

COACHING STAR

JULIETH TATIANA VARGAS CASTILLO

Administración Turística & Hotelera

MARTHA JANETH HERNANDEZ PEREZ

Administración Turística & Hotelera

NICOLAS ALBERTO TUSSO MORA

Administración Turística & Hotelera

AIDEE TORRES GIL

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN

OPCION DE GRADO III

ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

BOGOTA 2018

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a nuestras familias que siempre nos han apoyado y colaborado durante toda la carrera, siendo un ejemplo a seguir y buscando que

Siempre cumplamos con nuestras metas hasta lograr nuestros objetivos.

Con todo nuestro amor y afecto se los dedicamos a nuestros padres.

AGRADECIMIENTOS

Nuestro profundo agradecimiento a Dios en primera instancia
y a nuestra docente y tutora Aidee Torres Gil, quien siempre
realizo un acompañamiento a nuestras actividades aun siendo una materia virtual.

RESUMEN DEL TRABAJO

COACHING STAR es una sociedad Limitada con ánimo de lucro, que busca fomentar, formar y proyectar jugadores de futbol al ámbito profesional, por medio de diferentes paquetes turísticos que van de la mano con clubes deportivos y destinos que permiten un buen desarrollo para nuestros jugadores. Como ente económico buscamos un progreso social por medio de los estudios académicos y del deporte, aportando al desarrollo personal, integral y educativo de nuestros futuros jugadores Colombianos, siempre promoviendo el desarrollo deportivo.

CONTENIDO

Introducción	8
1. Justificación.....	8
2. Desarrollo de matriz estratégica.....	8
2.1. Descripción de la idea de negocio	8
2.2. Identidad estratégica	8
2.3. Futuro preferido.....	8
2.4. Objetivo general	8
2.5. Objetivos específicos.....	9
2.6. Valores.....	9
2.7. Análisis de pestel	9
2.8. Análisis de portter.....	10
2.9. Matriz de análisis de campos de fuerzas	10
2.10. Matriz de despliegue estratégico generativa.....	11
2.11. Cadena de valor	11
2.12. Estrategia competitiva	12
3. Estudio de mercados.....	12
3.1. Objetivos del estudio de mercados	12
3.2. Definición del mercado objetivo	12
3.3. Metodología de investigación.....	12
3.4. Análisis de investigación:	22
4. Plan de marketing.....	23
4.1. Objetivos del plan de marketing.....	23
4.2. Estrategia de producto.	23
4.2.1. Estrategia de marca	25
4.2.2. Estrategia de servicio postventa.....	25
4.3. Estrategia de precio	25
4.4. Estrategia de publicidad.....	26
4.4.1. Plan de medios	26

4.5.Estrategia de promoción	26
4.6.Estrategia de distribución	26
4.7.Proyección de ventas	26
5.Estudio administrativo.....	27
5.1.Definición de la estructura organizacional	27
5.1.1.Misión:	29
5.1.2.Visión.....	29
5.1.3.Organigrama	29
5.1.4.Dofa.....	30
5.2.Tamaño de la empresa	32
5.3.Normatividad	32
5.4.Costos administrativos.....	33
5.4.1.Gastos de personal	34
5.4.Gastos de puesta en marcha.....	36
6.Estudio administrativo legal.....	38
6.1.Objetivo del estudio legal	38
6.2.Marco legal	38
6.3.Definición de la empresa.	38
6.4.Clasificación de las mipymes	38
6.4.1.Clasificación internacional de actividades económicas (ciiu)	38
6.4.2.Clasificación de las sociedades	38
6.5.Constitución legal	39
6.5.1.Registro único tributario	39
6.5.2.Requisitos del registro mercantil	41
6.5.4.Obligaciones de registro	58
6.5.5.Revisión técnica de seguridad (bomberos)	59
6.5.6.Normas sanitarias y de salud (secretaría de salud)	59
6.6.Impacto ambiental (secretaría de ambiente).....	60
6.6.1.Uso del suelo.....	60
7.Estudio técnico	62
7.1.Objetivos del estudio técnico.....	63

