸ Búsqueda en línea www.proexport.com.co-PROEXPORT

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

12.2 PLAN DE COMPRAS

Las compras de los servicios requeridos para estructurar cada plan, estas se harán con cada proveedor turístico que lo componen, el costo del plan de viaje como son: el Alojamiento, el Transporte (si se requiere de alquiler auto), el City tour y el Guía Turístico. Por lo tanto estas compras aumentaran de acuerdo al incremento anual en las ventas, teniendo en cuenta que los servicios requeridos en cada tipo de plan se tienen que ajustar también a un aumento; estos precios de estas compras aumentaran con la inflación anual. En este caso no se tienen Mano de Obra Directa, ya que los servicios requeridos tales como; guía turístico y el conductor de la Aero-ban son contratados por honorarios y del mismo `plan saldrán los salarios de estas dos personas.

Las descripciones de los componentes de cada plan, se describen en ficha técnica del producto.

Plan de viajes 1: Este plan de viajes es para dos (2) o tres (3) personas. Tres (3) días y dos (2) noches.

Plan de viajes 2: Este plan de viajes es para dos (2) o tres (3) personas. Cinco (5) días y cuatro (4) noches.

Los cuales contienen las siguientes variables y características:

- **Alojamiento**

Inicialmente se ofrece en estos planes hoteles cinco (5) estrellas. Para acortar el análisis de costos y financiero.

- **Transporte** El transporte de las personas en la Aero-Ban de la agencia. El transporte de los usuarios inicia desde el aeropuerto y será el medio en el que se movilizará a los turistas todo el tiempo. Aquí se contempla el valor del conductor.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- **City tour** Esto es la visita a sitios de interés cultural (turismo cultural y religioso), previamente seleccionados por el turista. Aquí se contempla el valor de los honorarios de los guías turísticos.

Tabla 18: Consumo de unidades de producción plan1 (2 a 3 personas)

Producto No.1	PLAN 1 (3 DIAS 2 NOCHES)			
UNIDAD DE PRODUCCION				
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
Alojamiento hotel 5 estrellas	1	1.524.000	1,00	1.524.000
transporte	1	1.050.000	1,00	1.050.000
city tour-guia turistico	1	2.500.000	1,00	2.500.000
SUBTOTAL		5.074.000	3,00	5.074.000

Fuente: Plataforma Bogotá Emprende-SENA

Tabla 19: Consumo de unidad de producción Plan2. (2 a 3 personas)

Producto No.2	PLAN 2 (5 DIAS 4 NOCHES)			
UNIDAD DE PRODUCCION				
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
Alojamiento hotel 5 estrellas	1	2.540.000	1,00	2.540.000
transporte	1	1.750.000	1,00	1.750.000
city tour-turistico	1	4.170.000	1,00	4.170.000
SUBTOTAL		8.460.000	3,00	8.460.000

Fuente: Plataforma Bogotá Emprende-SENA

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

12.3 COSTO DE PRODUCCIÓN

12.3.1 Costos variables

Los costos variables para Itineris Travel son:

- **Alojamiento:** Esto es un costo variable ya que depende de la temporada del año en la que se contraten los servicios con el hotel, el costo también puede variar, si el usuario contrata o no los servicios de alimentación del hotel.
- **Transporte:** El transporte es un costo variable ya que, aunque la camioneta sea propia, se debe pagar los honorarios del conductor.
- **City Tour- Guía turístico:** el costo de las entradas a los destinos que está dentro del recorrido, estos costos varían dependiendo de los sitios seleccionados entre otras variables. El costo del guía turístico, varían dependiendo del valor de los honorarios del mismo.

El valor de los costos variables de Itineris en el año uno es de \$ 693.600.000 discriminados así:

Tabla 20. Costos Variables Anuales Itineris Travel

COSTOS VARIABLES AÑO 2012	
CONCEPTO	VALOR
SERVICIOS DEL PLAN 1	304,440,000
SERVICIOS DEL PLAN 2	389,160,000
TOTAL COSTOS VARIABLES ANUALES	\$ 693,600,000

Fuente: Las autoras

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

12.3.2 Costos Fijos

Itineris contempla como costos fijos gastos de administración y ventas, la remuneración al personal de administración y ventas, el arriendo del local, gastos de depreciación.

El valor del costo fijo para el primer año de Itineris Travel es de \$ 214.935.215 (Depreciación + Gastos operacionales), discriminados así:

Tabla 21. Costos Fijos Anuales Itineris Travel

COSTOS FIJOS AÑO 2012	
CONCEPTO	VALOR
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	55,800,000
arriendo	18,000,000
energía	10,800,000
agua	5,400,000
teléfono	2,400,000
suministros de oficina	1,200,000
Honorarios contador	18,000,000
PUBLICIDAD	48,000,000
GASTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVOS (GERENTE)	62,358,384
GASTOS DE PERSONAL DE VENTAS (DIRECTOR Y ASESOR COMERCIAL)	44,358,384
DEPRECIACIÓN	2,000,000
amortización del diferido	2,418,447
TOTAL COSTOS FIJOS ANUALES	\$ 214,935,215.00

Fuente: Las autoras

Tabla 22 Gastos de Administración y ventas mensuales y anuales

GASTOS DE ADMINISTRACION			GASTOS DE VENTAS		
CONCEPTO	MENSUALES \$	ANUALES	CONCEPTO	MENSUALES	ANUALES
Arriendo	1,500,000	18,000,000			
Energia	900,000	10,800,000			
Agua	450,000	5,400,000			
Telefono	200,000	2,400,000			
Suministros de oficina	100,000	1,200,000			
Contador	1,500,000	18,000,000	Publicidad	4,000,000	48,000,000
TOTAL GASTOS DE ADMÓN	4,650,000	55,800,000	TOTAL GASTOS DE VTAS	4,000,000	48,000,000

Fuente: las autoras

Tabla 23 Gastos de Administración y ventas a cinco años

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Otros costos indirectos de producción					
Gastos de administración	55.800.000	59.706.000	63.885.420	68.357.399	73.142.417
Gastos de ventas	48.000.000	51.360.000	54.955.200	58.802.064	62.918.208
Total	103.800.000	111.066.000	118.840.620	127.159.463	136.060.626

Fuente: Las autoras

Itineris para el desarrollo de la parte financiera tomó una tasa el 7% del IPC de crecimiento anual, se sabe que para el 2008 el IPC fue de (7.67%), para el 2009 (2,00%), esperando que para el 2010 sea un 9.87%⁶⁹.

Itineris no cuenta con costos indirectos, pues las únicas compras que la empresa debe hacer a los proveedores turísticos que son los que componen los costos directos de cada plan.

⁶⁹ www.rpiedrahitaauditores.com/web/Indicadores/Indicadores.aspxid=3

Tabla 24. Remuneración de personal

VENTAS		ADMNISTRACIÓN	
CONCEPTO	AÑO 1	CONCEPTO	AÑO 1
SUELDO (Director Comerial y Asesor)	48,000,000	SUELDO	48,000,000
PARAFICALES	4,320,000	PARAFISCALES	4,320,000
SEGURIDAD SOCIAL	6,000,000	SEGURIDAD SOCIAL	6,000,000
CESANTÍAS	3,998,400	CESANTÍAS	3,998,400
INTERESES SOBRE CESANTÍAS	39,984	INTERESES SOBRE CESANTÍAS	39,984
PRIMA DE SERVICIOS	3,998,400	PRIMA DE SERVICIOS	3,998,400
VACACIONES	2,001,600	VACACIONES	2,001,600
TOTAL	62,358,384	TOTAL	62,358,384

Fuente: Plataforma Bogotá Emprende-SENA

Itineris Travel cuenta con tres (3) empleados fijos:

Gerente General-----Área Administrativa

Director Comercial-----Área Ventas

Asesor de ventas-----Área Ventas

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

12.4 INFRAESTRUCTURA

12.4.1 Infraestructura-Parámetros técnicos

Investigaciones realizadas demuestran que en Colombia existe una norma que ampara la infraestructura interna y externa de las agencias de viajes⁷⁰. La Unidad Sectorial de Normalización para el subsector de las agencias de viaje USNAV, es una entidad reconocida por el Organismo Nacional de Normalización que tiene por función la preparación de normas técnicas propias del subsector de agencias de viaje (NTSAV) dentro de los parámetros internacionales establecidos para esta actividad con la posibilidad de ser sometidas al proceso de adopción y publicación de la norma Técnica Colombiana (NTC) o guía técnica colombiana (GTC).

El comité técnico de infraestructura en agencias de viajes, el cual es un conjunto interdisciplinario de profesionales, integrado por representantes de las agencias del país, consumidores e interesados en general, que mediante consenso establecen parámetros fundamentales que rigen la normalización de productos, procedimientos o servicios en el subsector de agencias de viajes.

Esta norma técnica sectorial establece la infraestructura que deben tener las agencias de viajes para garantizar una adecuada atención al cliente. (ANEXO 11. Norma Técnica Sectorial de Infraestructura)

Itineris Travel se ajustará a esta norma ya que todo lo referente a sistemas de instalaciones y equipos dependen y son necesarios para el funcionamiento de la agencia, en el plano elaborado se muestra las ubicaciones que de tener los escritorios y toda la estructura mobiliaria para ajustarse a un espacio o ambiente exterior que son necesarios para su funcionamiento.

⁷⁰ Búsqueda en línea:http://www.anato.org/img/icontec/infraestructura_en_av.pdf

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Debe considerarse espacios tanto interiores como exteriores de un fácil acceso a desplazamientos de la población en general tanto clientes como empleados no deben tener barreras físicas y actitudinales que obstruyan la comunicación.

Para la parte de infraestructura es el sistema de instalaciones, los equipos de cómputo, y demás serán los responsables de que este negocio comience con su funcionamiento para esto Itineris contempla los siguientes equipos:

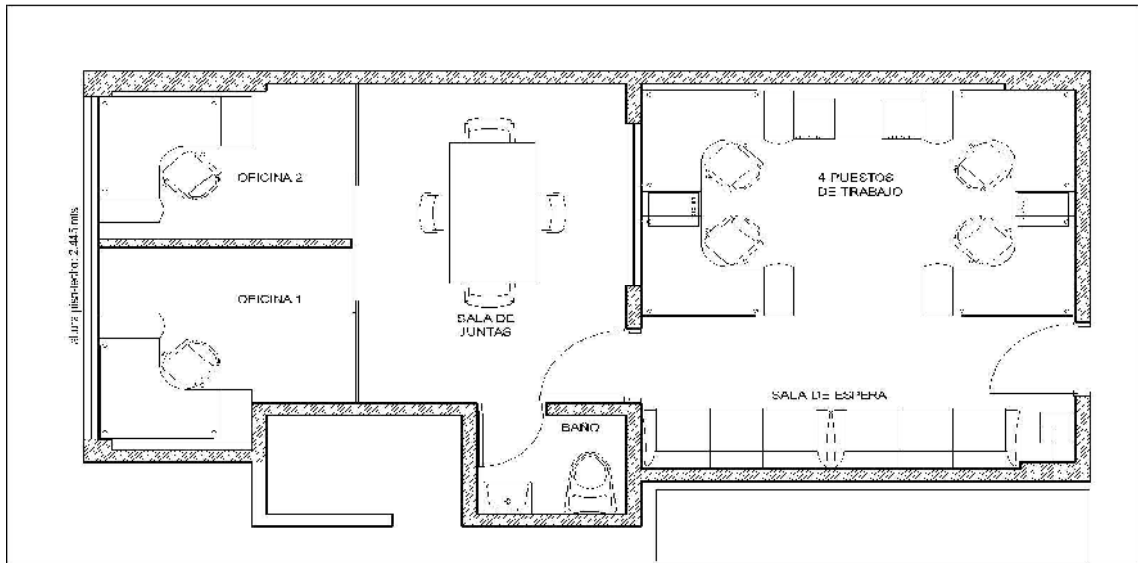
Tabla 25. Equipos a Adquirir por Itineris Travel

EQUIPOS A ADQUIRIR		
ACTIVOS FIJOS		
CONCEPTO	Q	VALOR
COMPUTADORES	3	3,150,000
TELEFÓNOS	3	150,000
IMPRESORA FAX FOTOCOPIADORA	1	700,000
TOTAL		4,000,000

Fuente Las autoras con base en cotizaciones hechas con proveedores

En la infraestructura interna también participan toda la parte de muebles y enseres que Itineris ha contemplado con extensas cotizaciones realizadas a proveedores que con extensas cotizaciones que ha hecho el quipo de Itineris para dotar toda la oficina de muebles que como bien es nombrado por la Norma Técnica Sectorial se debe ver el espacio como un conjunto.

Gráfico 26. Plano local Itineris Travel



Fuente: las autoras

Tabla 26. Mobiliario e Instalaciones Administrativas

MOBILIARIO E INSTALACIONES ADMINISTRATIVAS		
ACTIVOS FIJOS		
CONCEPTO	Q	VALOR
ESCRITORIOS	4	1,500,000
SILLAS	5	900,000
SEPARADORES DE OFICINAS	3	600,000
SOFA	1	500,000
INSTALACIONES Y ADECUACIÓN		1,500,000
TOTAL		5,000,000

Fuente: Las autoras con base en cotizaciones hechas con proveedores

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

En el tema de los servicios que se necesitan para desarrollar toda esta operación Itineris los contempla como administrativos mensuales, entre estos se encuentran.

Tabla 27. Gastos Administrativos Mensuales para Itineris Travel

ARRIENDO -SERVICIOS PÚBLICOS	
CONCEPTO	VALOR MENSUAL
Arriendo	1,500,000
Energia	900,000
Agua	450,000
Telefono	200,000
Suministros de oficina	100,000
Contador	1,500,000
TOTAL GASTOS DE ADMÓN	4,650,000

Fuente: las autoras

13. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

13.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

13.1.1 Análisis DOFA

- **Amenazas**

Una de las amenazas que enfrenta el sector de turismo en Colombia, es el recrudecimiento de la violencia, así como otros factores sociales, afectando de manera directa la percepción que se tiene en el extranjero del país, lo que a su vez repercute en la desviación de los turistas y a la inversión de capital, trasladándose hacia otros lugares.

La segunda de las amenazas que se identifica es el elevado grado de apertura que existe en el sector de turismo. Cada vez son más las empresas formales e informales, que operan en el sector de turismo y que ofrecen servicios y productos sustitutos, entre los cuales se encuentran no solo las agencias de viaje, sino también, taxis, guías turísticos, policías turísticos, entre otros. La existencia de un gran número de empresas y servicios de estas características, origina un alto grado de competitividad sectorial, por lo que las empresas especializadas en servicios turísticos urbanos, el caso de Itineris Travel, deben esforzarse por ofrecer una mejor oferta y mayor calidad en sus servicios.

Otra de las amenazas identificadas en el presente análisis es la falta de vigilancia de ciertas actividades relacionadas con el sector de turismo, ocasionando que sean numerosas las empresas informales que operan en el sector. Estas empresas informales, desarrollan su actividad turística sin regulación y al margen de las exigencias reconocidas en la normativa vigente y que se aplica al sector. Como consecuencia de ello, los servicios ofertados por parte de estas empresas, en muchos casos, son inadecuados, de baja calidad y a precios por debajo del mercado, originando que se proyecte una mala imagen de la actividad.

La última de las amenazas descrita, es la falta de iniciativas para la promoción de los lugares culturales más representativos de la ciudad, tanto de zonas rurales como urbanas,

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

por ante de entidades públicas y privadas responsables de dar impulso al sector en la ciudad de Bogotá.

- **Oportunidades**

Como oportunidades se destaca el evidente auge de inversión extranjera a Bogotá. Sobre todo al sector hotelero. La llegada de inversión extranjera facilita el fomento de obras para el desarrollo de las infraestructuras de comunicación, apertura de nuevos hoteles, la adecuación de espacios físicos del territorio, el incremento en las vías de acceso y el mejoramiento de las existentes, etc.; lo cual se evidencia en el aumento de atractivos turísticos para la ciudad.

Otra de las oportunidades que presenta Bogotá es la existencia de lugares turísticos de gran atractivo. La adecuación de espacios óptimos para el ocio y el esparcimiento, más la transformación que actualmente está presentando la ciudad, ha permitido que Bogotá se posicione como un destino pertinente a la hora de realizar diferentes actividades de interés de los viajeros, tales como: negocios, ecoturismo, ferias, eventos, convenciones, entre otros.

Otra de las oportunidades identificadas, es la vinculación de entidades públicas y privadas que trabajan de manera conjunta para el desarrollo de estrategias que den impulso a Bogotá como un destino turístico representativo a nivel nacional.

Entre de las fortalezas identificadas se puede señalar las pocas restricciones migratorias que existen en el país para la llegada de turistas extranjeros, lo cual evidencia mayor afluencia de visitantes al país, a su vez, estimulando, el desarrollo de la actividad turística.

La constante afluencia de viajeros a la ciudad es otra oportunidad. Debido a que Bogotá no solo es la capital del país, sino también, tiene el aeropuerto con mayor movilización de personas en todo el territorio nacional. También es una de las ciudades más representativas de turismo de negocios, esto quiere decir que en Bogotá se moviliza un alto número de personas, nacionales y extranjeros, que llegan a la ciudad a asistir a algún tipo de convención, conferencia, etc.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

La última oportunidad, contempla que en el mercado se destaca la escasa diferenciación de los productos y servicios ofertados por parte de las empresas de servicios de turismo urbano. Esto, en buena parte, es consecuencia de una escasa especialización en la oferta de los servicios y por la falta de un proceso de investigación. Por esto, Itineris apunta a poner en marcha una oferta diferenciada, en la que se potencien variados atractivos turísticos y recursos que ofrece la ciudad.

- **Fortalezas**

Una fortaleza es la Propuesta de producto innovadora, la cual contempla variedad de lugares con gran afluencia turística y con importante actividad comercial. Que los turistas y potenciales clientes se vean interesados en contratar con Itineris Travel, en vez de otras agencias. Esta, va ligada a la fortaleza que contempla que, el alto valor agregado de los productos y servicios que ofrecerá Itineris, le permitirá competir en el mercado con servicios de alta calidad.

La existencia de una normativa sectorial supone una fortaleza para las empresas del sector. La normatividad regula de forma más adecuada el ejercicio de la actividad turística, y permite que se establezcan parámetros y lineamientos específicos que estructuran el correcto desarrollo de dicha actividad. Teniendo en cuenta que Itineris Travel acatara y se acogerá a las normas establecidas para el desarrollo de su actividad.

En relación con los precios, Itineris Travel desarrolla una estrategia de precios para que estos sean accesibles y competitivos.

- **Debilidades**

La evidente carencia de entrenamiento y capacitación a prestadores de servicios turísticos, como por ejemplo el manejo de un segundo idioma y hasta un tercero, dificulta una prestación adecuada del servicio en la ciudad y limita el alcance a turistas que no hablen el idioma español.

La dificultad para acceder a agremiaciones y asociaciones como ANATO, demoran el proceso de posicionamiento de la agencia en el mercado, lo que a su vez demora el

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

reconocimiento de Itineris Travel, por parte de las agencias de viajes y turismo así como los mayoristas a nivel nacional e internacional.

Estrategias DOFA

- **Estrategias FO:** Itineris Travel define sus fortalezas y hacer uso de las oportunidades del mercado través de la utilización de sus capacidades positivas, para el ofrecimiento de su servicio. Como es aprovechar la gran oferta de hoteles debido al impulso en la inversión en construcción de proyectos hoteleros, también aprovechara la gran afluencia de viajeros a Bogotá haciendo uso de sus servicios de valor agregado ofreciendo precios asequibles y atractivos.
- **Estrategia FA:** Itineris tratará de disminuir al mínimo, el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de sus fortalezas. Con una buena prestación del servicio, se colabora en la mejora de la forma en la que ven a Colombia a nivel internacional. El aporte de Itineris en el cambio de percepción de Colombia a nivel internacional, se evidencia en el trato cordial amable de sus empleados hacia los clientes y/o usuarios y además se les brinda seguridad a los usuarios.
- **Estrategias DA:** Itineris tiene como propósito disminuir las debilidades y neutralizar las amenazas, a través de acciones de carácter defensivo. Se buscará desde un principio adelantar con el cumplimiento de los requisitos para acceder a las ANATO.
- **Estrategias DO:** Se busca Tiene mejorar las debilidades internas, aprovechando las oportunidades externas. En este sentido, se definió que los empleados deben hablar al 100% Ingles y para la contratación de guías turísticos se definió que deben hablar tres idiomas. Este como el objetivo de enfrentarnos a clientes de todas partes del mundo.

Gráfico 27 Matriz DOFA



Fuente: las autoras

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

13.1.2 Organismos de apoyo

ANATO es el organismo más grande y más importante a la hora de apoyar a las agencias de viajes; lo que comenzó hace cerca de 61 años, como una pequeña asociación de cuatro Agentes de Viajes con visión futurista a finales de 1949 en la ciudad de Bogotá, se ha consolidado con el pasar de los tiempos, con la creación de la Asociación de Viajes y Turismo ANATO, el gremio sólido del turismo que trascendería al cambio de siglo normalizando la actividad y que cuenta hoy con 607 agencias asociadas de todos los departamentos del país, quienes a su vez, han creado una agremiación como respuesta a la mejor manera de crecer profesionalmente en beneficio del consumidor final.

Itineris se beneficiará ya que al pertenecer a la Asociación Colombiana de Agencias y Viajes de Turismo, les dará prestigio y credibilidad a los clientes para que sigan contratando de los servicios de esta agencia operadora, ya que es el sello de calidad más grande que pueden tener los compradores de servicios turísticos.

Estos son algunos de los organismos de apoyo secundarios con el que debe tener relaciones comerciales y laborales Itineris Travel en su proceso de creación.