7.2.Ficha técnica del producto (b/s).....	63
7.3.Descripción del proceso.....	65
7.4.Requerimientos y necesidades.....	65
a)Infraestructura.....	66
Mapa y/o plano	68
b)Maquinaria y equipo.....	68
Muebles y enceres.....	69
Herramientas.....	69
Equipo de comunicación y computación.....	70
7.4.Plan de produccion	70
7.5.Plan de compras.....	71
7.6.1.Costos de produccion:.....	72
8.Estudio financiero	74
8.1.Ingresos.....	74
8.2.Egresos.....	74
8.3.Flujo de caja.....	76
8.4.Capital de trabajo.....	76
8.5.Fuentes de financiación	76
8.5.1.Monto del préstamo	77
8.5.1.1.1 Plazo.....	77
8.5.1.1.2 Amortizacion.....	77
8.5.1.1.3 Interés.....	77
8.6.Balance general.....	77
8.7.Estado de perdidas y ganancias	79
8.8.Valor presente neto, tasa interna de retorno	79
9.Analisis de impacto	79
10.Conclusiones	80
11.Bibliografia.....	81

INTRODUCCION

1. JUSTIFICACIÓN

Coaching Star encuentra por medio del deporte una opción de vida para que nuestros jóvenes obtengan experiencias y oportunidades de estudio y de profesión, observamos que gracias a lo anterior nombrado podemos desarrollar e implementar este proyecto por la gran demanda en la cual se puede trabajar, por lo tanto, esta visualización nos permitirá satisfacer las necesidades de nuestros clientes. (Jugadores).

2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATEGICA

2.1 Descripción de la Idea de Negocio

Coaching Star es una empresa con ánimo de lucro, que busca fomentar, formar y proyectar jugadores de futbol al ámbito profesional, por medio de diferentes paquetes turísticos que van de la mano con clubes deportivos y destinos que permiten un buen desarrollo para nuestros jugadores. Como ente económico buscamos un progreso social por medio de los estudios académicos y el deporte, aportando al desarrollo personal, integral, y educativo de nuestros futuros jugadores colombianos, siempre promoviendo el desarrollo deportivo.

2.2 Identidad Estratégica

Incentivar el desarrollo deportivo, social e integral de nuestras futuras promesas del futbol colombiano, lo cual les permita conocer y aprender del deporte, generando hábitos saludables.

2.3 Futuro Preferido

Al año 2020 ser una empresa reconocida por su buena calidad de manejo de grupo y por presentar grandes oportunidades para los futuros futbolistas.

2.4 Objetivo General

Ofrecer paquetes turísticos para jóvenes jugadores de fútbol entre edades de 10 a 18 años como una alternativa para la formación a profesionales, teniendo el uso adecuado del tiempo libre, la formación integral en donde se busque la construcción de valores convivenciales, lo cual contribuyen a la consolidación de una cultura deportiva.

2.5 Objetivos Específicos

- Incentivar el desarrollo deportivo, social e integral de cada jugador.
- Brindar oportunidades educativas, prácticas y experienciales.
- Promover los talentos que se detecten en el desarrollo de las prácticas para lograr incorporación en el deporte competitivo.

2.6 Valores

Son las creencias que nos unen entorno a nuestros clientes y orientan a cerca de lo que es apropiado para la empresa. A través de ellos se rige una conducta y un actuar.

- **RESPECTO:** Reconocer el valor de las personas y aceptar la variedad de pensamiento. Este valor es la base para una convivencia sana y pacífica.
- **LEALTAD:** Firmeza y sentido de pertenencia frente a la empresa además de comprometernos con la formación de nuestros jugadores.
- **RESPONSABILIDAD:** Desempeñar nuestro rol con diligencia, seriedad y eficacia, asumiendo los objetivos de Coaching Star

2.7 Análisis de PESTEL

-Políticas: Dentro de las políticas de la empresa, contamos con el apoyo del patrocinador TAXIS YA y la escuela de ingenieros PICA, que nos brinda un apoyo de ser reconocidos como una empresa de calidad.

-Económicos: Tenemos como producto principal el paquete turístico al país de Argentina donde hay más posibilidades de que nuestros clientes que encuentren con el objetivo final de ser futbolista profesional. Tenemos visualizado de vender este paquete turístico a un precio de \$2.800.000 ya que podría generar más ingresos a nuestra empresa y así poder promocionar nuestros demás productos con mejor calidad.

-Tecnológicos: Tenemos visualizado contar con el apoyo de la escuela de ingenieros PICA que apoya el deporte, para contar en un futuro con todos los materiales y maquinaria que son necesarios para el desarrollo potencial de nuestros jugadores.

-Sociales: Para nuestra empresa tenemos distribuidos para niños y jóvenes de estrato social 3, 4, 5, 6 sin descartar a un caza talentos para niveles sociales inferiores, recordando de los grandes futbolistas siempre vienen de escasos recursos.

A nivel educativo esperamos buena relación con los asesores de nuestra empresa y que ellos brinden un entrenamiento de calidad para nuestros jugadores.

2.8 Análisis de Porter

- Facilidad en pagos, formas de pago, ofrecimiento de becas deportivas (rendimiento del jugador)
- Publicidad, vallas publicitarias en tres puntos estratégicos de la ciudad, en donde se encuentra gran demanda de mercado.
- Directrices turísticas y deportivas que maneja nuestro producto turístico
- Estructura organizacional de empresa, genera fidelidad y confianza con nuestros clientes
- Enfocamos nuestro buen servicio y manejo de producto para diferenciar o sobre salir de la competencia

2.9 Matriz de análisis de campos de fuerzas

	EXPANSION EN EL MERCADO	
--	----------------------------	--

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Demanda de jugadores. - Muy buena calidad en los paquetes turísticos ofrecidos. - Contar con personal capacitado para la formación de los jugadores. | <ul style="list-style-type: none"> - Competitividad en el mercado. - Falta de reconocimiento en el mercado. - Manejo de la planificación financiera brindada a los jugadores. |
|--|--|

2.10 Matriz de Despliegue estratégico Generativa

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	PRODUCTO FINAL
Expansión en el mercado	Publicidad en vallas.		6 meses	Publicidad
Promocionar la empresa	Uniformes o prendas deportivas.	Jugador profesional	1 semana	Reconocimiento
Página web	Información general de la empresa y / o paquetes turísticos.	Gerente	3 meses	Información a los clientes.
Incentivar el desarrollo deportivo	Torneos futbolísticos	Entrenadores		Cultura y sentido de pertenencia deportivo

2.11 Cadena de Valor

- **Logística interna:** Comprende la estructura organizacional de la empresa la cual ubica diferente personal con sus respectivas obligaciones y deberes.
- **Logística externa:** Abarca diferentes ítems como ubicación empresarial, campos de entrenamiento, y contactos externos.
- **Marketing y ventas:** Permite encontrar y planificar las diferentes estrategias para atraer a nuestros clientes y así poder generar fidelización.
- **Servicios:** Nuestros servicios a ofrecer la aclaración y comprensión de nuestros servicios turísticos y futbolísticos para generar confianza con nuestros clientes

2.12 Estrategia Competitiva

Nuestras estrategias competitivas para dar a conocer a Coaching Star son en base a la ubicación de nuestra empresa y de la densidad de demanda que se encuentran ubicados en nuestros distintos puntos de marketing. Lo desarrollaremos por medio de VALLAS publicitarias que permitirán a nuestros clientes saber nuestra ubicación, distribución y contexto de nuestra empresa.

3. ESTUDIO DE MERCADOS

3.1 Objetivos del Estudio de Mercados

- Clasificar a nuestros clientes para definir valores económicos.
- Encontrar estrategias de financiamiento para facilitar nuestro producto a nuestros clientes.

3.2 Definición del mercado objetivo

Coaching Star se encuentra en un mercado competitivo, pero en el cual puede adaptarse y encriptarse fácilmente por sus características empresariales, su objetivo es ampliar sus paquetes a diferentes continentes los en base a su desarrollo se ve viable este proceso.

3.3 Metodología de Investigación

Somos estudiantes de la CUN sede centro Bogotá, del programa Administración turística y hotelera en desarrollo de la agencia de viajes la cual está enfocada en ofrecer paquetes turísticos a jugadores de futbol, dependiendo a las características y necesidades de ellos.