COTELCO es la Asociación Hotelera de Colombia, entidad sin ánimo de lucro, creada en 1954, para fortalecer y agrupar los establecimientos que se ocupan de la industria hotelera. El gremio forma parte y está en contacto permanente con las organizaciones internacionales del turismo y la hotelería mundial, trasladando eventos, experiencias y programas a sus hoteles afiliados. Pertenecemos al Consejo Empresarial de la Organización Mundial del Turismo, OMT, a la Asociación Mundial de Hoteles y Restaurantes IHRA y a la Asociación Latinoamericana de Gremios de la Hotelería.

Itineris al estar aliado con Cotelco recibirá mejores tarifas por el simple hecho de pertenecer a la ANATO, se le abrirán las puertas por ser una agencia debidamente registrada, en este momento Cotelco cuenta con convenios que ofrece a todo el sector

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

turístico con el propósito de promover la inversión en el sector turístico en general y en la hotelería en particular, en virtud del cual los empresarios interesados (agencias de viajes de toda clase) puedan invertir en el sector además contarán con una línea de financiación competitiva en términos de plazo, monto del crédito, amortización, pago de intereses y flexibilidad en la tasa de redescuento.

ACODRES es en su calidad de asociación gremial sin ánimo de lucro, aglutina a las entidades comerciales con oferta de la industria Gastronómica, busca convocar representar y orientar a los establecimientos y a sus profesionales, manteniéndose actualizada sobre las problemáticas del mismo e impulsando el desarrollo de la industria, dentro de un marco político, económico y sociocultural, todo lo anterior encaminado a los beneficios de los afiliados y a un mejor servicio al cliente final.

Itineris gozará de beneficios al pertenecer a Acodres, ya que ellos al saber que Itineris pertenece y registra ante la ANATO, ya por ese simple hecho este organismo procederá a manejar mejores tarifas en sus mejores establecimientos gastronómicos.

ACOLTES es la entidad es la entidad gremial de mayor importancia en la modalidad del Transporte Terrestre Automotor Especial en Colombia que promueve el desarrollo de esta industria; defiende los intereses de sus asociados y de quienes se dedican a este servicio público y crece en forma permanente y están constante proceso de transformación para modernizarse y estar a la par de las necesidades de sus asociados.

Para la agencia operadora Itineris Travel tener relaciones con Acoltes algo que se debe hacer ya que por más de que Itineris compre la Aeroband deberá asesorarse en temas de transporte y que mejor que asesorarse con el mejor gremio de transportadores de turismo que tiene la ciudad.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

13.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- **Planeación Estratégica**

La planeación estratégica es la herramienta administrativa que trabajará de la mano con Itineris ya que ella es la que ayuda a incrementar las posibilidades de éxito cuando se quiere alcanzar algo en situaciones de incertidumbre y/o de dentro de la organización que se creará en el año 2012.

La priorización del Qué ser sobre el Qué hacer es necesario identificarlo para eso Itineris contará con la **misión** que será “Conformamos un equipo humano joven, profesional con liderazgo, actitudes y aptitudes que nos une a la estrategia de trabajar en forma organizada, teniendo en cuenta todos los procesos de Gestión Gerencial y Calidad del Servicio para hacer realidad los sueños y expectativas de todos los clientes que confían en la compra de nuestros productos”

La **visión** para el año 2012 Itineris será convertirse “A través de nuestro excelente portafolio de servicio, lograr un posicionamiento y un respeto en el mercado nacional e internacional como agencia operadora”.

Entre sus **valores** Itineris se comprometerá a:

Decir siempre la verdad: Información clara respecto a los planes. Al momento de la compra de algún plan, se procederá a realizar firmas de contratos con los cliente para que sepan los derechos, políticas de devoluciones y responsabilidad.

Conocer los destinos y planes que se ofrece: Tener personas idóneas para dar a conocer y ofrecer todos los servicios que la agencia provee. Itineris quiere prestar un servicio, no solo vender productos, ser constructores de conocimiento con los manejos de unas excelentes tarifas.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Para Itineris Travel su imagen corporativa está conformada por una serie de elementos gráficos y tipográficos, dispuestos de manera que conformen un conjunto. En el logo de Itineris Travel se destaca el nombre escrito de color azul, en tipología sólida con una leves rayas que deja el camino del avión mostrando agilidad y movimiento.

Los tres colores corporativos del logo deben ser utilizados siempre que el presupuesto y el medio donde va a ser aplicado lo permitan Itineris se identificó con los tres colores bandera de Colombia estableciendo su identidad.

Gráfico 28 Imagen Corporativa



Fuente: las autoras

Para la estructura organizacional es importante que exista una Gerencia General, un departamento administrativo y un espacio definido para, operación que involucre la logística, especializados cada uno en su función y conformados con personal idóneo.

- Perfiles requeridos. Deben ser personas profesionales especializadas en las diferentes actividades que cubran la operación como son transporte, guianzas, cotización, comercialización, alojamiento y gastronomía, logística, costos y debe manejarse el bilingüismo.
- Servicio de Transporte. Debe manejarse transporte especializado para turistas, ya sean Vehículos de propiedad de la empresa o free-lance (este último en caso de necesitarlo).
- Tecnología. Tecnología actualizada a nivel del software para el manejo de paquetes dentro de nuestra plataforma virtual disponible en la pagina HTML.
- Estrategias de permanencia en el mercado. Realizar buenas alianzas, uniones, contratos de administración o grupos que permitan que Itineris se fortalezca y sea más competitivo, es la nueva tendencia del sector.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- Capacitación. Promover la capacitación a los diferentes niveles de la organización, especialmente sobre producto turístico, estrategias en la parte administrativa.

Al momento de iniciar la empresa operadora de servicios turísticos, el personal que se requiere son:

- Fijos: el propio emprendedor y el director/a comercial.
- Temporales: dos (2) guías turísticos.
- Servicios profesionales independientes: un (1) contador.

- **Manual de funciones de Itineris Travel**

Para Itineris Travel es primordial de que todos los empleados que entren a trabajar, tengan su manual de funciones con el fin de brindar satisfacción y sentido de pertenencia a la empresa.

En el tema de **perfiles**, Itineris se destacará por reclutar gente con el conocimiento en el sector turístico ya que deben ser personas profesionales especializadas en las diferentes actividades que cubran toda la operación desde una cotización, así como comercialización, todo el tema de planes (alojamiento-gastronomía, citytour) hasta la logística, y debe manejarse el bilingüismo, como mínimo tener un segundo idioma.

Itineris tendrá **indicadores de gestión** para evaluar el desempeño de su recurso humano una de ellos será:

No. de Empleados capacitados

No. Empleados contratados

Este con el fin de evaluar la productividad y la calidad del trabajo, que se verá reflejado en la atención y el servicio prestado a los clientes.

A continuación se adjunta los manuales de funciones de los tres empleados que trabajará, directamente con Itineris Travel.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

• **Formularios de descripción de cargos**

División/ Departamento:	Área Administrativa	
Lugar:	Oficina sede Chapinero	
Puesto:	Gerente General	
Depende de	-	<i>evento</i> -

Nivel/ Grado Primer Nivel	Tipo de puesto: <input checked="" type="checkbox"/> Jornada completa <input type="checkbox"/> Media jornada <input type="checkbox"/> Contrata <input type="checkbox"/> Interno	Horas 49 / semana <input checked="" type="checkbox"/> Exento <input type="checkbox"/> No exento Salario \$4.000.000
Características del contrato: Termino indefinido		

DESCRIPCIÓN GENERAL
<p>El emprendedor es el encargado de la administración general de la empresa, programa y controla todas las actividades que empresa se desarrollan, y se encargará de:</p> <p>la negociación con los proveedores y clientes, La elaboración y diseño de los productos o paquetes turísticos que se comercialicen en la empresa, Captación de nuevos clientes, Contratación de personal, Manejo de nóminas, Facturación, Compra de equipos de trabajo, Atención al cliente.</p>
REQUISITOS DE EXPERIENCIA LABORAL
<ul style="list-style-type: none"> - Mínimo 4 años de experiencia en áreas comerciales y financieras - Manejo de personal.
REQUISITOS ACADÉMICOS
<ul style="list-style-type: none"> - Especialización en finanzas. - Manejo de Ingles en 100%

REVISADO POR: ANDREA MARTINEZ	<i>evento</i>
APROBADO POR: ANDREA MARTINEZ	<i>evento</i>
FECHA DE PUBLICACIÓN	
FECHA DE CONTRATACIÓN	

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Formulario de descripción de cargo

División/ Departamento:	Área Comercial
Lugar:	Oficina sede Chapinero
Puesto:	Director Comercial
Depende de:	Gerente General <i>evento -</i>

Nivel/ Grado Primer Nivel	Tipo de puesto: <input checked="" type="checkbox"/> Jornada completa <input type="checkbox"/> Media jornada <input type="checkbox"/> Contrata <input type="checkbox"/> Interno	Horas 49 / semana <input checked="" type="checkbox"/> Exento <input type="checkbox"/> No exento Salario \$ 2.500.000
Características del contrato: Termino indefinido		

DESCRIPCIÓN GENERAL	
?	colaborar en la administración del contrato con proveedores y clientes
?	Atención al cliente y venta de productos,
?	captación de nuevos clientes,
?	Compra de consumibles y de Souvenir (Artesanías y regalos)
REQUISITOS DE EXPERIENCIA LABORAL	
—	Mínimo 4 años de experiencia en áreas comerciales y mercadeo
—	Manejo de personal de ventas
REQUISITOS ACADÉMICOS	
—	Especialización Mercadeo y ventas.
—	Manejo de Inglés en 100%

REVISADO POR: ANDREA MARTINEZ	<i>evento</i>
APROBADO POR: ANDREA MARTINEZ	<i>evento</i>
FECHA DE PUBLICACIÓN	
FECHA DE CONTRATACIÓN	

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Formulario de descripción de cargo

División/Departamento: Área Comercial
Lugar: Oficina sede Chapinero
Puesto: Asesor Comercial
Depende de: Gerente General <i>evento -</i>

Nivel/Grado Primer Nivel Características del contrato: Termina indefinido	Tipo de puesto: <input checked="" type="checkbox"/> Jornada completa <input type="checkbox"/> Media jornada <input type="checkbox"/> Contrata <input type="checkbox"/> Interno	Horas 49 / semana <input type="checkbox"/> Exento <input checked="" type="checkbox"/> No exento Salario \$1.500.000
--	---	--

DESCRIPCIÓN GENERAL Será la mano derecha del director comercial, atenderá, y captará nuevos clientes. Atención al cliente, captación de nuevos cliente,
REQUISITOS DE EXPERIENCIA LABORAL – Mínimo 4 años de experiencia como asesor de ventas.
REQUISITOS ACADÉMICOS – Profesional de mercadeo, administración de empresas y afines. – Manejo de Inglés en 100%

REVISADO POR: ANDREA MARTINEZ	<i>evento</i>
APROBADO POR: ANDREA MARTINEZ	<i>evento</i>
FECHA DE PUBLICACIÓN	
FECHA DE CONTRATACIÓN	

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- **Personal externo**

Los guías turísticos y el conductor serán personal contratados por honorarios y son gran parte de toda la operación manejada por esta agencia.

Los guías turísticos deberán ser personas bilingües, Itineris está trabajando para comenzar a exigir guías turísticos trilingües y como perfiles deben tener la orientación esta se refiere a la función por medio de la cual, el Guía de Turismo suministra al turista o pasajero, las informaciones o puntos de referencia generales sobre diversos aspectos relacionados con su viaje, de forma básica, precisa, breve y específica.

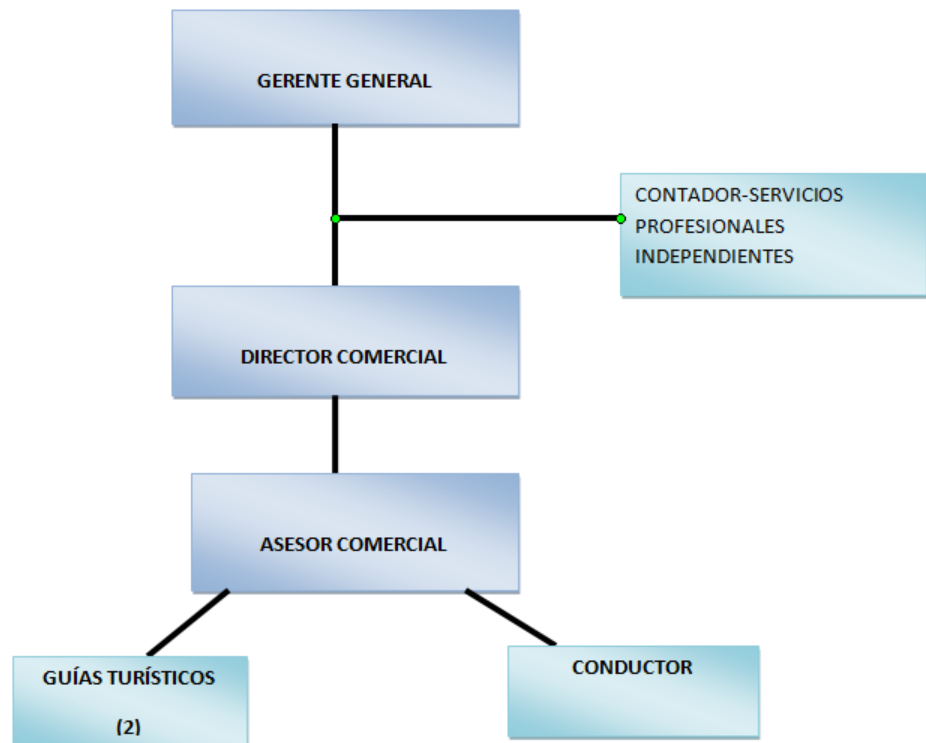
Dar instrucción esta se refiere a la función de enseñanza, que el Guía de Turismo imparte al turista o pasajero a través de los atractivos turísticos, sobre diversidad de temas desarrollados en forma suficiente, veraz y completa.

El guía debe tener la función de conducir y liderar el turista o pasajero en forma cortés, responsable y prudente, para encaminarlo con seguridad y eficiencia por los atractivos turísticos, en desarrollo del plan de viaje estipulado para el servicio contratado. Además debe de cumplir con la asistencia esta función se refiere al servicio de colaboración y ayuda oportuna, eficiente y suficiente, que el Guía de Turismo presta al turista o pasajero en diversas situaciones y eventualidades que se presenten durante su viaje, procurándole la mayor satisfacción y bienestar posibles.

El conductor deberá tener muy buena disposición para estar con los turistas llevándolos al recorrido en la Aero-Ban junto con el guía, los salarios de estas dos personas saldrán de cada plan de viaje tal como se muestra en el tema de Necesidades y Requerimientos numeral 12.1.5.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Grafico 29: Organigrama Itineris Travel



Fuente: Las autoras

A medida que el negocio se va posicionando en el mercado, necesitará aumentar la plantilla de personal, al menos 1 ó 2 personas fijas, y 2 ó 3 personas en régimen de subcontratación (guías turísticos), lo cual permitirá que los puestos de trabajo estén más especializados y las funciones delimitadas, logrando una mayor eficiencia de los mismos. En esta nueva organización de los puestos de la empresa, el personal fijo asumirá más responsabilidades que el director (emprendedor) irá delegando, sobre todo el área de ventas de productos y servicios, con el objetivo de aumentar la demanda y poder llegar a un mayor número de clientes.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

13.3 ASPECTOS LEGALES

13.3.1 Constitución Empresa y Aspectos Legales

Para la constitución del presente plan de negocio, como una organización legalmente definida, se tendrá en cuenta que la constitución como figura jurídica de toda organización, se rige, bajo los parámetros establecidos por la Constitución Nacional, El código de Comercio y la Cámara de Comercio.

- **Pasos para la constitución y formación de una empresa**

Comerciales

- ✓ Tramites: Notarías y sedes de la Cámara de Comercio de Bogotá.
- ✓ Reunir los socios para constituir la sociedad (personas jurídicas)
- ✓ Verificar en la Cámara de Comercio de Bogotá que no exista un nombre o razón social igual o similar al establecimiento de comercio (personas naturales o jurídicas). (Ver tabla 1 de Homonimia según Cámara y Comercial)
- ✓ Elaborar minuta de constitución y presentarla en la notaría (personas jurídicas), con los siguientes datos básicos: Nombre, razón social, objeto social, clase de sociedad e identificación de los socios, nacionalidad, duración, domicilio, aportes de capital, representanta legal y facultades, distribución de utilidades, causales de disolución, entre otros. (Ver Anexo 12. Minuta y Estatutos)
- ✓ Obtener la escritura pública autenticada en la notaría (personas Jurídicas)
- ✓ Empresa unipersonal: inscribir el documento privado o escritura pública ante notaría o ante el secretario de la Cámara de Comercio de Bogotá.
- ✓ Matricular e inscribir la sociedad en el registro mercantil de la Cámara de Comercio. Requisitos:
- ✓ Presentar la segunda copia de la escritura pública de la constitución de la sociedad (sólo para personas jurídicas)

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- ✓ Diligenciar formulario de matrícula mercantil para establecimientos de comercio (si los tiene), personas naturales o jurídicas, y/o sucursales y agencias comerciales, según el caso.
- ✓ Registrar los libros de contabilidad en la Cámara de Comercio de Bogotá, así: Diario, mayor, inventarios y balances, actas (sociedades), según el giro ordinario de sus negocios.
- ✓ Obtener el certificado de existencia y representación legal (personas jurídicas) o el certificado de matrícula mercantil (personas naturales).
- ✓ Renovar anualmente, antes del 31 de marzo de cada año, las matrículas mercantiles de las personas naturales, jurídicas y de los establecimientos de comercio.

- **Tributarios**

- ✓ Tramites de orden Nacional:
Paso de 1-4 en la dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN (www.dian.gov.co): 1. Personas Naturales: Cl 75 No. 15-74, 2. Personas Jurídicas: Cr. 10 No. 14-15.
- ✓ Solicitar formulario de registro único tributario, RUT.
- ✓ Solicitar el número de identificación tributaria, NIT. Las personas naturales (comerciantes) deben llevar fotocopia de la cédula de ciudadanía y certificado de Cámara de Comercio, no mayor a tres meses de su solicitud.
- ✓ Las personas jurídicas deben presentar fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal y certificado de existencia y representación legal de la Cámara de Comercio de Bogotá (no mayor a tres meses de su solicitud).
- ✓ Inscribir la sociedad en el registro único tributario, RUT, como responsable del impuesto al valor agregado, IVA.
- ✓ Requisito: diligenciar formulario en la dirección de impuestos y aduanas Nacionales, DIAN. 1. Opciones: Régimen común y régimen retenedor, 2. Para personas jurídicas y personas naturales se debe presentar: 3. Certificado de la

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Cámara de Comercio no mayor a tres meses de su solicitud. 4. Fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal de la sociedad.

- ✓ Tramites de orden Distrital: Administración de Impuestos Distritales: Cr 30 No. 24-90 P.1
- ✓ Inscripción al RIT, diligenciando formulario respectivo y cumpliendo los siguientes requisitos:
- ✓ Personas Naturales: Fotocopia de la cédula de ciudadanía y certificado Cámara de Comercio.
- ✓ Personas jurídicas: NIT y certificado de la Cámara de Comercio.

- **Funcionamiento**

- ✓ Solicitar el concepto del uso del suelo en cualquiera de las curadurías urbanas de Bogotá:

Calle 29 No. 13-45, L. 109/10/11 Tel. 3368543

Calle 97 No. 13-55 Tel. 6363751

Calle 70^a No. 12-08 Tel. 3132270

Autopista Norte No. 97-80 Telf.6166095

Calle 99 No. 10-32 Of. 201 Tel. 6008888

- ✓ Registrar ante la Cámara de Comercio (en el caso de no haberlo hecho en los trámites comerciales) el establecimiento de comercio, verificando que no existía un nombre o razón social igual o similar al que se desea inscribir; diligenciar el formulario respectivo.
- ✓ Solicitar, si es el caso, la licencia ambiental ante el DAMA (empresas dentro de Bogotá) o ante la CAR (fuera de Bogotá, en Cundinamarca).

DAMA: Carrera 6 No. 14-98 P. 2

CAR: Carrera 10 No. 16-82 Ps. 2, 4, 5 y 6.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- ✓ Tramitar el concepto de los bomberos (anual)
Cr. 10 No. 61-77 Tel.: 2496991
- ✓ Obtener gratuitamente el concepto sanitario y realizar (si es el caso) el curso de manipulación de alimentos en el hospital o CAMI más cercano al establecimiento. Información: Tel. 2328291

13.3.2 Tipología Comercial de Itineris Travel y Estatutos

Según el código de Comercio, en Colombia existen siete (7) tipos de sociedades; Colectiva, Comandita (simple y por acciones), Responsabilidad limitada, Anónima, De hecho, Empresa asociativa de trabajo, Empresa unipersonal.

Desde 2006 y según la ley 1258, se dio vida a una nueva tipología empresarial, denominada SAS-Sociedad por Acciones Simplificadas, la cual ha sido diseñada para facilitar tramites, reducir costos, y tener más flexibilidad en las organizaciones Colombianas.

Para Itineris Travel, la opción más adecuada es la constitución de una SAS, debido a que este tipo de sociedad, permite a los pequeños empresas y a los que apenas están iniciando (como lo es la iniciativa de Itineris Travel); escoger las normas más convenientes a sus intereses, ya que las SAS, gracias a su carácter de regulación flexible, puede ser adaptada a las condiciones y requerimientos especiales de cada empresa. Es la más adecuada porque, está diseñada para ser de gran beneficio a los nuevos emprendedores que quieren formalizar su actividad económica. Ver anexo con los estatutos que regirán a Itineris Travel (Ver Anexo 12 Minuta y Estatutos para SAS-Sociedad por Acción Simplificada).

- **Política de distribución de utilidades**

Itineris tendrá como política de utilidades por conformarse como empresa SAS, hará una repartición de las utilidades de cada año en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas (las autoras), según el artículo 34 del capítulo 4 “Disposiciones varias” de los estatutos de la constitución de la SAS-Sociedad por Acciones Simplificadas.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

13.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS

13.4.1 Gastos de personal

Los gastos de personal corresponden a aquellos gastos que hace la empresa como contraprestación a los servicios que recibe.

Como se observa en la tabla 28 la nómina incluirá todos los pagos debidos por ley para los tres (3) empleados que trabajan con contrato a término indefinido: Gerente General, Director Comercial y Asesor Comercial.

Tabla 28. Requerimientos de personal.

ADMINISTRACIÓN			VENTAS		
CARGO	SUeldo Mensual	SUeldo Año 1	CARGO	SUeldo Mensual	SUeldo Año 1
GERENTE GENERAL	4,000,000	48,000,000	DIRECTOR COMERCIAL	2,500,000	30,000,000
			ASESOR COMERCIAL	1,500,000	18,000,000
SUBTOTAL	4,000,000	48,000,000	SUBTOTAL	4,000,000	30,000,000
PARAFISCALES	360,000	4,320,000	PARAFISCALES	360,000	4,320,000
SEGURIDAD SOCIAL	500,000	6,000,000	SEGURIDAD SOCIAL	500,000	6,000,000
CESANTÍAS	333,200	3,998,400	CESANTÍAS	333,200	3,998,400
INTERESES SOBRE CESANTÍAS	3,332	39,984	INTERESES SOBRE CESANTÍAS	3,332	39,984
PRIMA DE SERVICIOS	333,200	3,998,400	PRIMA DE SERVICIOS	333,200	3,998,400
VACACIONES	166,800	2,001,600	VACACIONES	166,800	2,001,600
TOTAL	5,196,532	62,358,384		5,196,532	62,358,384

Fuente: Las autoras

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

13.4.2 Gastos de puesta en marcha

Tabla 29. Gastos de puesta en marcha

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$	AÑO 1 \$
Gastos de constitución	1,420,000	1,420,000
Registro Nacional de Turismo	461,500	461,500
Estudio de prefactibilidad	5,210,736	5,210,736
imagen corporativa-volantes y Página web	5,000,000	5,000,000
TOTAL GASTOS PUESTA EN MARCHA	12,092,236	12,092,236

Fuente: las autoras

Los gastos de puesta en marcha, están compuestos por:

Gastos de constitución, el Registro Nacional de Turismo, estudio de pre factibilidad y la imagen corporativa y desarrollo de página web este ítem vale \$5000.000 ya que la imagen corporativa es todo lo relacionado con el logo, impresión de papelería constitucional, volantes (Ver Anexo 10 Cotización imagen corporativa) que esto cuesta \$1.000.000 y el desarrollo de la página web que cuesta \$4.000.000

Los gastos puestos en marcha en el plan de inversión y financiación son reconocidos como las inversiones diferidas. (Ver ANEXO 15, Cronograma de actividades de Itineris Travel)

Tabla 30. Amortización del diferido

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Puesta en marcha	2.418.447	2.418.447	2.418.447	2.418.447	2.418.447

Fuente: Plataforma Bogotá Emprende-SENA

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

13.4.3 Gastos Anuales de Administración

Los gastos generales están compuestos por los gastos administrativos y por los gastos de ventas. Los gastos administrativos muestran el dinero que es necesario para hacer ciertos pagos que no tienen que ver directamente con la venta de los planes de viajes, pero que son necesarios para el funcionamiento de Itineris. Los gastos de ventas si tienen que ver con la gestión de ventas de los planes, Itineris se verá afectado con el gasto ventas en publicidad, porque esta es la encargada de impulsar y dar a conocer a Itineris en el mercado.

Tabla 31: Gastos administrativos

OTROS COSTOS DE PRODUCCION			GASTOS DE ADMINISTRACION			GASTOS DE VENTAS		
CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1	CONCEPTO	MENSUAL	AÑO 1	CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1
Arriendo			Arriendo	1500.000	18.000.000	Arriendo		
Energia			Energia	900.000	10.800.000	Energia		
Agua			Agua	450.000	5.400.000	Agua		
Telefono			Telefono	200.000	2.400.000	Telefono		
Suministros de oficina			Suministros de oficina	100.000	1.200.000	Suministros de oficina		
Mantenimiento			Contador	1500.000	18.000.000	Publicidad	4.000.000	48.000.000
Subtotal			Subtotal	4.650.000	55.800.000	Subtotal	4.000.000	48.000.000

Fuente: Las autoras

Los gastos administrativos de Itineris están compuestos, por los honorarios del contador que se necesitará eventualmente para el desarrollo de actividades contables de la Agencia, el valor del arrendamiento mensual, el valor de los servicios públicos mensuales, los útiles, papelería requeridos en la oficina, e imprevistos son suministros que se tendrán en estos gastos mensuales como (ver en la tabla 31) son por \$4.650.000 y anuales por un valor de \$55.800.000.

Para los gastos de ventas se tienen un valor mensual de \$4000.000 que es todo lo relacionado en publicidad de este valor se paga el mantenimiento mensual que son \$2.500.000 quedando así un valor de \$1.500.000 para publicidad externa como volantes brochures, impresiones que se necesiten en su momento.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Tabla 32. Gastos anuales administrativos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de administración	55.800.000	59.706.000	63.885.420	68.357.399	73.142.417
Gastos de ventas	48.000.000	51.360.000	54.955.200	58.802.064	62.918.208
Total	103.800.000	111.066.000	118.840.620	127.159.463	136.060.626

Fuente: Las autoras

14. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

14.1 INGRESOS

14.1.1 Modelo Financiero

Para lograr poner en marcha este proyecto se determinó que el 36% del capital será aportado por los socios (autoras del plan de negocio) y el 64% restante será adquirido a través de un préstamo bancario, con un plazo a cinco (5) años y a una tasa del 21% EA (los términos de este préstamo se establecieron con respecto a la tasa con la que se actualmente se presta dinero para libre inversión.

Capital \$ 19.000.000 distribuidos en maquinaria y equipo, muebles y enseres y vehículos solo una parte del valor de la camioneta.

Préstamo Bancario \$ 33.092.236 distribuidos a un plazo de 5 años estos incluyen los gastos puestos en marcha, mas el resto del valor de la camioneta.

A continuación se muestra la forma en la que este préstamo será pagado durante los próximos cinco (5) años y se analizan los diferentes modelos financieros que fueron contemplados para el desarrollo de este plan de negocio.

Tabla 33: Plan de inversión y financiación

CAPITAL DE TRABAJO	CRÉDITO	RECURSOS PROPIOS	TOTAL
INVERSIONES DIFERIDAS (GASTOS PUESTA EN MARCHA)	12,092,236		
ACTIVOS FIJOS			
MAQUINARIA Y EQUIPO		4,000,000	
MUEBLES Y ENSERES		5,000,000	
VEHÍCULOS	30,000,000	10,000,000	
TOTAL INVERSIÓN FIJA	21,000,000	19,000,000	40,000,000
INVERSIÓN TOTAL	33,092,236	19,000,000	52,092,236
PARTICIPACIÓN %	64%	36%	100%

Fuente: Las autoras

14.1.2 Fuentes de Financiación

Itineris en su ánimo de emprendimiento se inscribió en un concurso las autoras del plan estas muy interesadas en sacar este proyecto adelante por eso están en la constante revisión de concursos de Emprendimiento y creación de empresa donde entren al mundo de crear su propio negocio y participen para obtener beneficios y conocimientos para siempre buscar una mejora continua. Por esta razón aplicamos al concurso del Banco Santander (Ver Anexo 13. formulario de aplicación Banco Santander). Para mayor información consultar la siguiente página web:

<http://www.santander.com.co/portal/formas/1314/emprendimiento.html>.

Algunas de las entidades que Itineris puede contemplar para financiarse más adelante; tanto públicas como privadas que cofinancian proyectos son:

- **Ministerio de Comercio Industria y turismo (a través de FOMIPYME)**

El MCIT ofrece la alternativa de cofinanciación de proyectos a través del Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico FOMIPYME para proyectos de modernización y desarrollo tecnológico de la Micro pequeñas y medianas empresas, en el transcurso del año se abren convocatorias enfocadas a este fin. Para mayor información,

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

puede consultar la página del Ministerio donde encontrará: el Manual de Operación del fondo, la Guía para presentar propuestas y el Manual de Evaluación. Enlace: FOMIPYME.

La cofinanciación de los proyectos estará dividida en dos rangos: propuestas pyme y propuesta micro. Para la primera línea el porcentaje máximo de financiación será del 65% del valor total del proyecto y para la segunda del 75%. Es importante tener claro que el monto máximo de cofinanciación por propuesta es de 1.500 salarios mínimos mensuales legales vigentes (\$692. 250.000 para el año 2008). En el caso particular de propuestas que por su impacto y cobertura requieran mayores recursos, el monto máximo de cofinanciación será máximo de 2.200 salarios mínimos mensuales legales vigentes (1.015.300.000 para el año 2008), solicitud que será evaluada por el Consejo Administrador del Fomipyme⁷¹.

- **FINDETER**⁷²

Con el objeto de impulsar el sector empresarial Pyme en el país, La Financiera de Desarrollo Territorial S.A., Findeter, La Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias, ACOPI y el Fondo Nacional de Garantías, FNG, se unieron.

Las tres (3) entidades se comprometen a colocar a disposición de pequeños empresarios recursos crediticios de Findeter. Los beneficiarios son pequeñas y medianas empresas, inclusive las afiliadas a ACOPI, las cuales pueden contar con las garantías ofrecidas por el FNG. Estos dineros podrán ser destinados para infraestructura, capital de trabajo, desarrollo institucional, compra de bienes inmuebles y terrenos, dotación mobiliaria y tecnológica y aquellos gastos ocasionados en el desarrollo del proyecto, por ejemplo impuestos, gastos de escrituración, etc.

⁷¹ Búsqueda en línea: www.mipymes.gov.co/pyme/categorydetail.asp

⁷² Búsqueda en línea: <http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/financiacion.htm>

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Beneficiarios de Crédito

FINDETER podrá redescantar créditos a las entidades de derecho privado, para la realización de los programas o proyectos de inversión y pre inversión dentro de los sectores financiados por FINDETER, entre los que se destacan Salud, Educación, Servicios Públicos Domiciliarios, Transporte, Telecomunicaciones, Turismo, Medio Ambiente, destinados a infraestructura, capital de trabajo, desarrollo institucional, adquisición de bienes inmuebles y terrenos, dotación mobiliaria y tecnológica, reconocimiento de gastos incurridos durante la ejecución del proyecto (gastos de ingeniería, impuestos y gastos de escrituración por adquisición de predios, impuestos y aranceles por adquisición de tecnología) y demás inherentes a la gestión empresarial de las pequeñas y medianas empresas PYMES.

Serán beneficiarios de crédito, siempre y cuando su actividad corresponde a los sectores financiados por FINDETER los siguientes:

- .. Las Medianas Empresas cuyos activos totales se encuentren entre cinco mil uno (5.001) SMMLV y quince mil (15.000) SMMLV.
- .. Las Pequeñas Empresas cuyos activos totales se encuentren entre quinientos uno (501) SMMLV y menos de cinco mil uno (5.001) SMMLV.

Tabla 34: Condiciones Financieras

Monto del Crédito	Hasta el 100% del costo total del proyecto
Plazo Total	Hasta 15 años
Plazo de Amortización	Hasta 15 años (cuando no hay período de gracia)
Periodo de Gracia a Capital	Hasta 3 años
Forma de Amortización	Cuota fija, porcentual,

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

	gradual creciente o decreciente
Margen de Redescuento	Entre el 50% y el 100% del valor del crédito
Tasa de Redescuento Anual (operaciones nuevas o desembolsadas con menos de 90 días)	Tasa de redescuento vigente
Tasa Final de Interés Anual	A convenir con el intermediario financiero
Forma de pago de Intereses y Capital	Mensual, bimestral, trimestral, semestral o anual; anticipado o vencido.

Fuente: Findenter

- **BANCOLDEX**

El Gobierno Nacional presentó el pasado 26 de noviembre el programa “A Progresar”, mediante el cual crea un cupo especial de crédito por 1,5 billones de pesos para apoyo a la productividad y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes).

La línea de crédito permite financiar, en moneda legal y en dólares, bajo el mecanismo de redescuento y operaciones de leasing, los proyectos de inversión derivados del plan de acción que el empresario defina.

Las personas naturales o jurídicas consideradas Mipymes, se podrán ver beneficiadas si cuentan con un plan de acción y están desarrollando o comienzan la implementación de un programa para mejorar su productividad y competitividad empresarial.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Esto se puede hacer ya sea por iniciativa propia o a través de entidades como las cámaras de comercio, gremios o asociaciones, Colciencias, SENA, Proexport, Fomipyme, programas de los centros regionales de productividad.

Esta es la primera línea de Bancoldex exclusiva para las Mipymes, es decir que las grandes empresas no tendrán acceso a ella.

Con la línea se busca: abrir posibilidades amplias de acceso de las Mipymes al financiamiento intermediado, para sus tareas de transformación productiva dentro de la agenda de competitividad nacional que exige el proceso de internacionalización.

✓ **Características del programa**

Este programa tiene varias características que hacen que la línea sea especial y diferente a las existentes en el mercado.

Los recursos de crédito otorgados pueden destinarse a financiar las inversiones en activos fijos y diferidos, requeridos en actividades como modernización y ampliación de la capacidad productiva, desarrollo, adquisición y transferencia de tecnología; aumento del valor agregado en productos; plan de expansión internacional y programas para el control y mejoramiento del impacto ambiental.

Entre tanto aspectos como la formación del recurso humano, gestión gerencial, desarrollo de indicadores de gestión y procesos de certificación, se financian sólo cuando el plan de acción los requiera como inversiones complementarias a las anteriores.

- ✓ Cupo total: Hasta un billón quinientos mil millones de pesos o su equivalente en dólares.
- ✓ Vigencia: Hasta agotar el cupo.
- ✓ Beneficiarios: Las personas naturales o jurídicas consideradas Mipymes, de los sectores industrial, comercio y servicios, que cuenten con un plan de acción, y estén desarrollando o inicien la implementación de un programa que mejore la productividad y competitividad empresarial, ya sea por iniciativa propia o a través

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

de entidades como: cámaras de comercio, gremios o asociaciones, Conciencias, SENA, Proexport, Fomipyme, programas de los Centros Regionales de Productividad, entre otros.

- ✓ Monto máximo: por beneficiario es hasta del ciento por ciento del valor de la inversión, financiable siempre y cuando el monto solicitado no supere los \$3.000 millones de pesos o su equivalente en dólares.
- ✓ Plazo de crédito: para operaciones en moneda legal, de 18 meses y hasta 12 años, mientras que para las operaciones en dólares va de 18 meses y el máximo estará sujeto a la disponibilidad de recursos.

El período de gracia es de seis (6) meses a capital, para operaciones con plazo hasta tres años y para operaciones a un plazo mayor será de 18 meses e incluso se podrá extender hasta 36 meses previa aprobación de Bancoldex.

- **Bogotá Emprende**⁷³

Recibe asesoría especializada, sin costo, elabora tu plan de negocio y adquiere recursos económicos para tu proyecto empresarial.

Si tienes una micro, pequeña o mediana empresa, y quieres obtener recursos financieros para tu organización, esta es tu oportunidad para hacerlo, capacítate con Bogotá Emprende, a través de los siguientes programas:

1. Programa Banca Capital: el Centro de Emprendimiento Bogotá Emprende ha sido elegida como la única entidad autorizada para recibir planes de negocio de la ciudad y emitir un concepto técnico de viabilidad para los proyectos que quieran aplicar a los recursos dispuestos por la Banca Capital, un programa de inversión de la Alcaldía Mayor de Bogotá.

⁷³ Búsqueda en línea: <http://www.bogotaemprende.com/contenido>

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Una vez se realiza el concepto, los planes de negocio son enviados directamente a la entidad financiera que otorga los recursos, en este caso Coomeva.

2. Ruedas de Inversionistas Privados y conformación de la primera Red de Inversionistas Ángeles de Bogotá: este servicio está orientado a empresas en etapa de creación, crecimiento y consolidación empresarial, que cuenten con proyectos y planes de negocio innovadores y atractivos para atraer inversión de los fondos de capital de riesgo o de inversionistas institucionales.

3. Jornadas de Financiamiento Empresarial: a través de este servicio, los empresarios y emprendedores podrán encontrar en un sólo espacio diferentes opciones de financiamiento que les permitan cubrir sus necesidades empresariales. (Leasing, Factoring, Capital Semilla).

- **BANCOLOMBIA**

Trámites y requisitos para Emprendedores⁷⁴:

Si se solicita el Microcrédito, se debe diligenciar los formularios que Bancolombia tiene establecidos para esta modalidad de crédito. (Anexo 14 Formulario emprendedores).

Personas naturales o jurídicas que desarrollen alguna actividad económica independiente, cuyo tamaño de empresa sea inferior en activos a 501 SMLV, que no posean más de 10 trabajadores y con ventas inferiores a \$250 millones anuales. Adicionalmente, debes tener entre 21 y 69 años. La microempresa debe tener un mínimo de experiencia y trayectoria de un año. El estudio de crédito es realizado por los ejecutivos de crédito, quienes son la fuerza de ventas especializada que conoce los clientes, que se encarga de visitar a los clientes y realizar un proceso de estudio comercial especializado. En la actualidad esta metodología es aplicada en las oficinas especializadas en microfinanzas ubicadas en

⁷⁴ Búsqueda en línea: <http://www.grupobancolombia.com/emprendedor/necesidades/financiacion/creditoPesos>

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. Para el análisis de los solicitantes y/o avalistas correspondientes a este segmento deberás contar con la siguiente documentación:

- ✓ Fotocopia de la cédula del solicitante y su cónyuge (no se aceptarán contraseñas – No es necesaria la fotocopia de la cédula del cónyuge del avalista).
- ✓ Declaración de renta o constancia de no declarante (si no está obligado a declarar).
- ✓ Fotocopia del RUT en caso de poseerlo.
- ✓ F-557A ó F-557B completamente diligenciada, formularios establecidos por Bancolombia.
- ✓ Balance general y estado de resultados.
- ✓ Cámara de comercio o registro mercantil en caso de poseerlo.
- ✓ Fotocopia del impuesto predial o certificado de libertad y tradición (en caso de tener propiedad raíz o requerir su certificación).
- ✓ Consulta de central de información interna y externa.
- ✓ Para las plazas de mercado se requiere carta de la administración de la plaza donde especifica la antigüedad en el local y su estado de pago con la administración.

Dentro de las fuentes de financiación se observa que la mayoría de las agencias de viaje que reportaron información, sin importar su tipo, acudieron a los recursos propios para realizar sus inversiones. El 97% de las inversiones reportadas en el RNT fueron financiadas a través de éste mecanismo. Solo un pequeño porcentaje de las agencias de viajes financiaron su inversión a través de recursos del sector privado (diferente a recursos propios) y a través de recursos del sector público⁷⁵.

En síntesis, las preferencias de inversión de las agencias de viaje de todo el país se concentran en la compra y mejora de infraestructura física, la adquisición de tecnología y la asistencia especializada, siendo los recursos propios la fuente de financiación predominante.

⁷⁵ Búsqueda en línea: www.minturismo.mincomercio.gov.co/diagnostico-perspectivas-agencias-de-las-agencias-de-viajes

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Tabla 35 .Fuentes de financiación por tipo de Agencia año 2009

Fuente de Financiación	Agencia de viajes mayorista (%)	Agencia de viajes operadora (%)	Agencia de viajes y turismo (%)	Total Financiado
Sector Público	0%	0%	0%	\$7
Sector Privado (diferente a recursos propios)	0%	0%	3%	\$76
Recursos propios	95%	100%	97%	\$2,717
Otras fuentes	5%	0%	0%	\$5
Total	100%	100%	100%	\$2,805

Fuente: Registro Nacional de Turismo RNT

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

14.2 EGRESOS

- **Flujo de caja proyectado**

En el caso de Itineris Travel el flujo de caja, analizado en los doce meses del primer año, muestra que los egresos son menores a los ingresos, esto permite pagar en cada año los gastos que sean necesarios y sin embargo, queda dinero en caja, que con la entrada de dinero por las ventas de ese año, permite continuar y obtener liquidez y capital para asegurar el funcionamiento de la empresa. Como se ve en la tabla, cada mes aumenta el dinero que queda en caja, lo que podría permitir realizar algún otro tipo de inversión que represente otra entrada de dinero y se garantice mayor liquidez en el futuro.