NOMBRE: _____ **EDAD:** _____

TELEFONO: _____ **NIVEL DE EDUCACIÓN:**

1. ¿Considera usted el futbol como un estilo de vida?
 - SI
 - NO
2. ¿Está usted de acuerdo que el futbol no sea solamente deporte para hombres?
 - SI
 - NO
3. ¿Desde qué edad considera usted, que debería empezar la formación futbolística en una persona?
 - 4 – 6 años
 - 8 – 10 años
 - 10 años en adelante.
4. ¿Cuál de estos lugares desearía conocer?
 - Buenos Aires, Argentina
 - Guarne Antioquia
 - Bogotá
5. ¿Cree usted que se puede generar una experiencia turística futbolística en dichos lugares?
 - SI
 - NO
6. ¿Conoce usted algún torneo para universitarios, con proyección al futbol profesional?
 - SI CUAL: _____
 - NO
7. ¿Usted tomaría algún paquete turístico como ayuda para la formación futbolística profesional?
 - SI
 - NO
8. ¿Está usted de acuerdo con el paquete turístico destino Argentina – buenos aires como opciones futbolísticas, el cual ofrece tiquetes aéreos, servicio de alojamiento, A y B, centro

- recreativo, entrenamientos de futbol durante la estadía, visitas a museos y a los grandes clubes (La bombonera, ¿River plate)?
- SI
 - NO
9. ¿Considera usted, que el tiempo destinado (45 días), para el paquete turístico a Argentina – Buenos Aires, ¿es el adecuado?
- SI
 - NO
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el destino Argentina – Buenos aires, todo incluido, ¿acorde con su presupuesto?
- \$2'000.000 – \$2'300.000
 - \$2'400.000 - \$2'700.000
 - \$3'000.000 - \$3'200.000
11. ¿Está usted de acuerdo con el paquete turístico destino Guarne Antioquia como experiencia futbolística y formación académica, el cual ofrece tiquetes aéreos, servicio de alojamiento, A y B?
- SI
 - NO
12. ¿Considera usted, que el tiempo destinado (30 días), para el paquete turístico a Guarne Antioquia, es el adecuado?
- SI
 - NO
13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el destino Guarne Antioquia, todo incluido, acorde con su presupuesto?
- \$2'000.000 – \$2'400.000
 - \$2'500.000 - \$2'800.000
 - \$2'90.000 - \$3'000.000
 - ¿Está usted de acuerdo con el paquete turístico destino Bogotá como experiencia futbolística, el cual ofrece, servicio de alojamiento, A y B, ¿visita a lugares de un fiel reflejo de la pasión por el futbol?

- SI
- NO

14. ¿Considera usted, que el tiempo destinado (20 días), para el paquete turístico a Bogotá, es el adecuado?

- SI
- NO

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el destino Bogotá, todo incluido, acorde con su presupuesto?

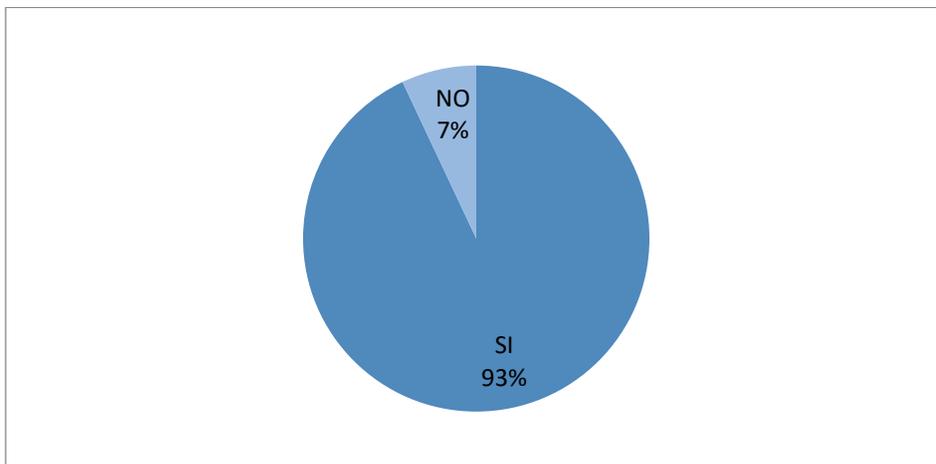
- \$1.000.000 - \$2'500.000
- \$2'600.000 - \$2'800.000
- \$2'900.000 - \$3'100.000

16. ¿Desearía usted conocer más lugares históricos del futbol además de los ofrecidos en nuestros paquetes?