Para ello Itineris Travel establecerá una política de manejo de excedentes como invertir en compra de bonos del Estado.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Tabla 36: Flujo de caja proyectado a un año

MESES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO
VENTAS	109.515.787	85.178.946	60.842.104	60.842.104	60.842.104	60.842.104	109.515.787	109.515.787	36.505.262	36.505.262	85.178.946	109.515.787	924.799.980
Compras Und. Producción	82.136.842	63.884.211	45.631.579	45.631.579	45.631.579	45.631.579	82.136.842	82.136.842	27.378.947	27.378.947	63.884.211	82.136.842	693.600.000
I. Ingresos Operativos	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO
1. Ventas de Contado	109.515.787	85.178.946	60.842.104	60.842.104	60.842.104	60.842.104	109.515.787	109.515.787	36.505.262	36.505.262	85.178.946	109.515.787	924.799.980
2. Ventas a Crédito													
3. Recuperación Cartera													
Total Ingresos Operativos	109.515.787	85.178.946	60.842.104	60.842.104	60.842.104	60.842.104	109.515.787	109.515.787	36.505.262	36.505.262	85.178.946	109.515.787	924.799.980
II. Gastos Operativos Fijos	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO
1. Pagos Laborales:	6.500.000	7.220.000	7.220.000	7.220.000	7.220.000	11.218.400	7.220.000	7.220.000	7.220.000	7.220.000	7.220.000	15.221.600	97.920.000
Sueldos	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	78.000.000
Parafiscales	0	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000	7.920.000
Cesantías e Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prima de servicios	0	0	0	0	0	3.998.400	0	0	0	0	0	3.998.400	7.996.800
Vacaciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4.003.200	4.003.200
Subsidio de Transporte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dotaciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Arrendamientos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Servicios	1.550.000	1.550.000	1.550.000	1.550.000	1.550.000	1.550.000	1.550.000	1.550.000	1.550.000	1.550.000	1.550.000	1.550.000	18.600.000
Energía	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	10.800.000
Agua	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	5.400.000
Teléfono	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000
4. Mantenimiento	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Publicidad	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	48.000.000
6. Transporte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7. Otros	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	19.200.000
8. Preoperativos	12.092.236	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12.092.236
Subtotal	25.742.236	14.370.000	14.370.000	14.370.000	14.370.000	18.368.400	14.370.000	14.370.000	14.370.000	14.370.000	14.370.000	22.371.600	183.720.000
1. Compra de Contado Und. Producción	82.136.842	63.884.211	45.631.579	45.631.579	45.631.579	45.631.579	82.136.842	82.136.842	27.378.947	27.378.947	63.884.211	82.136.842	693.600.000
Subtotal	82.136.842	63.884.211	45.631.579	45.631.579	45.631.579	45.631.579	82.136.842	82.136.842	27.378.947	27.378.947	63.884.211	82.136.842	693.600.000
Total Gastos Operativos	107.879.078	78.254.211	60.001.579	60.001.579	60.001.579	63.999.979	96.506.842	96.506.842	41.748.947	41.748.947	78.254.211	104.508.442	889.412.236
Superavit/(deficit) Operativo	1.636.709	6.924.735	840.525	840.525	840.525	-3.157.875	13.008.945	13.008.945	-5.243.685	-5.243.685	6.924.735	5.007.345	35.387.744
III. Inversiones Fijas													
5. Vehículos	40.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	40.000.000
Subtotal	40.000.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	40.000.000
IV. Recursos Obtenidos													
1. Préstamo Línea Emprerimiento	33.092.236												
2. Recursos Propios	19.000.000												
Subtotal	52.092.236	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V. Amortización Pasivos Financieros													
1. Cuotas de Capital Crédito Propuesto	1.043.374	1.067.789	1.092.775	1.118.346	1.144.516	1.171.297	1.198.706	1.226.755	1.255.461	1.284.839	1.314.904	1.345.673	14.264.436
2. Intereses Crédito Propuesto	774.358	749.943	724.957	699.386	673.217	646.435	619.027	590.977	562.271	532.893	502.828	472.059	7.548.353
Subtotal	1.817.732	1.817.732	1.817.732	1.817.732	1.817.732	1.817.732	1.817.732	1.817.732	1.817.732	1.817.732	1.817.732	1.817.732	21.812.789
Superavit/(deficit) Financiero	11.911.213	5.107.003	-977.207	-977.207	-977.207	-4.975.607	11.191.213	11.191.213	-7.061.417	-7.061.417	5.107.003	3.189.613	25.667.191
VI. Pago de Impuestos													
Subtotal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUPERAVIT / DEFICIT DE CAJA	11.911.213	5.107.003	-977.207	-977.207	-977.207	-4.975.607	11.191.213	11.191.213	-7.061.417	-7.061.417	5.107.003	3.189.613	25.667.191
		11.911.213	17.018.215	16.041.008	15.063.800	14.086.593	9.110.986	20.302.198	31.493.411	24.431.993	17.370.576	22.477.578	199.307.571
CAJA FINAL	11.911.213	17.018.215	16.041.008	15.063.800	14.086.593	9.110.986	20.302.198	31.493.411	24.431.993	17.370.576	22.477.578	25.667.191	224.974.762

14.3 CUADROS DE EVALUACIÓN ECONÓMICA

14.3.1 Estados financieros

Los estados financieros son la principal fuente de información para los gerentes, acreedores y propietarios. Los estados contables o estados financieros son informes que utilizan las organizaciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o período determinado. Estos son las herramientas más importantes con que cuentan las organizaciones para evaluar el estado en que se encuentran.

14.3.1.1 Estado de resultado

Hallando el Margen de Rentabilidad: Utilidad Bruta/ Total de Costo de ventas, muestra que el porcentaje de utilidad neta sobre ventas es del 32,9%.

- **Análisis Vertical**

El análisis de este Estado de Itineris Travel se observa:

En primera medida el costo de ventas tiene una participación porcentual de las ventas del 75,2%, es decir que el costo de venta es directamente proporcional con el nivel de venta, en otras palabras, para cualquier nivel de venta el costo sobre las mismas en valor porcentual, será del 75,2%. Por ende la Utilidad Bruta tiene el mismo comportamiento, con un valor porcentual equivalente al 24,8% sobre el total de las ventas.

Por otra parte se analiza que la participación porcentual de los gastos en salarios de Administración es un poco más representativa en las ventas, que los gastos de

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

administración. Esto quiere decir que los salarios y los gastos administrativos son determinantes a la hora de deducir la Utilidad Operacional.

La participación de la utilidad operacional sobre las ventas totales durante los cinco (5) primeros años, arroja porcentajes positivos, debido a que las ventas permiten una utilidad bruta tal, que logra cubrir todos los gastos en los cinco (5) periodos analizados.

Tabla 37. Estado de resultados

CONCEPTO	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ventas	924.799.980	989.535.979	1.058.803.497	1.132.919.742	1.212.224.124
Costos de necesidades y requerimientos	693.600.000	693.600.000	693.600.000	693.600.000	693.600.000
Depreciaciones	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
TOTAL COSTO DE VENTAS	695.600.000	695.600.000	695.600.000	695.600.000	695.600.000
UTILIDAD BRUTA	229.199.980	293.935.979	363.203.497	437.319.742	516.624.124
Salarios de Administración	62.358.384	66.723.471	71.394.114	76.391.702	81.739.121
Gastos de Administración	55.800.000	59.706.000	63.885.420	68.357.399	73.142.417
Salarios de Ventas	44.358.384	41.702.169	44.621.321	47.744.814	51.086.951
Gastos de Ventas	48.000.000	51.360.000	54.955.200	58.802.064	62.918.208
Amortización del Diferido	2.418.447	2.418.447	2.418.447	2.418.447	2.418.447
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	212.935.215	221.910.087	237.274.502	253.714.426	271.305.145
UTILIDAD OPERACIONAL	16.264.765	72.025.891	125.928.995	183.605.316	245.318.979
Intereses Crédito	7.548.353	2.984.989	0	0	0
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	7.548.353	2.984.989	0	0	0
UTILIDAD NETA	8.716.412	69.040.902	125.928.995	183.605.316	245.318.979

Fuente: Las autoras

El servicio ofrecido por Itineris no maneja una mano de obra directa que sea vea reflejada en el PYG, por la razón de que tanto el guía turístico y el conductor son personas contratados por honorarios y los salarios salen de los planes ofrecidos; si no se vende ningún plan no se contratarán los servicios de ninguna de las dos personas. Las condiciones de los planes de turismo ofrecidos pueden variar dependiendo de la negociación y de los requerimientos del cliente.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

14.3.1.2 Balance General

Para el caso de Itineris que es una empresa que nace, los activos del balance de inicio están compuestos por el monto de la inversión, es decir, los activos que se requieren para prestar este servicio (muebles, computadores etc.) para satisfacer el mercado objetivo, y del dinero que se requiere para iniciar el negocio. Los siguientes elementos conforman todo lo que Itineris tiene comenzando operaciones.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Tabla 38. Balance General

BALANCE GENERAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
Caja y Bancos	0	7.667.191	59.149.663	179.316.031	296.871.704	419.293.044
Cuentas por Cobrar - Cartera	0	0	0	0	0	0
Inventario de Materia Prima	0	0	0	0	0	0
Inventario de Productos en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventario de Productos Terminados	0	0	0	0	0	0
Gastos Diferidos y Operativos	12.092.236	9.673.789	7.255.342	4.836.894	2.418.447	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	12.092.236	17.340.980	66.405.004	184.152.925	299.290.151	419.293.044
ACTIVO FIJO						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	0	0	0	0	0	0
Vehiculos	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000
SUBTOTAL FIJO	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000	40.000.000
Depreciación Acumulada		2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	40.000.000	38.000.000	38.000.000	38.000.000	38.000.000	38.000.000
TOTAL ACTIVOS	52.092.236	55.340.980	104.405.004	222.152.925	337.290.151	457.293.044
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Proveedores	0	0	0	0	0	0
Imporrenza por Pagar	0	0	0	0	0	0
IVA por Pagar	0	0	0	0	0	0
Laborales por Pagar (Cesantías e Ints.)	0	8.076.768	7.021.740	7.513.262	8.039.190	8.601.934
Parafiscales y Provisiones	0	720.000	625.950	669.767	716.650	766.816
Otros Pasivos	0	0	0	0	0	0
Obligación (Crédito)	14.264.436	18.827.800	0	0		
TOTAL PASIVO CORRIENTE	14.264.436	27.624.568	7.647.690	8.183.028	8.755.840	9.368.749
PASIVO LARGO PLAZO						
Obligación (Crédito)	18.827.800	0	0	0	0	0
Otros Pasivos		0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO MEDIANO Y LARGO	18.827.800	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	33.092.236	27.624.568	7.647.690	8.183.028	8.755.840	9.368.749
PATRIMONIO						
Capital	19.000.000	19.000.000	19.000.000	19.000.000	19.000.000	19.000.000
Utilidad del Ejercicio	0	8.716.412	69.040.902	125.928.995	183.605.316	245.318.979
Utilidad Retenida Ejercicios Anteriores	0	0	8.716.412	69.040.902	125.928.995	183.605.316
TOTAL PATRIMONIO	19.000.000	27.716.412	96.757.314	213.969.897	328.534.311	447.924.295
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	52.092.236	55.340.980	104.405.004	222.152.925	337.290.151	457.293.044

Fuente: Las autoras

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

14.3.2 Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se utilizará el método de contribución marginal, donde se identifican los costos fijos (CF), los costos variables (CV) y los ingresos totales (IT).

Para hallar el punto de equilibrio del primer año en términos de ingresos se debe:

$$\text{PE Punto de Equilibrio} = \text{Costos Fijos} / (1 - \text{CV}/\text{IT})$$

CF= \$ 214.935.215 (El valor de costo fijo esta descrito en el numeral 12.3.2)

CV= \$ 693.600.000 (El valor de costo fijo esta descrito en el numeral 12.3.1)

PV = \$ 18.045.333 (El valor de del precio de venta para el primer año)

IT= \$ 924.799.980 (El valor de costo fijo esta descrito en el Flujo de Caja numeral 14.4 Egresos)

$$\text{PE (Itineris Ventas)} = \$ 859.740.917$$

Este valor es el nivel mínimo de ventas que debe obtener Itineris para cubrir las obligaciones imputables al ejercicio normal de esta agencia de viajes operadora. En otras palabras este valor representa el volumen de ventas en el cual Itineris no obtiene perdidas ni ganancias.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

14.3.3 Valor Presente Neto

La **tasa de oportunidad** que las autoras reconocieron para elaborar el plan de negocio es del 21% EA siendo esta la tasa más atractiva, ofrecida a la hora de adquirir el préstamo y con la que se evaluó la financiación del proyecto.

El Valor Actual Neto surge de sumar los flujos de fondos actualizados de un proyecto de inversión.

Mide la riqueza que aporta el proyecto medida en moneda del momento inicial. Para actualizar los flujos de fondos, se utiliza la tasa de descuento. La regla de decisión es la siguiente: Aceptar los proyectos con $VAN > 0$ o Rechazar los proyectos con $VAN < 0$; es indiferente aceptar o rechazar los proyectos con $VAN = 0$

Para Itineris Travel el resultado da mayor a cero (0); según el resultado de su vpn es rentable ya que se recupera el valor de la inversión en el mismo año, es viable aceptarlo y desarrollar este plan, como se observa en la tabla que se adjunta a continuación:

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Tabla 39. VPN

periodo	flujo de caja
0	(33,092,236)
1	924,799,980
2	989,535,979
3	1,058,803,497
4	1,132,919,742
5	1,212,224,124
costo de capital	21%
vpn	\$3,000,618,925

Fuente: Las autoras

14.3.4 Tasa Interna de Retorno-TIR

La TIR Tasa Interna de Rendimiento o Retorno proporciona una medida de rentabilidad de un negocio o proyecto, equivale a la tasa de interés que este negocio le va a dar a la persona que invierta ahí su dinero, así se puede ver si es más rentable el negocio o dejar mejor el dinero en el banco.

La regla de decisión es la siguiente:

Aceptar los proyectos con $TIR > r$, siendo r la tasa de corte previamente definida. Puede existir más de una TIR por cada proyecto, dependiendo del comportamiento de los flujos de fondo.

Existirá una única TIR para un proyecto cuando éste se considere bien comportado, o sea que haya un único cambio de signo de los flujos de fondos. Mide la rentabilidad en términos porcentuales.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

El proyecto de Itineris es aceptado, la tir da mayor a la tasa con que la banco hace el préstamo 21% EA, la TIR da un valor 22.50%, tal cual se adjunta en archivo el cálculo de esta tasa.

Tabla 40. TIR

		21%	
AÑOS	saldo Inicial	Intereses	Saldo Final
1	33,092,236	6,949,370	40,041,606
2	40,041,606	8,408,737	48,450,343
3	48,450,343	10,174,572	58,624,915
4	58,624,915	12,311,232	70,936,147
5	70,936,147	14,896,591	85,832,738
	0	(33,092,236)	
	1	6,949,369	
	2	8,408,737	
	3	10,174,571	
	4	12,311,232	
	5	14,896,591	
	TIR	22.50%	

Fuente: Las autoras

15. IMPACTO ECONOMICO SOCIAL

15.1 PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

EL Proyecto de Itineris Travel se enmarca bajo el Programa del Plan Nacional de Desarrollo en Colombia un programa sostenido donde busca la consolidación de Colombia como un país, como un destino turístico bien estructurado y con altos niveles de competitividad.

La estrategia macro ha estado centrada en mejorar la competitividad de los productos y de los destinos turísticos entendiendo esto a un mediano y largo plazo, Itineris por ser una agencia de viajes operadora ya es participe de este sector del turismo, y apoyará a esta idea fomentado al desarrollo de mejorar esta competitividad. Itineris tendrá la iniciativa de aportar a mejorar la competitividad ofreciendo lo mejor en planes de turismo, el desarrollo del sitio web en el que el cliente escoge y arma su plan como lo desee; ayudará a mejorar este indicador comenzando por Bogotá y después siendo reconocida nacionalmente e internacionalmente.

Los resultados de este proceso de competitividad ayudarán a gran parte de la recuperación y al reconocimiento del turismo ya que permiten constatar que el sector comienza a ganar un espacio significativo en las expectativas del país y de la economía colombiana.

15.2 PLAN REGIONAL DE DESARROLLO

Bogotá y Cundinamarca trabajan desde el 2001 para hacer más competitiva la región mediante pública-privada: Se creó el Consejo Regional de Competitividad, ahora Comisión Regional de competitividad-CRC, como una red de 1.800 organizaciones que cooperan

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

mediante un Acuerdo de Voluntades, para contar con un entorno favorable a la generación sostenible de riqueza de la región y una creciente calidad de vida para sus habitantes.⁷⁶

Para las agencias de viajes operadoras no existe ningún clúster en este momento pero junto con la Comisión Regional de Competitividad CRC y la Cámara de Comercio de Bogotá está trabajando para el desarrollo de clúster para el sector turístico donde han tenido avances importantes que caben resaltar:

- Portal transaccional para la comercialización de la oferta turística regional, en construcción.
- Innobo: Distrito Empresarial de ferias, eventos y convenciones en el Anillo de Innovación.
- Formulación de los planes de desarrollo turístico municipales en 17 municipios. Retos como⁷⁷:
- Promocionar los planes turísticos de Bogotá y de Cundinamarca en una estrategia conjunta.
- Suscribir convenios con entidades vinculadas a la actividad turística para dinamizar la cadena productiva.
- Consolidar a Bogotá como destino turístico de negocios e impulsar la capital y la región como destino turístico de placer (vacaciones, ecoturismo, de aventura, religioso, de compras, etc.)

Uno de los grandes retos de Itineris es orientar la actividad turística en los niveles nacional, regional y local y prepararse para que esta genere muchos beneficios para la comunidad residente en el lugar y se disminuyan los impactos negativos que se dan en el contacto con los turistas.

⁷⁶ Búsqueda en línea :www.camaradecomercio.gov.co/enfasisclusters.pdf

⁷⁷ Búsqueda en línea :www.camaradecomercio.gov.co/enfasisclusters.pdf

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

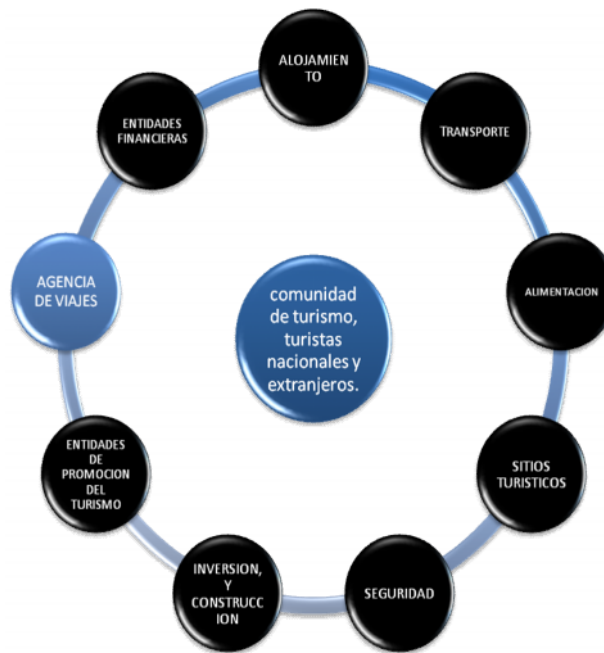
15.3 CLUSTER O CADENA PRODUCTIVA

El objetivo de un clúster es la construcción de redes de cooperación y colaboración entre empresas de sectores que aparentemente son diferentes pero promueven el crecimiento económico de una región, estos agentes relevantes del clúster van más allá de las cadenas productivas principales como empresas, proveedores de servicios, academia, instituciones públicas, entre otros.

Para las agencias de viajes operadoras no existe ningún clúster en este momento pero junto con la Comisión Regional de Competitividad CRC y la Cámara de Comercio de Bogotá está trabajando para el desarrollo de clúster para el sector turístico.

Para Itineris será fundamental consolidarse en un Cluster a nivel Turismo, específicamente en uno de agencias receptoras y operadoras para seguir manteniéndose en el mercado no solo por su buen servicio, si no por la trayectoria a nivel de reconocimiento dentro del sector del turismo aportando y generando conocimiento en la cadena productiva. Página siguiente grafico de cadena productiva del sector turismo en Colombia.

Gráfico 30. Cadena productiva del turismo en Colombia



Fuente: las autoras

15.4 GENERACIÓN DE EMPLEO

Las cifras del empleo generado en el sector turístico para Colombia, entiéndase en hoteles, restaurantes y agencias de viajes muestran, por su parte, el siguiente comportamiento; mientras que en el período de 1995-2000, la generación de empleo decreció en un 16,8%, en el período siguiente se presentó una recuperación del 31,6% (paso de 50.154 en el 2001 a 60.022 empleos en el 2005)⁷⁸. Es importante señalar que hay una evidente relación entre el indicador de empleo y el comportamiento del número de turistas.

⁷⁸ Búsqueda en línea: www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Tabla 41. Empleo directo generado en actividades relacionadas con el sector turismo* 1995-2000

AÑO	HOTELES	AGENCIAS DE VIAJES	RESTAURANTES	TOTAL
1995	20.969	4.301	34.906	60.176
1996	21.447	4.607	35.138	61.192
1997	19.783	4.254	33.615	57.652
1998	18.901	4.161	31.271	54.333
1999	17.470	4.175	29.385	51.030
2000	16.730	4.292	29.048	50.070
2001	17.259	4.530	28.365	50.154
2002	18.651	4.861	30.000	53.512
2003	19.248	5.402	32.816	57.466
2004	20.761	5.759	35.849	62.369
2005	21.561	5.838	38.623	66.022

Fuente: MINCOMERCIO- Política nacional de turismo.
DANE-Encuesta anual de los servicios. Hace referencia a empresas con más de 20 personas empleadas.

Para la generación de empleo Itineris quiere contar con egresados del SENA, ya que esta entidad forma Guías Profesionales de Turismo, y se hace un intensivo refuerzo de inglés, de forma tal que, Itineris pueda disponer de Guías egresados de esta entidad. Para los primeros 5 años, Itineris supone la contratación de este personal mediante contrato por honorarios. El pago de estos honorarios depende de la experiencia del guía profesional así como del número de idiomas que domine.

En cuanto a generación de empleos directos, Itineris iniciará operaciones con tres (3) personas el Gerente General, el Director Comercial y un Asesor de Ventas.

15.5 COSTO AMBIENTAL

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del mundo, considerando los ingresos generados, el número de puestos de trabajo creados, el movimiento de personas, etc., pero esto significa que los impactos de la actividad, a partir del consumo de recursos y de la producción de desechos, también van en aumento. “El

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

turismo es una actividad muy lucrativa. La Organización Mundial del Turismo (OMT) estima que para el año 2010 habrá 1.000 millones de turistas internacionales que generarán U\$1.550 millones de dólares.

Itineris Travel contribuirá en la conservación del patrimonio natural y cultural para promover la diversidad mundial, dará un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

Aunque la misión y visión de Itineris es muy corporativa no se desprende del tema ambiental y su influencia en el sector del turismo.

CONCLUSIONES

La agencia operadora elabora y comercializa un portafolio de productos turísticos, que se dispondrán en el Website de la agencia. Con el distintivo de la prestación de un servicio que ofrece variabilidad en planes de viajes y con valor agregado. Este será un portafolio flexible de planes de turismo porque le permitirá al usuario crear su propio itinerario de viaje para conocer Bogotá de acuerdo a sus necesidades y preferencias; esto les permitirá diseñar su plan de viajes a su gusto.

El estudio financiero impulsó al desarrollo más rápido de este plan de negocio ya que los aspectos evaluados fueron positivos para la puesta en marcha de la agencia operadora Itineris Travel.

A través del desarrollo de cada uno de los factores evaluativos del presente proyecto a nivel financiero, en el transcurso del primer año se pudo observar que es proyecto viable ya que las márgenes de rentabilidad observadas son positivas para el capital a invertir. La tasa interna de retorno es de 22.5% y cumple con las expectativas de los inversionistas. El valor presente neto proyectado a (5) cinco años es de \$3.000.618.925 demostrando una rentabilidad del proyecto.

Es importante tener en cuenta que Bogotá antes que ciudad es una región, de la cual se puede sacar un enorme provecho en el mejor sentido de la palabra, es decir, el hecho de sentirse orgulloso de una ciudad recuperada y vanguardista que ha sido tomada como ejemplo en la elaboración de obras similares a nivel nacional e internacional.

Para el desarrollo de este plan de negocio se aplicaron los conocimientos y habilidades adquiridas en el transcurso de la carrera de administración de empresas, fue una satisfacción muy grande haber culminado el plan de negocio para la creación de Itineris Travel.

BIBLIOGRAFIA

- MENDEZ ALVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. México. Noriega Editores
- ACERENZA Miguel Ángel. Administración del turismo: conceptualización y organización, México, Cuarta Edición, Trillas. 2003
- RODRIGUEZ ANTÓN José Miguel estudio sobre el análisis de competitividad de las agencias españolas.
- MÉNDEZ, Rafael. Formulación y evaluación de proyectos. Enfoque para emprendedores. 4 ed. Bogotá D.C. 2006.
- FIGUEREDO, R. – ROZO, E. Marco Conceptual y Legal para el Turismo en Colombia. Documento de módulo. Seminario en Gestión y Desarrollo del Turismo Local. IDCT – Universidad Externado de Colombia. Bogotá, noviembre de 2002.
- CASTAÑEDA, María Isabel – TORO, Elizabeth. Estructura Organizacional de las agencias de viajes operadoras en Bogotá. Fundación Universitaria los Libertadores.
- JIMENEZ, O, Jorge Alonso. Plan de negocio para la creación de una agencia de viajes en Bogotá, especializada en ecoturismo.
- KOTLER & ARMSTRONG. Fundamentos de marketing.
- FERREL O.C, HIRT GEOFFREY-RAMOS Leticia, Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante, Cuarta Edición.
- ANDRADE Simón, Diccionario de Economía, Tercera Edición.
- STANTON William, Etzel Michael y Walker Bruce, Fundamentos de Marketing, 13va. Edición, de, McGraw-Hill Interamericana, 2004.
- KERIN Roger, Berkowitz Eric, Hartley Steven y Rudelius William, Marketing, Séptima Edición, de McGraw-Hill Interamericana, 2004.
- FOSTER Dennis I. Agencias de Viajes. Administración y Operación. Serie de Turismo. McGraw.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

CÓRDOBA Leonardo. “Guía Marco Teórico de la Facultad de Humanidades de la Pontificia Universidad Javeriana.

MUÑOZ de Escalona, Francisco (2004): Autopsia del Turismo: El vencimiento de la distancia. Editado por Eumed.

DÍAS, Pita María Antonia, Glosario de Términos Turísticos. EAEHT.

FERNANDEZ, Carmen y Blanco, Ana, Servicios Turísticos en Agencias de Viajes

DE LA TORRE, F. Agencias de Viaje. En su: Agencias de Viaje y Transportación. Cap. II. Págs. 20.

MARTIN Fernández Ramón, Manual de Teoría y Práctica del Turismo, Texto Docente. Centro de Estudios Turísticos. UH.

SALINAS Chávez, Eros (2003) Geografía y Turismo. Aspectos territoriales del manejo y gestión del turismo.

ACERZA, Miguel Ángel. Agencias de Viajes. Organización y Operación. Editorial Trillas. S.A. de C.V.

Colectivo de autores, Agencias de Viajes. Localizada en Web side, www.monografias.com/trabajos11/trabagenc/trabagenc.shtml

FONADE-Fondo Emprender, SENA-Servicio Nacional de Aprendizaje. “Plan de Negocio”.

SENA-Plataforma Bogotá Emprende.

IDT-Instituto Distrital de Turismo. Bogotá Mayo de 2009. Caracterización del producto turístico en Bogotá.

MINCOMERCIO-Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Vice Ministerio de Turismo-Manual para la destinación de recursos y presentación de proyectos.

OMT-Organización Mundial de Turismo. Barómetro del turismo Internacional 2009.

Cámara de Comercio de Bogotá. Constitución de una empresa.

Colombia. Travel. Portal oficial de turismo, agencias de viajes existentes en Bogotá.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

URL-www.mincomercio.gov.co

URL-www.anato.org

URL-www.proexport.com

URL-www.google.com

URL-www.colombiantravel.com

URL- www.banrep.gov.co

URL-www.dane.gov.co

URL- www.banrep.gov.co

URL-www.dane.gov.co

URL-www.acodres.org

URL-www.acoltes.org

URL-www.bancolombia.com.co

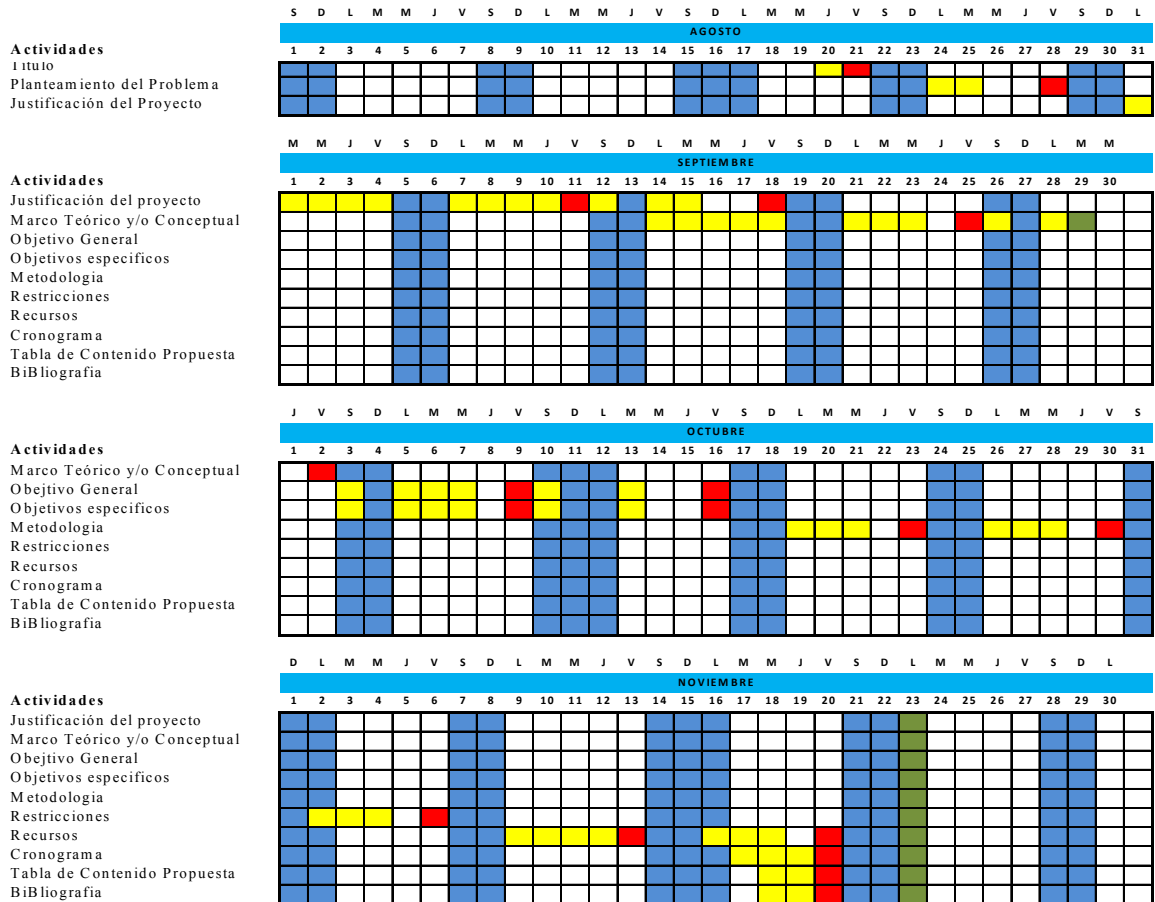
Itineris Travel una agencia de viajes operadora

ANEXOS

CRONOGRAMAS

Se anexan los dos cronogramas a desarrollar para Taller de Grado 1 y Taller de grado 2 respectivamente.

TALLER DE GRADO 1

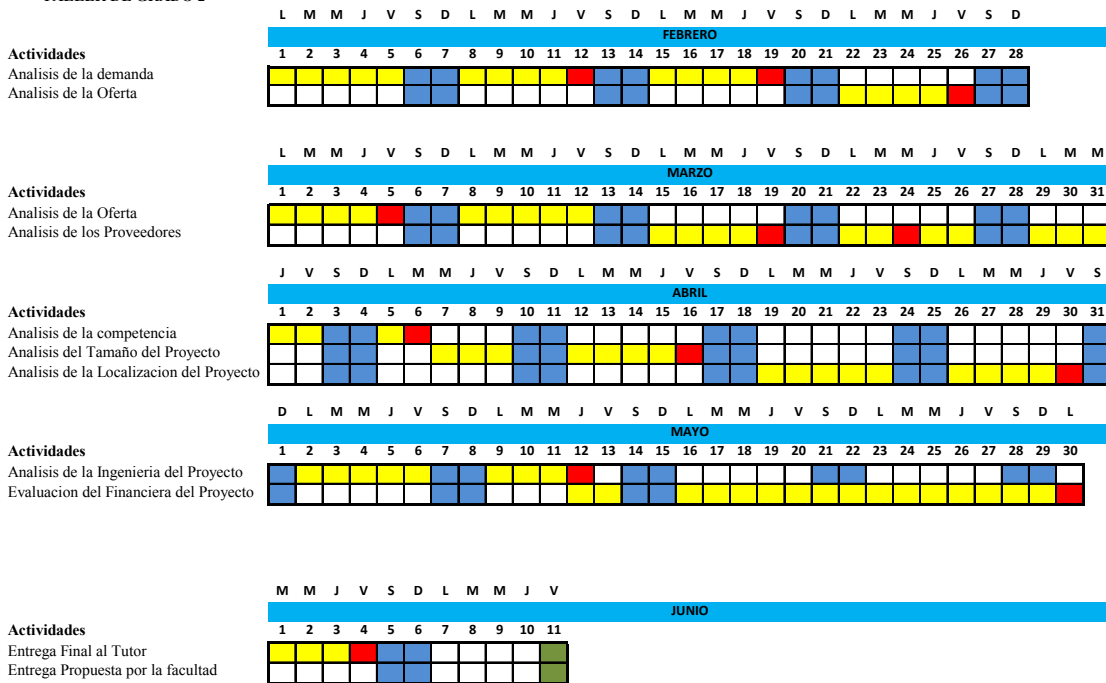


Convenciones	
Ejecución y revisiones	
Entregas a Enrique Sandino	
Entregas preliminar y Final	
Fines de semana y festivos	

ALUMNAS
ANDREA MARTINEZ ROA-PAOLA BARRAGAN GALLO

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

TALLER DE GRADO 2



Convenciones	
Ejecución y revisiones	
Entregas a Enrique Sandino	
Entrega Final	
Fines de semana y festivos	

ALUMNAS
ANDREA MARTINEZ ROA-PAOLA BARRAGAN GALLO

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

ANEXO 1: HOJA DE VIDA DOCENTE ENRIQUE SANDINO

Decano Nacional Facultad De Contaduría Pública de la Universidad Antonio Nariño.

e-mail: decano.contaduria@uan.edu.co

Contador Público (Politécnico Grancolombiano), Especialista en Business Administration (School of Technology & Management-STM London), Y Graduado con honores como Master of Business Administration (MBA International Business) en la University of East London.

Con experiencia docente en universidades como la Universidad Antonio Nariño, Universidad Central, Universidad Javeriana, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Y La Escuela Colombiana de Carreras Industriales.

Profesor de pregrado, posgrado y ambientes virtuales en las siguientes asignaturas:

Marketing, Dirección de Mercadotecnia

Liderazgo en las organizaciones

Administración de Talento Humano

Taller de Grado 1 Y Taller de Grado 2

La organización y los mercados 1

Innovación y creación de empresas

Gestión de Proyectos, Formulación y Evaluación de Proyectos.

Investigación De Mercados

Administración de empresas I Y III

Comercio internacional.

ANEXO 2: HOJA DE VIDA ORLANDO IVAN RAMIREZ

ORLANDO IVAN RAMIREZ CALDERON

Calle 107 A No.7 A 81 Apto.404 Interior 6

Profesión: Administrador de Empresas

Cédula de ciudadanía

No. 79.528.981 de Bogotá

Celular: 315 355 8780

PERFIL PROFESIONAL

Mi formación profesional, me ha permitido profundizar en el área del Mercadeo y ver las oportunidades que se presentan en el medio, tales como la Globalización de las organizaciones, en dónde éstas pueden mostrar y hasta vender sus Bienes y/o Servicios. Actualmente mi labor esta dirigida a la dirección financiera y consiste en el diseño y montaje de presupuestos para la puesta en marcha de proyectos de tipo comercial, así mismo su control frente a la ejecución del proyecto, buscar la mejor propuesta ofrecida por los proponentes. Participar en licitaciones. Controlar y comunicar a la vicepresidencia financiera el status de los trabajos en curso. Presentar los diferentes flujos de efectivo y la consecución de nuevos recursos. Participar en mutuo dinamismo con el departamento de Impuestos. Trabajar en mutuo dinamismo con el departamento de Recursos Humanos. Presentación de informes a la vicepresidencia financiera de la facturación, cobro pago y rentabilidad de los clientes.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Por otro lado he liderado el programa de tráfico que incluye todo el proceso desde el inicio de una orden de producción hasta su resultado final que puede llegar hacer una filmación, impresión o grabación de cuñas. También he participado en diferentes training que la organización ofrece en busca de una actualización permanente del empleado.

Mis estudios, que fueron adquiridos en la Escuela de Administración de Negocios "E.A.N", ha sido enfocada por un lado, al conocimiento y análisis de diversas materias tales como las económicas, financieras, sociales y de mercadeo necesarias hoy en día en el mundo empresarial. Así mismo buena parte de mi formación ha sido proyectada al manejo de habilidades gerenciales, aplicables a cualquier toma de decisiones de todo tipo, a nivel empresarial.

EXPERIENCIA LABORAL

McCann ERICKSON CORP. S.A.

DIRECTOR – SERVICIOS DE PRODUCCIÓN COLOMBIA

Departamento servicios de Producción

2003 a la fecha

McCann ERICKSON CORP. S.A.

DIRECTOR – FACTURACION Y PRESUPUESTOS

DEPARTAMENTO FINANCIERO

1997-2003

Santa fe de Bogotá

LEASING SUPERIOR S.A.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

ANEXO 3: HV LUIS EDUARDO CANARIAS

Profesor UAN

e-mail: luis.canaria@uan.edu.co

Contador Público, Egresado de la Universidad de la Salle en el año de 1990, Especialista en Ciencias Fiscales en la Universidad Antonio Nariño. Con cursos y seminarios que apoyan y fortalecen los conocimientos tales como: Taller de educación superior y a distancia en la Fundación Universitaria San Martín, flujo de efectivo en la Price Waterhouse, papeles de trabajo en La Revisoría Fiscal en la Universidad Santo Tomás, Reforma Tributaria en la DIAN. A parte de esto todo buen contador permanece continuamente en la búsqueda de la actualización de datos para ir a la vanguardia con todo lo referente a los temas de contabilidad, derecho laboral y tributario, revisoría fiscal y todos los aspectos económicos que día a día cambian.

Profesional integral con veintinueve años de experiencia en desempeño de cargos de responsabilidad y manejo a nivel directivos, administrativos y financieros en empresas del sector privado. Docente universitario con experiencia de quince años en Costos de Producción: Costos predeterminados (Estándar y Estimados), costos por procesos productivos, costos por órdenes de trabajo, costos Volúmenes de producción, Análisis Financiero, evaluación y formulación de proyectos con énfasis en aplicación de costos de producción. Tutor universitario a distancia.

Experiencia en la interpretación y aplicación de las normas de contabilidad generalmente aceptadas en entidades del sector privado específicamente en el sector industrial, Manejo de Impuestos, declaraciones de renta, presupuestos, estados financieros, Sistemas, Manejo de Paquete Contable, Personal y amplios conocimientos en Revisoría Fiscal.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Experiencia en diversas compañías del sector privado tales como: ARINCO LTDA, ALMACEROS LTDA, NUTRICION TÉCNICA S.A, INVERAVES LTDA. Y GRUPO EMPRESARIAL PPC S.A.

Como docente experiencia en: UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO, FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN, UNIVERSIDAD NUEVA COLOMBIA Y INSUTEC.

Excelentes relaciones interpersonales, habilidad para hacer presentaciones en público, capacidad para asumir responsabilidades y toma de decisiones.



Itineris Travel una agencia de viajes operadora

ANEXO 4: GUIA PARA PLAN DE NEGOCIO FONADE Y SENA

<p>SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA FONADE FONDO EMPRENDER PLAN DE NEGOCIO</p> <p>RESUMEN EJECUTIVO</p>
--

MERCADO

Investigación de Mercados

CONCEPTO	CONTENIDO
Definición de Objetivos	Defina los objetivos a lograr con el desarrollo de su proyecto, teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y los demás que usted considere relevantes.
Justificación y Antecedentes del Proyecto	Justifique las razones para el desarrollo del proyecto teniendo en cuenta aspectos sociales, económicos, ambientales y las demás que usted considere relevantes para la justificación de su proyecto. Así mismo relacione los antecedentes del proyecto
Análisis del Sector	Consigne el estudio realizado acerca del desarrollo tecnológico e industrial del sector; comportamiento del sector en los últimos 3 años, su evolución y tendencia prevista a corto, mediano y largo plazo.
Análisis de Mercado	Elabore un diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional y/o de los países objetivos; defina el mercado objetivo, justificación del mercado objetivo, estimación del mercado potencial, consumo aparente, consumo per cápita, magnitud de la necesidad, otro; estimación del segmento/ nicho de mercado (tamaño y crecimiento), Perfil del Consumidor y/o del cliente. Importaciones y exportaciones del producto/ servicio a nivel nacional y mercados objetivos (países);Relacione los productos sustitutos y productos complementarios
Análisis de la Competencia	Identificación de principales participantes y competidores potenciales; análisis de empresas competidoras; Relación de agremiaciones existentes; Análisis del costo de mi producto/servicio frente a la competencia; Análisis de productos sustitutos; Análisis de precios de venta de mi producto /servicio (P/S) y de la competencia; Imagen de la competencia ante los clientes; Segmento al cual esta dirigida la competencia; Posición de mi P/S frente a la competencia.

Estrategias de Mercado

CONCEPTO	CONTENIDO
Concepto del Producto ó Servicio	Descripción básica, especificaciones o características, aplicación/ uso del producto o servicio (por Ej. Si el B/S es de consumo directo, de consumo intermedio, etc.), diseño, calidad, empaque y embalaje, fortalezas y debilidades del producto o servicio frente a la competencia

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Estrategias de Precio	Presente un análisis competitivo de precios, precio de lanzamiento, punto de equilibrio, condiciones de pago, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario, preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios. Explique la manera mediante la cual definió el precio.
Estrategias de Promoción	Explique ó describa la estrategia de Promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, cubrimiento geográfico inicial y expansión; presupuesto de promoción, Costo estimado de promoción lanzamiento y publicidad del negocio. Precio de lanzamiento y comportamiento esperado del precio (tasa de crecimiento)
Estrategias de Comunicación	Explique la estrategia de difusión de su producto ó servicio; explique las razones para la utilización de medios y tácticas relacionadas con comunicaciones. Relacione y justifique los costos.
Estrategias de Servicio	Relacione los procedimientos para otorgar Garantías y Servicio Postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago de la garantía ofrecida, comparación de políticas de servicio con los de la competencia.
Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo	Cuantifique y justifique los costos en que se incurre en las estrategias de mercadeo antes relacionadas(Producto, Precio, Plaza, Promoción)
Estrategias de Aprovechamiento	Describa la forma de aprovisionamiento, precios de adquisición, políticas crediticias de los proveedores, descuentos por pronto pago ó por volumen, en caso afirmativo establecer las cuantías, volúmenes y/o porcentajes etc. Definir si los proveedores otorgan crédito, Establezca los plazos que se tiene para efectuar los pagos.

Proyecciones de Ventas

RECUADRO	CONTENIDO
Proyección de Ventas y Política de Cartera	Defina cantidades de ventas por periodo (mensualmente, trimestralmente, o semestralmente, el primer año y los totales por año, para el periodo de evaluación del negocio (este periodo es variable acorde con la naturaleza del negocio), teniendo en cuenta las demandas estacionales en caso de presentarse, así como los aumentos. Determine los Ingresos (en \$) de acuerdo a la estrategia de precio y a la proyección de unidades vendidas. Cada producto debe tener asociado la posición arancelaria de Importación /Exportación. La proyección de ventas debe ser producto de un análisis en el que se haya utilizado un método de proyección como los relacionados en la caja de selección que ofrece el sistema. Explique cual es la fuente de los datos históricos y las razones por las que se utilizó el método seleccionado. Defina si dadas las condiciones del mercado se requiere otorgar crédito a los clientes. En caso afirmativo establecer los plazos de la cartera y los porcentajes respecto del valor de la venta.

OPERACION

Operación

CONCEPTO	CONTENIDO
Ficha Técnica del Producto ó Servicio	Describa las características técnicas del producto o servicio a desarrollar: capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, características físicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaquey embalaje, almacenaje, etc.



Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Costos de Producción	
CONCEPTO	CONTENIDO
Costos de Producción	Relacione el Costo de las materias primas (definiendo precio por unidad de medida), precios actuales, y comportamiento esperado y/o tendencias, Costo de los insumos (definiendo precio por unidad de medida). Costo de transporte de productos terminados. \$/ por unidad de medida. Costos de los materiales de empaque. Costo de mantenimiento de la maquinaria y equipo (por año). Costo de mantenimiento de instalaciones. En los casos que sea necesario establecer costo de repuestos. En los casos que se requiera, establecer el costo del arrendamiento de instalaciones de maquinaria y equipo, ó de lotes o terrenos. Requerimiento de mano de obra directa por periodo (Ej.: por semana, por mes, etc.). Costo de mano de obra directa por periodo en horario normal . En los casos que se requiera, establecer si existe estacionalidad en el requerimiento de mano de obra para la operación del negocio. Costos adicionales de mano de obra directa por concepto de labores que se deben desarrollar en horas extras. Costo por periodo de mano de obra indirecta. Costo estimado de los servicios públicos para el componente de producción. Costos estimados de mantenimiento y repuestos para el componente productivo del negocio.

Infraestructura	
CONCEPTO	CONTENIDO
Infraestructura	Relacione las máquinas a adquirir indicando la función de cada una de ellas en la producción ó servicio, relacione el mobiliario y las herramientas a utilizar en su proceso productivo, indicando el costo unitario de adquisición de cada maquina, herramienta y mobiliario. Costo de construcción y/o remodelación de las instalaciones requeridas. Requerimiento de equipos, muebles e instalaciones para la parte administrativa y de gestión comercial. Establezca si estas forman parte de las inversiones fijas o se adquieren por el sistema de arrendamiento.
Parámetros Técnicos Espec	Para los negocios del sector agropecuario, entre otros, defina los parámetros técnicos como: Niveles de conversión alimenticia, tasas de mortalidad, tasas de natalidad, tasas de morbilidad, carga animal, Toneladas por /ha, densidad de plantas por /ha, etc.

ORGANIZACION

Estrategia Organizacional

CONCEPTO	CONTENIDO
Análisis DOFA	El análisis debe contener la relación de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que se identifican en el producto. Esa relación debe complementarse obligatoriamente con una descripción del impacto estimado para cada una de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas registradas. Adicionalmente, frente al impacto identificado, se debe describir la estrategia a seguir para mitigar o controlar los impactos negativos y conservar o sostener los impactos positivos.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Estructura Organizaci

CONCEPTO	CONTENIDO
Estructura Organizacional	Describe la estructura organizacional incluyendo los niveles directivo, administrativo y operativo. Igualmente la conformación de la Junta Directiva, incluyendo la participación de cada uno de los miembros. Relacione los cargos previstos y el número de empleados por cada cargo.

Aspectos Legales

CONCEPTO	CONTENIDO
Constitución Empresa y Aspectos Legales	Especifique el Tipo de sociedad que conformaría, cual es su estado legal actual; Legislación vigente (normas urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental) que regule la actividad económica, la comercialización de los Productos o Servicios, Normas o Política de distribución de utilidades.

Costos Administrativos

CONCEPTO	CONTENIDO
Gastos de Personal	Registre los pagos estimados por concepto de salarios (sueldo, prestaciones sociales, subsidios, parafiscales), pagos al destajo o jornales, honorarios a cancelar, una vez empiece a operar la empresa, identificando mensualmente los valores por cargo durante el primer año. Igualmente, registre los gastos o costos por concepto de dotaciones, uniformes.
Gastos de Puesta en Marcha	Relacione y Cuantifique los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa, tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.
Gastos Anuales de Administración	Registre los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual, como servicios públicos.

FINANZAS

Ingresos

CONCEPTO	CONTENIDO
Fuentes de Financiación	Especifique la cuantía de los aportes de los emprendedores, especificando si se trata de recursos en efectivo o aportes en bienes y servicios, estableciendo si los recursos se aplican a la etapa de implementación o a la etapa de operación del negocio. Si se tiene previsto incorporar recursos de crédito al negocio, se requiere contar con la información básica del crédito: cuantía, destinación de los recursos (para inversiones fijas, para capital de trabajo, etc), plazo, forma de pago, tasa de interés etc. Igualmente, se hace necesario definir la Tasa de rentabilidad, efectiva anual, a la cual aspiran los emprendedores del negocio.



Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Egresos	
CONCEPTO	CONTENIDO
Egresos	Ingrese la siguiente información: Índice de Actualización monetaria, que representa la tasa anual de crecimiento esperada de los egresos, Inversiones Fijas y Diferidas a efectuar. También deberá ingresar en el respectivo cuadro los Costos de Puesta en Marcha.

Capital de Trabajo	
CONCEPTO	CONTENIDO
Capital de Trabajo	Son los recursos que el emprendedor necesita para financiar la operación del negocio, suficientes hasta el momento de recuperar las ventas, como: adquisición de materia prima, adquisición de insumos, pago de mano de obra, costos de transportes, compra de materiales de empaque, arrendamientos, servicios públicos, etc (costos operacionales).

PLAN OPERATIVO

Plan Operativo	
CONCEPTO	CONTENIDO
Cronograma de Actividades	Es la herramienta que permite registrar las actividades, recursos y tiempos en el cual se desarrollará el plan de negocio, a través de esta herramienta se podrá hacer seguimiento a los avances, utilización de los recursos y gestión, con el fin de observar en forma clara la realización del proyecto. Para cada actividad registre las metas a lograr y los requerimientos de recursos por período.

Metas Sociales	
CONCEPTO	CONTENIDO
Metas Sociales del Plan de	Especifique cuales son las metas sociales a lograr con la puesta en marcha del plan de negocio
Plan Nacional de Desarrollo	Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (digitar obligatoriamente)
Plan Regional de Desarrollo	Especifique como se enmarca el proyecto presentado en los objetivos del Plan Regional de Desarrollo, (digitar obligatoriamente)
Cluster ó Cadena Productiva	Indique a que cluster o cadena productiva se asocia el proyecto propuesto, identificando en que fase de la cadena se integra digitar obligatoriamente
Empleo	Para cada empleo directo a generar, deberá seleccionar el mes a partir del cual empezará a pagar el salario registrado, adicionalmente, debe seleccionar para cada uno de ellos que características de "población vulnerable" cumple, si es el caso.
Emprendedores	Ingresar en los campos de beneficiario con la opción si/no, igualmente debe ingresar el porcentaje de la participación accionaria para cada uno .

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

IMPACTO

CONCEPTO	CONTENIDO
Impacto Económico, Regional, Social, Ambiental	Describa los aspectos de su Plan de Negocio que según su criterio generarían Impacto Económico, Social y Ambiental cuantificando los resultados del impacto por ejemplo en generación de empleo directo en las diferentes fases del proyecto, ventas nacionales y exportaciones, cobertura de población objetivo, clientes, consumidores, y proveedores de materias primas e insumos, planes de mitigación ambiental, compensación, ó corrección, y cuantificar su costo de implementación y mantenimiento

RESUMEN EJECUTIVO

Resumen Ejecutivo

CONCEPTO	CONTENIDO
Concepto del Negocio	Describa en forma concreta los objetivos que se persiguen con la puesta en operación del proyecto, actividades económicas a las que se dedicará, la función social que cumplirá, las necesidades del mercado a satisfacer, mercado objetivo, etc.
Potencial del Mercado en Cifras	Resuma con cifras el potencial de mercados regionales, nacionales e internacionales que tiene el bien o servicio
Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor	Ventajas más destacadas (comerciales, técnicas, operacionales, financieras, etc.) del producto ó servicio, que según su criterio le permitirá asegurar el éxito y valores agregados con respecto a lo existente ó la competencia.
Resumen de las Inversiones	Defina las principales Inversiones, aportes de los socios, recursos solicitados al Fondo Emprender
Proyecciones de Ventas y Retorno	Resuma las cantidades a vender, los precios de venta estimados, por periodo, y la rentabilidad esperada el proyecto, en términos de la tasa interna de retorno.
Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad	Concretamente presente las principales bondades financieras y sustente la viabilidad comercial (mercados), técnica, ambiental, legal y operativa.

Equipo de Trabajo

CONCEPTO	CONTENIDO
Resumen Ejecutivo	Presentación de los datos básicos del proyecto y del grupo de trabajo (Asesores y Emprendedores), que hacen parte del proyecto.

ANEXOS

CONCEPTO	CONTENIDO
Anexos	Documentos relacionados con el plan de negocio

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

ANEXO 5: APOYO Y FINANCIACIÓN A PROYECTOS DIRIGIDOS AL SECTOR TURISMO

Con la aprobación en el Congreso de la República en el año 2003, del Plan Nacional de Desarrollo, la Financiera de Desarrollo Territorial S.A., FINDETER, amplía su portafolio de productos y servicios, al recibir autorización para crear una línea de crédito tendiente a financiar el plan sectorial de turismo.

Los lineamientos del Gobierno Nacional en dicha materia hacen énfasis entre otros aspectos, en los estímulos a la renovación urbana con potencial turístico, incluyendo centros históricos, patrimonio cultural y construcción y remodelación de hoteles.

SECTOR TURISMO

LÍNEA	INVERSIONES FINANCIABLES	PLANES Y PROGRAMAS
INVERSIÓN	ATENCIÓN AL TURISTA	Hotelería y hospedaje, sistemas de tiempo compartido, establecimientos de interés turístico
	PRÁCTICA DE LAS MODALIDADES DE TURISMO	Turismo metropolitano, ecoturismo, etnoturismo, agroturismo, acuaturismo, turismo de interés social, turismo de aventura
	SERVICIOS DE APOYO A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	Agencias de viajes y turismo, transporte de pasajeros, alquiler de vehículos, planes de mercadeo y promoción turística para el turismo doméstico e internacional

COBERTURA

REGIONAL	DIRECCIÓN	TELÉFONO	COBERTURA
Bogotá	Calle 103 N° 21-20, Segundo piso.	6230370	Boyacá, Cundinamarca, Meta, Guaviare, Putumayo, Casanare, Arauca, Guainía, Amazonas, Vichada, Vaupés y Distrito Capital.
Bucaramanga	Calle 35 # 19-41 Of. 411 Torre Sur Centro Internacional de Negocios LA TRIADA.	6333822 6526582	Santander, Norte de Santander.
Neiva	Cra 7 # 7-06 Piso 7 Edificio Séptima Avenida.	8717923 8717768	Caquetá, Huila, Tolima.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Medellin	Cra 43A # 9 Sur-91 Torre Sur piso 7	3137328 3133326	–	Antioquia, Chocó.
Pereira	Calle 19 # 9-50 Piso 5, Complejo Urbano Diario del Otún.	3358703 3358701	–	Caldas, Quindío, Risaralda.
Cali	Cra 100 # 11-60 Of. 412, Holguines Trade Center, Torre Valle de Lili.	3321900 3304501	–	Cauca, Nariño, Valle.
Barranquilla	Cra 52 # 76-167 Of. 510 Atlantic Center.	3587970 3589554	–	Atlántico, Bolívar, San Andrés, Cesar, Guajira y Magdalena.
Montería	Calle 31 # 4-47 Oficina 603. Edificio Centro de Ejecutivos.	7810227 7810241	–	Córdoba, Sucre

Mayor Información sobre los servicios de FINDETER:

Calle 103 N° 21-20, Bogotá

Teléfonos: 6230311 – 6230388

E-mail: findeter@findeter.gov.co

Página web: www.findeter.gov.co

**ANEXO 6: TASA DE CRECIMIENTO POBLACIÓN DE COLOMBIA EN MILES
DE HABITANTES**

Año	Población
1985	30.794
1986	31.433
1987	32.092
1988	32.764
1989	33.443
1990	34.125
1991	34.834
1992	35.530
1993	36.208
1994	36.863
1995	37.490
1996	38.077
1997	38.646
1998	39.201
1999	39.746
2000	40.282
2001	40.806
2002	41.327
2003	41.847
2004	42.368
2005	42.889
2006	43.405
2007	43.926
2008	44.450

NOTA: El DANE está trabajando conjuntamente con el Centro Latinoamericano de Demografía (CELADE) en la actualización de la serie poblacional a nivel nacional para los años 1950-1984 y proyecciones hasta el 2050.

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Dirección de Censos y Demografía, Grupo de Proyecciones, a partir de los resultados del Censo 2005.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

ANEXO 7: TARIFAS DE PAUTAS PUBLICITARIAS EN TELEVISION

CM&

UNIVERSAL MCCANN									
TELEVISION NACIONAL		CM&							
TARIFAS BASE AGENCIA - 30" -									
MES DE OCTUBRE DE 2009									
RATING IBOPE PROMEDIO AGOSTO 15 A SEPTIEMBRE 14 DE 2009 (4 Semanas)									
ACTUALIZADO EN SEPTIEMBRE 21 DE 2009									
PIDORAS	PROGRAMAS	HORARIO	DIA DE EMISION	PROMEDIO RAT. PER AGO 15 A SEP 14 REAL IBOPE	PROMEDIO RAT. PER AGO 15 A SEP 14 REAL IBOPE	% VARIAC. RAT. PER SEP VS OCT	C. P. R. POL. PRECIOS 2009 OCTUBRE	TARIFA - 30" NEGOCIADA 2009 OCTUBRE	
** C. M. & . TELEVISION ** Gloria Lombana									
C.M.I.	PREGUNTA YAMID	8.45-9.00 PM	LUN A VI	0,4	0,4	0,0	4.375.000	1.750.000	
C.M.I.	CM INTERNACIONAL	9.00-9.30 PM	LUN A VI	1,1	0,8	-27,3	2.750.000	2.200.000	
PROMEDIO PRIME TIME				0,8	0,6	-20,0	3.291.667	1.975.000	
C.M.I.	TELEPOLEMICA	10.00-11.00 PM	DOMINGO	0,8	0,9	12,5	1.888.889	1.700.000	
PROMEDIO LATE NIGHT				0,8	0,9	12,5	1.888.889	1.700.000	
C.M.I.	NOTICIERO CM&	9.30-10.00 PM	LUN. A VI	1,6	1,7	6,3	1.294.118	2.200.000	
PROMEDIO NOTICIEROS				1,6	1,7	6,3	1.294.118	2.200.000	

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

JORGE BARON

UNIVERSAL MCCANN									
TELEVISION NACIONAL		JORGE BARON							
TARIFAS BASE AGENCIA - 30" -									
MES DE OCTUBRE DE 2009									
RATING IBOPE PROMEDIO AGOSTO 15 A SEPTIEMBRE 14 DE 2009 (4 Semanas)									
ACTUALIZADO EN SEPTIEMBRE 21 DE 2009									
P/DORAS	PROGRAMAS	HORARIO	DIA DE EMISION	PROMEDIO RAT. PER AGO 15 A SEP 14 REAL IBOPE	PROMEDIO RAT. PER AGO 15 A SEP 14 REAL IBOPE	% VARIAC. RAT.PER SEP VS OCT	C. P. R. POL. PRECIOS 2009 OCTUBRE	TARIFA - 30" NEGOCIADA 2009 OCTUBRE	
** JORGE BARON **									
JORGE BARON	VIVA LA VIDA	9.00-9.30 AM	LUN A VIE	0,1	0,1	-	349.927	34.993	
JORGE BARON	NOTICIAS SALUDABLES	9.30-10.00 AM	LUN A VIE	0,1	0,1	-	349.927	34.993	
JORGE BARON	BELLEZA ES SALUD	10.00-10.30 AM	LUN A VIE	0,1	0,1	-	349.927	34.993	
JORGE BARON	EL SHOW DE LAS ESTRELLAS	11.30-1.30 PM	SAB Y DOM	0,2	0,3	50,0	349.927	104.978	
JORGE BARON	SALUD EN CASA	11.00-11.30 AM	SABADO	0,1	0,1	-	349.927	34.993	
JORGE BARON	EL PUEDE HACERLO DE NUEVO	10.30-11.00 AM	DOMINGO	0,1	0,1	-	349.927	34.993	
JORGE BARON	ESCRITO EN LA PIEL	11.00-11.30 AM	DOMINGO	0,1	0,0	-90,0	349.927	3.499	
PROMEDIOS DAY TIME				0,1	0,1	1,3	349.927	40.492	

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

GLP

UNIVERSAL MCCANN									
TELEVISION NACIONAL		GLP							
TARIFAS BASE AGENCIA -30" -									
MES DE OCTUBRE DE 2009									
RATING IBOPE PROMEDIO AGOSTO 15 A SEPTIEMBRE 14 DE 2009 (4 Semanas)									
ACTUALIZADO EN SEPTIEMBRE 21 DE 2009									
PIDORAS	PROGRAMAS	HORARIO	DIA DE EMISION	PROMEDIO RAT. PER AGO 15 A SEP 14 REAL IBOPE	PROMEDIO RAT. PER AGO 15 A SEP 14 REAL IBOPE	% VARIAC. RAT. PER SEP VS OCT	C. P. R. POL. PRECIOS 2009 OCTUBRE	TARIFA -30" NEGOCIADA 2009 OCTUBRE	
UNION TEMPORAL COLOMBIANA DE TELEVISION S.A.-NTC S.A. - MERCEDES ARENAS									
UNION TEMP. COLOMBIANA DE TELEVISION	TELEHITS /MUSIC TV	10:30-11:00 AM	LUNES	0,1	0,2	100,0	356.392	71.278	
UNION TEMP. COLOMBIANA DE TELEVISION	ELECTRONIC MUSIC /MUSIC TV	10:30-11:00 AM	MIERCOLES	0,1	0,1	-	356.392	35.639	
UNION TEMP. COLOMBIANA DE TELEVISION	ACTITUDPOSITIVA /MASMUJER	10:30-11:00 AM	MIE-JUE-VIE	0,1	0,1	-	356.392	35.639	
UNION TEMP. COLOMBIANA DE TELEVISION	PARE DE SUFRIR /CENTRO DE AYUDA	11:00-12:00 M	LUN. A VI	0,0	0,0	-	356.392	3.564	
UNION TEMP. COLOMBIANA DE TELEVISION	HECHOS Y CRONICAS	6:00-7:00 AM	SABADO	0,1	0,1	-	356.392	35.639	
UNION TEMP. COLOMBIANA DE TELEVISION	ENCUENTRO	7:00-7:30 AM	SABADO	0,1	0,1	-	356.392	35.639	
UNION TEMP. COLOMBIANA DE TELEVISION	BUENOS DIAS SR. JESUS /HECHOS Y CRONICAS	6:00-6:30 AM	DOMINGO	0,1	0,0	(90,0)	356.392	3.564	
UNION TEMP. COLOMBIANA DE TELEVISION	LA PALABRA QUE VENCE LA DERRAMA	6:30-7:00 AM	DOMINGO	0,1	0,1	-	356.392	35.639	
UNION TEMP. COLOMBIANA DE TELEVISION	ACTITUDPOSITIVA	7:00-7:30 AM	DOMINGO	0,2	0,2	-	356.392	71.278	
PROMEDIO DAY				0,1	0,1	1,1	356.392	36.431	

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

RCN

UNIVERSAL MCCANN								
TELEVISION NACIONAL		RCN						
TARIFAS BASE AGENCIA - 30" -								
MES DE OCTUBRE DE 2009								
RATING IBCPE PROMEDIO AGOSTO 15 A SEPTIEMBRE 14 DE 2009 (4 Semanas)								
ACTUALIZADO EN SEPTIEMBRE 21 DE 2009								
P/DORAS	PROGRAMAS	HORARIO	DIA DE EMISION	PROMEDIO RAT. PER AGO 15 A SEP 14 REALIBOPE	PROMEDIO RAT. PER AGO 15 A SEP 14 REALIBOPE	% VARIAC. RAT. PER SEP VS OCT	C. P. R. POL PRECIOS 2009 OCTUBRE	TARIFA - 30" NEGOCIADA 2009 OCTUBRE
** R.C.N. TELEVISION ** CANAL PRIVADO								
RCN Tv (Canal)	EL FANTASMA DE GFAN HOTEL / LAS DETECTIV	10:00 - 10:30 PM	LUN A VIE	12,5	8,9	(28,8)	1.998.000	17.782.200
RCN Tv (Canal)	COPA MUSTANG	6:00 - 9:30 PM	SABADO	4,6	5,8	26,1	1.998.000	11.588.400
RCN Tv (Canal)	THE AMAZING RACE / DURO CONTRA EL MUNDO	9:00-11:00 PM	SABADO	6,1	6,4	4,9	1.998.000	12.787.200
RCN Tv (Canal)	COPA MUSTANG	6:00 - 7:30 PM	DOMINGO	5,7	5,3	(7,0)	1.998.000	10.589.400
RCN Tv (Canal)	ESPECIALES PIRRY	08:00-9:30 PM	DOMINGO	8,6	7,5	(12,8)	1.998.000	14.985.000
VISTA PRODUC	NUESTRO CINE	9:00-11:00 PM	DOMINGO	6,6	6,1	(7,6)	1.998.000	12.187.800
PROMEDIO PRIME TIME				8,8	8,8	-0,7	1.998.000	17.522.460

CARACOL

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

UNIVERSAL McCANN							
TELEVISION NACIONAL		CARACOL					
TARIFAS BASE AGENCIA - 30" -							
MES DE OCTUBRE DE 2009							
RATING IBOPE PROMEDIO AGOSTO 15 A SEPTIEMBRE 14 DE 2009 (4 Semanas)							
ACTUALIZADO EN SEPTIEMBRE 21 DE 2009							
P/DORAS	PROGRAMAS	HORARIO	DIA DE EMISION	PROMEDIO RAT.	PROMEDIO RAT.	C. P. R. POL. PRECIOS 2009 OCTUBRE	TARIFA - 30" NEGOCIADA 2009 OCTUBRE
				PER JUL 15 A AGO 14 REAL IBOPE	PER AGO 15 A SEP 14 REAL IBOPE		
CARACOL TV	DIA A DIA II - GATA SALVAJE / SE BUSCA	10:45 - 11:15 AM	LUN A VIER.	2,6	2,4	585.900	1.406.160
CARACOL TV	DIA A DIA II - TODA UNA DAMA	11:15 AM - 11:45 M	LUN A VIER.	3,3	2,9	585.900	1.699.110
CARACOL TV	DIA A DIA II - ALMA INDOMABLE	11:45 AM - 12:30 M	LUN A VIER.	3,9	3,7	585.900	2.167.830
CARACOL TV	LA FINCA DE HOY CARACOL	05:00 - 05:30 AM	SAB Y DOM	0,4	0,5	585.900	292.950
CARACOL TV	TOM Y JERRY	05:30 - 06:00 AM	SAB Y DOM	0,4	0,4	585.900	234.360
CARACOL TV	CLUB 10	7:00-8:30 AM	SAB Y DOM	1,4	2,4	585.900	1.406.160
CARACOL TV	PLAYZONE	8:30-11:00 M	SAB Y DOM	2,3	2,4	585.900	1.406.160
CARACOL TV	CINE PLAYZONE	11:00-12:30 M	SAB Y DOM	2,9	2,8	585.900	1.640.520
CARACOL TV	LITTLE LULU	06:00 - 07:00 AM	SABADO	0,4	0,9	585.900	527.310
CARACOL TV	LA SANTA MISA	06:00 - 07:00 AM	DOMINGO	1,3	1,4	585.900	820.260
PROMEDIO DAY TIME				1,9	2,0	585.900	1.144.758

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

RADIO SUCESOS RCN

Radiosucesos RCN Nacional (L-D)					
Radiosucesos	Horarios:	Valor Bruto Cuña 30"		Valor Bruto Sección Mes	
		VEZ	MES		
Emisión Matinal	Lunes a Viernes	04:00 a 10:00	3.900.000	85.800.000	93.000.000
	Sábado y Domingo	06:00 a 08:00	3.900.000	35.100.000	38.000.000
Emisión Mediodía	Lunes a Viernes	12:00 a 13:30	2.000.000	44.000.000	48.100.000
	Sábado y Domingo	12:00 a 13:30	2.000.000	18.000.000	19.700.000
Emisión Noche	Lunes a Domingo	20:00 a 21:00	1.350.000	40.400.000	44.200.000

LA FM

NOTICIERO LA FM				
Programas Lunes a Viernes				
Horario:	04:00 a 10:00 de Lunes a Viernes			
Ciudad	Valor Neto Cuña de 30"		Sección VIP	Sección GOLD
	VEZ	MES		
Bogotá				
Medellín				
Cali				
Barranquilla	1.630.000	35.900.000	49.900.000	57.700.000
Bucaramanga				
Cartagena				
Pereira-Armenia-Cajamarca				
Cúcuta				
Sección VIP: Consta de Presentación y cuña hasta de 30"				
Sección Gold: consta de presentación, cuña y mención en vivo hasta de 15"				
Valor neto cuña mes de 30"				
06:55 - 07:55 - 08:55 - 09:55				

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

LA MEGA

Programas Nacionales en La MEGA

Programa	Horario		Valor Bruto Cuña 30"		YR. BRUTO MES PATROCINIOS		
			VEZ	MES	VIP	Gold	Platino
El Mañanero	07:30 a 10:00	Lunes a Viernes	1.100.000	24.000.000	31.200.000	35.900.000	37.400.000
El Cartel	20:00 a 02:00	Domingo a Jueves	705.000	15.500.000	20.200.000	23.200.000	24.100.000
Ciudades que transmiten programas nacionales:							
1	Bogota	90.9 FM			7	Pereira	94.7 FM
2	Medellín	92.9 FM			8	*Cartagena	94.5 FM
3	Cali	92.5 FM			9	Ibagué	107.5 FM
4	*Barranquilla	93.1 FM			10	Cúcuta	99.2 FM
5	Bucaramanga	88.7 FM			11	San Andrés	100.5 FM
6	Armenia	96.7 FM			12	Popayán	100.1 FM

RADIOACKTIVA

RADIOACKTIVA						
Ciudad	DIAL	Tarifa cuña de 30" en Break.	Cuña de 30" - Inicio de Break.	Tarifa Individual 30"	Remoto	
Bogotá	97.9 FM	278.000	333.600	389.200	3.299.000	
Medellín	88.9 FM	170.000	204.000	238.000	2.010.000	
TOTAL SISTEMA		448.000	537.600	627.200	5.309.000	
PROGRAMA NACIONAL "EL GALLO" - Lunes a Viernes de 5:00 am - 11:00 am						
Ciudad	DIAL	Tarifa cuña 30" - Break Local	Tarifa Cuña vez 30" - Nacional	Cuña de 30" Inicio de Break	Tarifa Individual 30"	Sección
Bogotá	97.9 FM	361.400	582.400	699.000	815.000	1.180.000
Medellín	88.9 FM	221.000				
TOTAL SISTEMA		582.400	582.400	699.000	815.000	1.180.000

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

40 PRINCIPALES

		40 PRINCIPALES			
Ciudad	DIAL	Tarifa cuña de 30"en Break.	Cuña de 30" - Inicio de Break.	Tarifa Individual 30"	Remoto *
Bogotá *	89,9 FM	278.000	334.000	389.000	7.568.000
Medellín	98,9 FM	170.000	204.000	238.000	3.166.000
Cali	106,5 FM	170.000	204.000	238.000	3.166.000
Barranquilla	88,6 FM	105.000	126.000	147.000	1.510.000
Pereira	93,7 FM	78.000	94.000	109.000	980.000
Bucaramanga	90,7 FM	78.000	94.000	109.000	1.200.000
Manizales *	91,7 FM	65.100	78.000	91.000	1.200.000
Cartagena	107,5 FM	65.100	78.000	91.000	780.000
Armenia	104,7 FM	65.100	78.000	91.000	690.000
Tunja	99,3 FM	50.600	61.000	71.000	570.000
Cúcuta	89,7 FM	50.600	61.000	71.000	570.000
Honda	90,5 FM	43.500	52.000	61.000	528.000
Villavicencio	90,3 FM	43.500	52.000	61.000	528.000
TOTAL SISTEMA		1.262.500	1.516.000	1.767.000	22.456.000

ANEXO 8: ENCUESTA DE SATISFACCIÓN ITINERIS

ENCUESTA APLICADA POR ITINERIS TRAVEL

1. ¿Cuál es el grado de satisfacción con ITINERIS TRAVEL en relación a los siguientes aspectos?

	Alto	Bueno	Regular	Malo
Atención al cliente	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Calidad del servicio	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Relación precio calidad	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Oportunidad de respuesta	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Servicio post venta	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo

Comentarios o Sugerencias

2. ¿Nuestro servicio al cliente en comparación con otras agencias operadoras es:

- Muy superior
- Superior
- Igual
- Inferior

Comentario adicional

3. ¿Desea que Itineris Travel le informe periódicamente sobre temas de planes de turismo, para su interés, para su negocio o actividad?

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

- 1. Mensualmente
- 2. Trimestralmente
- 3. Semestralmente
- 4. Anualmente
- 5. No me interesa

4. ¿Cuál es el grado de satisfacción con nuestros servicios:

- 1. Completamente satisfecho
- 2. Satisfecho
- 3. Insatisfecho
- 4. Completamente insatisfecho

Comentarios

5. ¿Según su experiencia con Itineris Travel, nos recomendaría con otras empresas o instituciones?

- 1. Sí
- 2. No

Porque sí o por qué no?

6. Si su respuesta fue afirmativa en la anterior pregunta, por favor referenciar (dos) 2 personas, instituciones o empresas que puedan requerir de nuestros servicios con un número telefónico o email de contacto.

1.

2.

ANEXO 9: COTIZACIÓN DE PÁGINAS WEB Y MANTENIMIENTO

<p>Cliente: ITINERIS TRAVEL Referencia: Ministe Fecha: ENERO 15-2010</p>	 T. 57.1646.4100 CII 96 # 13A-21	
--	---	---

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor
Ministe (Home, Registro, 2 plantillas internas)	1	\$4.000.000	\$4.000.000
Mantenimiento mensual (Contenido aprox 4 horas mensuales)	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Hosting Anual	1	\$500.000	\$500.000
Total			\$6.500.000

Observaciones:
Este presupuesto no incluye: IVA, alquiler ni toma de fotografías, videos, generación de contenidos, premios ni logística de entrega de los mismos.

Fuente: MRM-Worldwide

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

**ANEXO 10: COTIZACIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA Y GASTOS DE
PUBLICIDAD**



BOGOTÁ , ABRIL 15 DE 2010

**SEÑORES: ITINERIS TRAVEL
AT. ANDREA MARTINEZ/PAOLA BARRAGÁN**

POR MEDIO DE LA PRESENTE LES ADJUNTO LA COTIZACIÓN DE:

IMAGEN CORPORATIVA.....	\$400.000
DISEÑO DE LOGO Y ARTE FINALIZACIÓN	\$250.000
IMPRESIÓN Y ACABADOS.....	\$350.000
TOTAL A PAGAR.....	\$1.000.000

CORDIALMENTE

**CARLOS RODRÍGUEZ RAMIREZ
DISEÑADOR CREATIVO PUBLICIDAD**

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

ANEXO 11: NORMA TECNICA SECTORIAL DE INFRAESTRUCTURA

**NORMA TÉCNICA
SECTORIAL**

**NTS
AV03**

2002-10-29

**INFRAESTRUCTURA EN AGENCIAS DE
VIAJES**



Ministerio de Comercio, Industria
y Turismo
Dirección de Turismo



E: INFRASTRUCTURE IN TRAVEL AGENCIES

CORRESPONDENCIA:

DESCRIPTORES: agencias de viaje; infraestructura.

PROLOGO

La Unidad Sectorial de Normalización para el Subsector de Agencias de Viajes - USNAV es una entidad reconocida por el Organismo Nacional de Normalización que tiene como función la preparación de normas técnicas propias del subsector de agencias de viajes (NTSAV) dentro de los parámetros internacionales establecidos para esta actividad, con la posibilidad de ser sometidas al proceso de adopción y publicación de la Norma Técnica Colombiana (NTC) o Guía Técnica Colombiana (GTC).

La representación de todos los sectores involucrados en el proceso de Normalización Técnica está garantizada por:

El comité técnico de Infraestructura en agencias de viajes, el cual es un conjunto interdisciplinario de profesionales, integrado por representantes de las agencias de viajes del país, consumidores e interesados en general, que mediante consenso establecen parámetros fundamentales que rigen la normalización de productos, procedimientos o servicios en el subsector de agencias de viajes.

El periodo de consulta pública, caracterizado por la participación de todos los interesados.

La NTSAV 03 fue aprobada por el Consejo Directivo de la USNAV el 2002-10-29

Esta norma está sujeta a ser actualizada permanentemente con el objeto de que responda en todo momento a las necesidades y exigencias actuales.

A continuación se relacionan las empresas que colaboraron en el estudio de esta norma a través de su participación en el comité técnico de Infraestructura en agencias de viajes:

ACAIRE
AVIATUR
CAFAM
DIRECCIÓN DE TURISMO - MINISTERIO
DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
EL CLAN VIAJES
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS
DE LA UNIVERSIDAD EXTERNADO DE
COLOMBIA

ICONTEC
PANAMERICANA DE VIAJES
POLVANI TOURS
SENA
SERTEL LTDA.
VIAJES FIVA

Además de las anteriores, en Consulta Pública el Proyecto se puso a consideración de las siguientes empresas:

AEROLÍNEAS CENTRALES DE
COLOMBIA, AGES
AEROREPÚBLICA
AGENCIA DE VIAJES OPERADORA
TURISMO Y SERVICIOS

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO
SHALOM LTDA.
AIR FRANCE
ALIANZA SUMMA
SERVICIOS TURÍSTICOS

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

AMERICAN AIRLINES

ASIA EUROPA TOURS
AVENSA
AVIANCA
BALBOA VIAJES Y TURISMO LTDA.
CALIENTE TOURS
CARIBBEAN GROUP CONSULTING
CARLSON WAGONLIT TRAVEL
SUCURSAL
CASA DANN CARLTON
CASA DEL TURISMO
CASA MEDINA
CENTENARIO
CONEXIONES TURÍSTICAS E.U.
CONTACTOS LTDA. BOCAGRANDE
CONTINENTAL AIRLINES
COPA
COSMOS 100
DAVIAJES MAYORISTA DE TURISMO
DELTA AIRLINES
DISCOVERY TRAVEL
DON JAIME
ECODESTINOS VIAJES Y TURISMO EU
ECO-GUÍAS LTDA.
EL EDEN
ENLACES VIAJES Y TURISMO LIMITADA
MUNDO MARINO VELILLA VELEZ Y VÍA S
EN C
ESKAPE VIAJES Y TURISMO LTDA.
EXCUCESAR
EXCURSIONES ECOLÓGICAS DE
COLOMBIA
GRUPO TACA/LACSA
HOSTAL EL DORADO
HOTEL CAPITAL
IBERIA
INTER
INVERSIONES VALENCIA TELLO Y CIA.

LA FONTANA
LAN CHILE
LLOYD AÉREO BOLIVIANO
LUFTHANSA
MELIA CONFORT CHICAMOCOA
MEXICANA DE AVIACIÓN
OPERADORA DE VIAJES SEDITRANS
OPERADORA MAYORISTA DE TURISMO
LTDA. GRUPO OPERAMA
PETRÓLEO Y SOL TOUR LTDA.
FUERTA DEL SOL
QUIMBAYA TOURS
REPRESENTACIONES TURÍSTICAS VIP
LTDA.
SATENA
SAUCES DEL ESTADIO
SEVENTUR
SIRIUS VIAJES LTDA.
SOL CHARTER LTDA.
SOL Y LUNA AGENCIA DE VIAJES
SORATAMA
TEQUENDAMA INTER – CONTINENTAL
TOUR COLOMBIA
TRANSAMERICA.CO
TRAVEL AIR AGENCIA DE VIAJES LTDA.
TURISMO TOTAL
TURISPETROL
VALLME LTDA.
VARIG
VERDE MAR
VIAJES CALIMA LTDA.
VIAJES CALITOURS LTDA.
VIAJES GUADALAJARA LTDA.
VIAJES OGANESOFF CALI
VIAJES ORIENTUR LTDA.
VIAJES PACÍFICO
ZUANA BEACH RESORT

COLEGIO MAYOR DE ANTIOQUIA
CORPORACIÓN DE EDUCACIÓN – IDEE-
CORPORACIÓN DE EDUCACIÓN
SUPERIOR - UNTE-
CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL
DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN -
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE
SANTANDER
FUNDACIÓN ESCUELA SUPERIOR
PROFESIONAL - INEIAHLE

UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO
UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y
TECNOLÓGICA DE COLOMBIA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE
MANIZALES
UNIVERSIDAD EXTERNADO DE
COLOMBIA
UNIVERSIDAD LOS LIBERTADORES

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NT8 AV03

INFRAESTRUCTURA EN AGENCIAS DE VIAJES

1. OBJETO

Esta norma técnica sectorial establece la infraestructura que deben tener las agencias de viajes para garantizar una adecuada atención al cliente.

2. ALCANCE

Esta norma aplica a agencias de viajes.

3. DEFINICIONES

Para los propósitos de esta norma, aplicar:

3.1

Infraestructura

Sistema de instalaciones, equipos y servicios necesarios para el funcionamiento de una organización.

3.2

Infraestructura interna

Sistema de instalaciones, equipos y servicios ubicados en cualquier espacio o ambiente interior a la organización, necesarios para su funcionamiento.

3.3

Infraestructura externa

Sistema de instalaciones, equipos y servicios ubicados en cualquier espacio o ambiente exterior a la organización, necesarios para su funcionamiento.

3.4

accesibilidad

Característica que permite en cualquier espacio o ambiente exterior o interior, el fácil desplazamiento de la población en general y el uso en forma confiable y segura de los servicios instalados en esos ambientes, incluye la eliminación de barreras físicas, actitudinales y de comunicación.

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NT 8 AV03

4. REQUISITOS PARA LA INFRAESTRUCTURA EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

4.1 REQUISITOS GENERALES

4.1.1 La agencia de viajes debe definir e implementar la infraestructura externa e interna que cumpla con los requisitos de esta norma técnica sectorial y cumplir con los lineamientos establecidos en las normas de salud ocupacional.

4.1.2 Para prestar sus servicios la agencia de viajes debe reunir un conjunto de requisitos físicos que son:

- a) Localización y acceso
- b) Espacios
- c) Iluminación y decoración
- d) Muebles y equipos de oficina
- e) Climatización

4.1.3 La agencia de viajes debe disponer de áreas físicas para desarrollar sus procesos.

4.1.4 La agencia de viajes debe disponer de espacios accesibles para la atención de sus clientes. (véanse normas: NTC 4139, NTC 4140, NTC 4143, NTC 4144, NTC 4145, NTC 4349, NTC 4960, NTC 5017)

4.2 REQUISITOS DE INFRAESTRUCTURA EXTERNA

4.2.1 La agencia de viajes debe tener en cuenta la localización y el acceso a los inmuebles donde se ubique, para atender al público. (Véase numeral 4.1.4).

4.2.2 Para su ubicación, la agencia de viajes debe tener en cuenta las vías de acceso, parqueaderos y los medios de transporte para el desplazamiento de clientes y empleados.

4.3 REQUISITOS DE INFRAESTRUCTURA INTERNA

4.3.1 Requisitos de espacios

La agencia de viajes debe establecer las siguientes áreas, dentro de su inmueble:

4.3.1.1 Un área de espera y atención al cliente y un área de procesos internos que deben cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Ser accesibles (véase numeral 4.1.4)
- b) Disponer de espacios para la ubicación de muebles y equipos de oficina (véanse numerales 4.3.4 y 4.3.5 de esta norma)

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NT8 AV03

4.3.1.2 Un área de servicios generales, que debe cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Disponer de servicios sanitarios accesibles y exclusivos a su uso, con ventilación natural o extracción mecánica (véase NTC 5017).
- b) Disponer de un espacio para el depósito de útiles de aseo y recolectores de basura, independiente de las otras áreas y espacios.

NOTA 1 Se recomienda destinar un espacio exclusivo para el servicio de cafetería.

4.3.2 Requisitos de climatización

En la agencia de viajes debe existir un sistema de aire acondicionado o de ventilación natural que mantenga condiciones de confort para sus clientes y empleados a través de la atención de los siguientes parámetros:

- a) Temperatura interior:

Los requisitos de diseño para las diferentes regiones de Colombia varían dependiendo de las condiciones de temperatura de la ciudad en que se encuentre la agencia de viajes.

La agencia de viajes debe garantizar las siguientes temperaturas de acuerdo con su ubicación:

Ciudades con altura mayor a 2000 m sobre el nivel del mar	22,2 °C
Ciudades con altura entre 1000 m y 2.000 m sobre el nivel del mar	23,0 °C
Ciudades con altura entre 0 y 1000 m sobre el nivel del mar	23,5 °C

- b) Humedad relativa:

Se especifican condiciones de humedad relativa entre 50 % y 60 %.

- c) Renovación de aire:

Siguiendo las guías y recomendaciones establecidas por ASHRAE – American Society of Heating, Refrigerating and Air Conditioning Engineers, es necesario mantener un nivel promedio de $[0,4297/07079 \text{ m}^3 \text{ 15 a 25 (pies cúbicos por minuto)]$ de aire limpio y fresco proveniente del exterior, por cada persona que se proyecte en un recinto acondicionado, con el objeto de mantener niveles adecuados de oxigenación para los ocupantes.

4.3.3 Requisitos de Iluminación

Las agencias de viajes deben contar con un sistema que permita el uso racional de los recursos eléctricos y que provea la iluminación necesaria. (véase GTC 8. 1994)

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NTS AV03

4.3.4 Requisitos de muebles

La agencia de viajes debe contar con un mobiliario que le permita a los funcionarios realizar adecuadamente su labor y garantizar comodidad y seguridad al cliente.

4.3.6 Requisitos de equipos de oficina

La agencia de viajes debe contar con los equipos de oficina que permitan la realización de sus funciones.

4.3.8 Requisitos de decoración y ambientación

La ambientación del establecimiento debe evitar la contaminación auditiva (véase NTC 3521) y visual.

NOTA 2 En caso de que la agencia de viajes tenga oficinas sucursales, éstas deben mantener unidad de imagen corporativa.

4.4 REQUISITOS DE MANTENIMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA

4.4.1 La agencia de viajes debe implementar un programa de mantenimiento y reposición de sus instalaciones, muebles y equipos, así como llevar archivo de los registros correspondientes.

4.4.2 La agencia de viajes debe implementar un programa de mantenimiento y reposición orientado a los medios de transporte de su propiedad y/o controlar su aplicación en caso de que dichos medios sean contratados. De igual manera debe conservar los registros correspondientes.

NOTA 3 Se recomienda que el diseño e instalación de todos los aspectos de la infraestructura, sean puestos en manos de personal idóneo con experiencia en este tipo de aplicaciones, con el objeto de obtener soluciones eficientes y ajustadas a las necesidades particulares de cada aplicación y caso.

5. APÉNDICE

5.1 NORMAS QUE DEBEN CONSULTARSE

Las siguientes normas contienen disposiciones que, mediante la referencia dentro de este texto, constituyen disposiciones de esta norma. En el momento de la publicación eran válidas las ediciones indicadas. Todas las normas están sujetas a actualización; los participantes, mediante acuerdos basados en esta norma, deben investigar la posibilidad de aplicar la última versión de las normas mencionadas a continuación.

NTC 1440, Muebles de oficina. Consideraciones generales relativas a la posición de trabajo: silla – escritorio. 1978.

NTC 3521, Acústica, descripción y medición del ruido ambiental. Aplicación de los límites de ruido. 1993.

NTC 4139, Accesibilidad de las personas al medio físico. Símbolo gráfico, características generales. 1997

NTC 4140, Accesibilidad de las personas al medio físico. Edificios, pasillos, corredores, características generales. 1997

NORMA TÉCNICA SECTORIAL NT8 AV08

NTC 4143, Accesibilidad de las personas al medio físico. Edificios, rampas fijas. 1998

NTC 4144, Accesibilidad de las personas al medio físico. Edificios, señalización. 1997

NTC 4145, Accesibilidad de las personas al medio físico. Edificios, escaleras. 1998

NTC 4349, Accesibilidad de las personas al medio físico. Edificios, ascensores. 1998

NTC 4960, Accesibilidad de las personas al medio físico. Edificios, puertas accesibles. 2001.

NTC 5017, Accesibilidad de las personas al medio físico. Edificios, servicios sanitarios accesibles. 2001.

GTC 8, Electrotecnia. Principios de ergonomía visual. Iluminación para ambientes de trabajo en espacios cerrados. 1994.

6.2 BIBLIOGRAFÍA

FUNDACIÓN MAPFRE. Curso de Higiene Industrial. España, 1986. 905 p.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO. Enciclopedia de Salud y Seguridad en el Trabajo. Tomo II. Ginebra, 1987. 63.51 p.

EJEMPLAR DE CORTESÍA

ANEXO A
(Informativo)

NORMAS LEGALES SOBRE SALUD OCUPACIONAL

LA SIGUIENTE ES UNA LISTA NO EXHAUSTIVA DE LAS NORMAS LEGALES SOBRE SALUD OCUPACIONAL EN COLOMBIA:

- A.1 Ley 9ª Título 3, enero 24 de 1979. Normas para preservar, conservar y mejorar la salud de los individuos en sus ocupaciones.
- A.2 Resolución 02400, mayo 23 de 1979. Disposiciones sobre vivienda, higiene y seguridad industrial en establecimientos de trabajo.
- A.3 Resolución 8321, agosto 4 de 1983. Capítulo 5. Protección y conservación de la audición por emisión de ruido en los lugares de trabajo.
- A.4 Resolución 1792, mayo 3 de 1990. Valores límites permisibles para la exposición ocupacional al ruido.

EJEMPLAR DE CORTESÍA

ANEXO B
(Informativo)

TOMADO TEXTUALMENTE DEL CONCEPTO EMITIDO POR ACAIRE (ASOCIACIÓN COLOMBIANA DEL ACONDICIONAMIENTO DE AIRE Y DE LA REFRIGERACIÓN) SOBRE CONDICIONES DE CALIDAD DEL AIRE

*Tratándose de aplicaciones que pretenden mantener condiciones de Confort para los usuarios y empleados de oficinas, sugerimos el diseño e instalación de sistemas de aire acondicionado que atiendan por lo menos estos tres (3) parámetros siguientes:

TEMPERATURA INTERIOR: las condiciones de diseño para las diferentes regiones de Colombia varían ligeramente dependiendo de las condiciones de temperatura de la ciudad, siendo normalmente sugeridas las siguientes temperaturas:

Ciudades con altura mayor a 2000 m sobre el nivel del mar.	22,2 °C
Ciudades con altitud entre 1 000 y 2 000 m.	23,0 °C
Ciudades con altitud entre 0 y 1 000 m.	23,5 °C

HUMEDAD RELATIVA: por razones de salud y confort normalmente se especifican condiciones de humedad relativa entre 50 % y 60 %.

RENOVACIÓN DE AIRE: siguiendo las guías y recomendaciones establecidas por ASHRAE – American Society of Heating, Refrigerating and Air Conditioning Engineers, sugerimos que se mantenga un nivel promedio de $(0,42 - 0,70) \text{ m}^3$ 15 a 25 (pies cúbicos por minuto) de aire limpio y fresco proveniente del exterior por cada que se proyecte en un recinto acondicionado, con el objeto de mantener niveles adecuados de oxigenación para los ocupantes.*

ANEXO 12: MODELO DE MINUTA Y ESTATUTOS

MODELO DE ESTATUTOS

Advertencia: El siguiente modelo de estatutos, elaborado por Francisco Reyes Villamizar, se suministra a título de ejemplo, con finalidad estrictamente didáctica. La utilización de este modelo requiere: (i) La verificación de no haberse presentado cambios legislativos o jurisprudenciales que puedan implicar una modificación en la estructura de la SAS y (ii) Que el usuario, luego de analizar detenidamente las características del emprendimiento que los accionistas se propongan acometer, redacte las cláusulas concernientes que mejor se adecuen al negocio. Cualquier sociedad por acciones simplificada puede constituirse con la presencia de un solo individuo (persona natural o jurídica), quien podrá, con posterioridad al acto de constitución, proceder a la transferencia de acciones a otros accionistas. Así mismo, podrá emitir acciones con posterioridad al acto constitutivo para permitir el ingreso de nuevas personas.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

ACME SAS

ACTO CONSTITUTIVO

Paola Andrea Barragán Gallo, de nacionalidad Colombiana, identificado con CC. 1.020.716.007, domiciliado en la ciudad de Bogotá, declara -previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos-, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada Itineris Travel, para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de \$19.000.000, previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, el suscrito ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

STATUTOS

Capítulo I

Disposiciones generales

Artículo 1º. Forma.- La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará (INCLUIR NOMBRE) SAS, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “sociedad por acciones simplificada” o de las iniciales “SAS”.

Artículo 2º. Objeto social.- La sociedad tendrá como objeto principal (*DESCRIBIR ACTIVIDAD PRINCIPAL*). Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Artículo 3º. Domicilio.- El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de (Sector chapinero aun por definir) Bogotá D.C. y su dirección para notificaciones judiciales será la (Sector). La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

Artículo 4º. Término de duración.- El término de duración será indefinido.

Capítulo II

Reglas sobre capital y acciones

Artículo 5°. Capital Autorizado.- El capital autorizado de la sociedad es de (INCLUIR VALOR), dividido en cien acciones de valor nominal de \$52.092.236 cada una.

Artículo 6°. Capital Suscrito.- El capital suscrito inicial de la sociedad es de \$ 26.000.000.

Artículo 7°. Capital Pagado.- El capital pagado de la sociedad es de, dividido en \$ 8.700.000 acciones ordinarias de valor nominal de (INCLUIR VALOR) cada una.

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital.- El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de los 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

Artículo 8°. Derechos que confieren las acciones.- En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

Artículo 9°. Naturaleza de las acciones.- Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Artículo 10°. Aumento del capital suscrito.- El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean reglamento.

Artículo 11°. Derecho de preferencia.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo Primero.- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo Segundo.- No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

Artículo 12°. Clases y Series de Acciones.- Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo.- Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

Artículo 13°. Voto múltiple.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre *quórum* y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

Artículo 14°. Acciones de pago.- En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

Artículo 15°. Transferencia de acciones a una fiducia mercantil.- Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Artículo 16°. Restricciones a la negociación de acciones.- Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

Artículo 17°. Cambio de control.- Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Capítulo III

Órganos sociales

Artículo 18°. Órganos de la sociedad.- La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

Artículo 19°. Sociedad devenida unipersonal.- La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se le confieren a los diversos órganos sociales, incluidas las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

Artículo 20°. Asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

Artículo 21°. Convocatoria a la asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por ella misma o por el

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.

En la primera convocatoria podrá incluirse igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria, en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

Artículo 22°. Renuncia a la convocatoria.- Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

Artículo 23°. Derecho de inspección.- El derecho de inspección podrá ser ejercido por los accionistas durante todo el año. En particular, los accionistas tendrán acceso a la totalidad de la información de naturaleza financiera, contable, legal y comercial relacionada con el funcionamiento de la sociedad, así como a las cifras correspondientes a la remuneración de los administradores sociales. En desarrollo de esta prerrogativa, los accionistas podrán solicitar toda la información que consideren relevante para pronunciarse, con conocimiento de causa, acerca de las determinaciones sometidas a consideración del máximo órgano social, así como para el adecuado ejercicio de los derechos inherentes a las acciones de que son titulares.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Los administradores deberán suministrarles a los accionistas, en forma inmediata, la totalidad de la información solicitada para el ejercicio de su derecho de inspección.

La asamblea podrá reglamentar los términos, condiciones y horarios en que dicho derecho podrá ser ejercido.

Artículo 24°. Reuniones no presenciales.- Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, en los términos previstos en la ley. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

Artículo 25°. Régimen de quórum y mayorías decisorias: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto. Las decisiones se adoptarán con los votos favorables de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones con derecho a voto presentes en la respectiva reunión.

Cualquier reforma de los estatutos sociales requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas, incluidas las siguientes modificaciones estatutarias:

- (i) La modificación de lo previsto en el artículo 16 de los estatutos sociales, respecto de las restricciones en la enajenación de acciones.
- (ii) La realización de procesos de transformación, fusión o escisión.
- (iii) La inserción en los estatutos sociales de causales de exclusión de los accionistas o la modificación de lo previsto en ellos sobre el particular;
- (iv) La modificación de la cláusula compromisoria;
- (v) La inclusión o exclusión de la posibilidad de emitir acciones con voto múltiple;
y
- (vi) La inclusión o exclusión de nuevas restricciones a la negociación de acciones.

Parágrafo.- Así mismo, requerirá determinación unánime del 100% de las acciones suscritas, la determinación relativa a la cesión global de activos en los términos del artículo 32 de la Ley 1258 de 2008

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Artículo 26°. Fraccionamiento del voto: Cuando se trate de la elección de comités u otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto. En caso de crearse junta directiva, la totalidad de sus miembros serán designados por mayoría simple de los votos emitidos en la correspondiente elección. Para el efecto, quienes tengan intención de postularse confeccionarán planchas completas que contengan el número total de miembros de la junta directiva. Aquella plancha que obtenga el mayor número de votos será elegida en su totalidad.

Artículo 27°. Actas.- Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

Artículo 28°. Representación Legal.- La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien no tendrá suplentes, designado para un término de un año por la asamblea general de accionistas.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

Artículo 29°. Facultades del representante legal.- La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

Capítulo IV

Disposiciones Varias

Artículo 30°. Enajenación global de activos.- Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta por ciento o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación. La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

Artículo 31°. Ejercicio social.- Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1° de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

Artículo 32°. Cuentas anuales.- Luego del corte de cuentas del fin de año calendario, el representante legal de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas los estados financieros de fin de ejercicio, debidamente dictaminados por un contador independiente, en los términos del artículo 28 de la Ley 1258 de 2008. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, el dictamen será realizado por quien ocupe el cargo.

Artículo 33°. Reserva Legal.- la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formado con el diez por ciento de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento mencionado, la sociedad no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el diez por ciento de las utilidades líquidas. Pero si disminuyere, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento de tales utilidades, hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

Artículo 34°. Utilidades.- Las utilidades se repartirán con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

Artículo 35°. Resolución de conflictos.- Todos los conflictos que surjan entre los accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán dirimidos por la Superintendencia de Sociedades, con excepción de las acciones de impugnación de decisiones de la asamblea general de accionistas, cuya resolución será sometida a arbitraje, en los términos previstos en la Cláusula 35 de estos estatutos.

Artículo 36°. Cláusula Compromisoria.- La impugnación de las determinaciones adoptadas por la asamblea general de accionistas deberá adelantarse ante un Tribunal de Arbitramento conformado por un árbitro, el cual será designado por acuerdo de las partes, o en su defecto, por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de (). El árbitro designado será abogado inscrito, fallará en derecho y se sujetará a las tarifas previstas por el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de (). El Tribunal de Arbitramento tendrá como sede el Centro de Arbitraje y Conciliación Mercantil de (), se regirá por las leyes colombianas y de acuerdo con el reglamento del aludido Centro de Conciliación y Arbitraje.

Artículo 37°. Ley aplicable.- La interpretación y aplicación de estos estatutos está sujeta a las disposiciones contenidas en la Ley 1258 de 2008 y a las demás normas que resulten aplicables.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Capítulo IV

Disolución y Liquidación

Artículo 38°. Disolución.- La sociedad se disolverá:

1° Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;

2° Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;

3° Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;

4° Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;

5° Por orden de autoridad competente, y

6° Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Parágrafo primero.- En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado concerniente o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

Artículo 39°. Enervamiento de las causales de disolución.- Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6° del artículo anterior.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

Artículo 40°. Liquidación.- La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

DETERMINACIONES RELATIVAS A LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

- 1. Representación legal.-** Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a Paola Andrea Barragán Gallo, identificado con el documento de identidad No. 1.020.716.007, como representante legal de Itineris Travel SAS, por el término de 1 año.
Paola Andrea Barragán Gallo participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de Itineris Travel SAS.
- 2. Actos realizados por cuenta de la sociedad en formación.-** A partir de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, Acme SAS asume la totalidad de los derechos y obligaciones derivados de los siguientes actos y negocios jurídicos, realizados por cuenta de la sociedad durante su proceso de formación:
- 3. Personificación jurídica de la sociedad.-** Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, Acme SAS formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2° de la Ley 1258 de 2008.

AÑEXO 13: SOPORTE DE APLICACIÓN CONCURSO SANTANDER

Premio Santander Emprendimiento Ciencia e Innovación Colombia 2010

Ficha de Inscripción (7 secciones) Modalidad de Emprendimiento



1. Registro del participante (participante individual, líder de equipo o director grupo de investigación)

Categoría

2. Participación

Tipo de vinculación

Universidad postulante

Integrantes del grupo

Nombre Completo	T.D.	Número de documento	Universidad	Vinculación	Nivel de estudios	Área de Conocimiento
PAOLA ANDREA BARRAGAN GALLO	C.C.	1.020.716.007	Pontificia Universidad Javeriana	Estudiante Pregrado	Estudiante Pregrado	
ANDREA MARTINEZ ROA	C.C.	52.473.815	Pontificia Universidad Javeriana	Estudiante Pregrado	Estudiante Pregrado	

3. Datos de contacto de la universidad (registrar los datos de la unidad de emprendimiento o facultad que avala el proyecto)

Persona de contacto Cargo

Teléfono E-mail

4. Datos personales (participante individual o líder de equipo)

Nombres Apellidos

Tipo de documento: Número de documento:

Fecha de Nacimiento: Nacionalidad

Sexo: E-mail 1

5. Datos de contacto (participante individual o líder de equipo)

Ciudad de residencia Departamento

Dirección de correspondencia Teléfono de contacto

6. Perfil del equipo (participante individual o líder de equipo)

Fortalezas del equipo
empresador (máximo 15 líneas)

El Equipo emprendedor tiene como fortalezas haber desarrollado un plan de negocios para crear una agencia de viajes operadora basado en la investigación y conocimiento adquiridos durante la carrera. Una de las grandes fortalezas es que una de las autoras del plan de negocio trabajó en el Sector del Turismo y esto hizo que nos interesara mucho en desarrollar este plan de negocio que presentaremos.

Objetivos y motivación del
equipo al participar en el premio
(máximo 15 líneas)

Dar a conocer nuestro plan de negocio por medio de esta oportunidad que da el Banco Santander. Aprovechar esta oportunidad que brinda el banco para impulsar la cultura emprendedora en el país. El premio que da es bastante prometedor ya que nos serviría para invertir en el desarrollo de nuestro plan de negocio.

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

ACTIVOS FIJOS						
INMUEBLES, BUEBLES Y ENNERES						
CANTIDADES	DETALLE	VALOR DE SACRIFICIO				
EQUIPOS DE OFICINA						
CANTIDADES	DESCRIPCIÓN	VALOR DE SACRIFICIO				
MAQUINARIA Y EQUIPO						
CANTIDADES	DESCRIPCIÓN	VALOR DE SACRIFICIO				
TOTAL ACTIVOS FIJOS						
		\$				
PASIVOS						
CUENTAS POR PAGAR A PROVEEDORES						
PROVEEDOR	VALOR	PLAZO				
OTRAS CUENTAS POR PAGAR A LARGO PLAZO						
PROVEEDOR	VALOR	PLAZO				
DELIACIONES FINANCIERAS						
ENTORNO	MONTO SOCIAL	BALDO	PLAZO	GARANTIA		
TOTAL PASIVOS		\$				
VENTAS						
DIARIAS						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
MENSUALES						
ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	
\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	
\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
NÚMERO DE DÍAS TRABAJADOS EN LA SEMANA						

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

INVENTARIO PARA COMERCIANTES					
CANTIDADES	DESCRIPCIÓN	PRECIO DE VENTA	COSTO UNITARIO	% COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL \$
TOTAL					\$

INVENTARIO PARA PRODUCTORES			
MATERIA PRIMA			
CANTIDADES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PRODUCTO EN PROCESO			
CANTIDADES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PRODUCTO TERMINADO			
CANTIDADES	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
TOTAL			\$

REFERENCIA FAMILIAR			
NOMBRE		APellidos	
DIRECCIÓN	Ciudad	DEPARTAMENTO	TELÉFONO
CONCEPTO			
NOMBRE		APellidos	
DIRECCIÓN	Ciudad	DEPARTAMENTO	TELÉFONO
CONCEPTO			

REFERENCIA FAMILIAR			
NOMBRE		APellidos	
DIRECCIÓN	Ciudad	DEPARTAMENTO	TELÉFONO
CONCEPTO			
NOMBRE		APellidos	
DIRECCIÓN	Ciudad	DEPARTAMENTO	TELÉFONO
CONCEPTO			

INFORMACIÓN FINANCIERA FAMILIAR			
INGRESOS MENSUALES JUSTIFICADOS		EGRESOS MENSUALES JUSTIFICADOS	
RENTAS	\$	ALIMENTACIÓN	\$
PENSIONES	\$	ALQUILER / CUOTA VIVIENDA	\$
SALARIOS	\$	EDUCACIÓN	\$
APORTES	\$	SAÚDE	\$
- FIANZA	\$	UTILIDADES PÚBLICAS	\$
- RENT	\$	TRANSPORTE	\$
- OTROS	\$	OTROS CARGOS	\$
OTROS INGRESOS	\$	OTROS GASTOS DEJADOS	\$
TOTAL INGRESOS FAMILIARES	\$	TOTAL EGRESOS FAMILIARES	\$

PRODUCTO SOLICITADO AL BANCO			
NOMBRE DEL BANCO	PLAZO DEL CRÉDITO	FORMA DE PAGO DEL CRÉDITO	CUOTE QUE PAGA EL PASADO
DESTINO DEL CRÉDITO			
CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVOS FIJOS	INCLAYON	Si o No (Si/No) <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
		Tip. de Riesgo	Med. Comercial
TIPO DE GARANTÍA			
PERSONAL <input type="checkbox"/>	AVULSA <input type="checkbox"/>	HIPOTECARIA <input type="checkbox"/>	PREMIA <input type="checkbox"/>
Detalle de la garantía			

ANÁLISIS DE NEGOCIO	
GASTO EFECTIVO	\$
INTERESES	\$

CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES		
NÚMERO DE CLIENTES	PLAZO DE PAGO	SALDO
TOTAL		\$

OTRAS CUENTAS POR COBRAR		
CONCEPTO	PLAZO DE PAGO	SALDO
TOTAL OTRAS CUENTAS POR COBRAR		\$

Itineris Travel una agencia de viajes operadora

ANEXO15: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES ITINERIS TRAVEL

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES "PROYECTO ITINERIS TRAVEL "											
ACTIVIDADES	MESES										
	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO 2012	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	
CONSTITUCION DE LA EMPRESA	■	■									
REGISTRO NACIONAL DE TURISMO		■	■								
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD	■	■	■								
IMAGEN CORPORATIVA				■	■	■					
DESARROLLO PAGINA WEB				■	■	■	■				
APERTURA DE ACTIVIDADES							■				
ENCUESTA SATISFACCION CLIENTE											■

Fuente: Las autoras