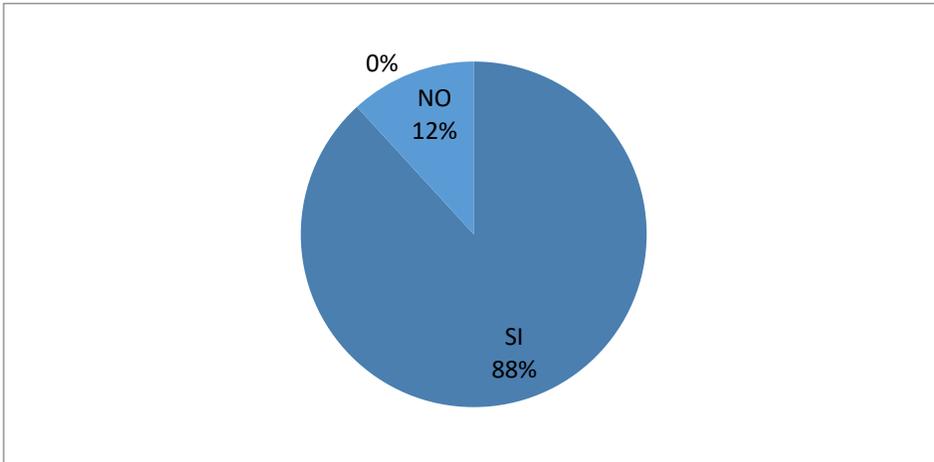
- SI
- No

Análisis de Investigación

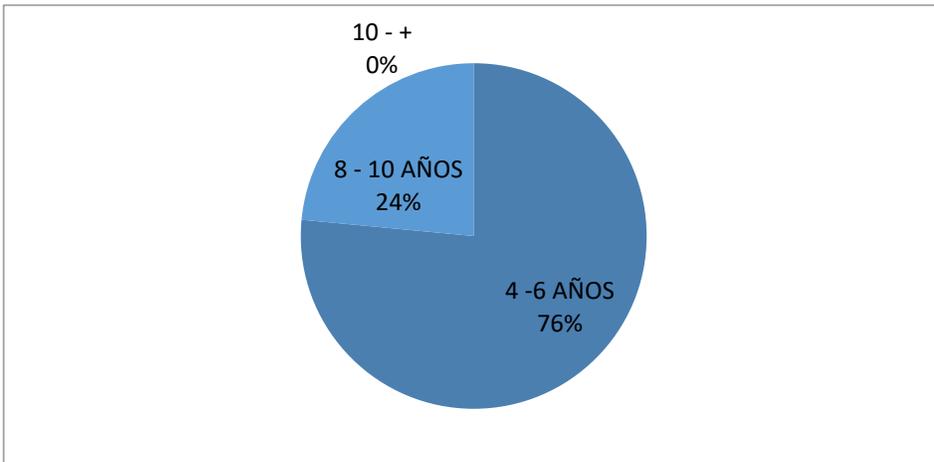
1. ¿Considera usted el futbol como un estilo de vida?



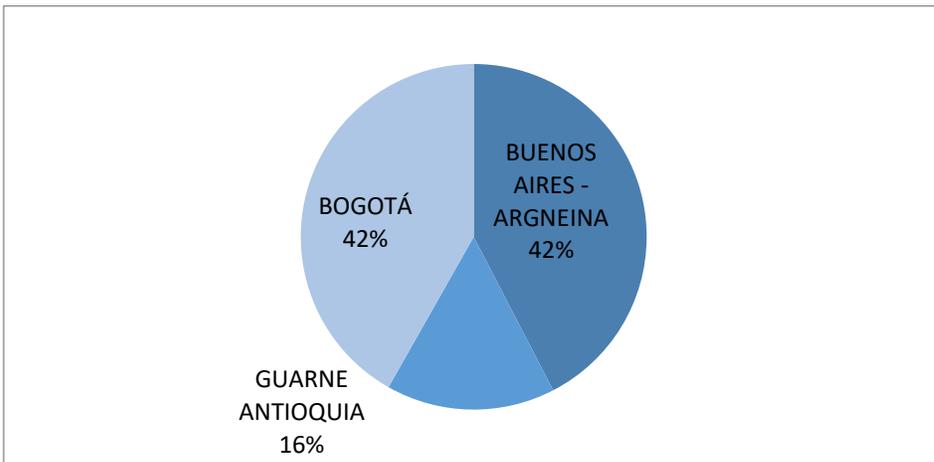
2. ¿Está usted de acuerdo que el futbol no sea solamente deporte para hombres?



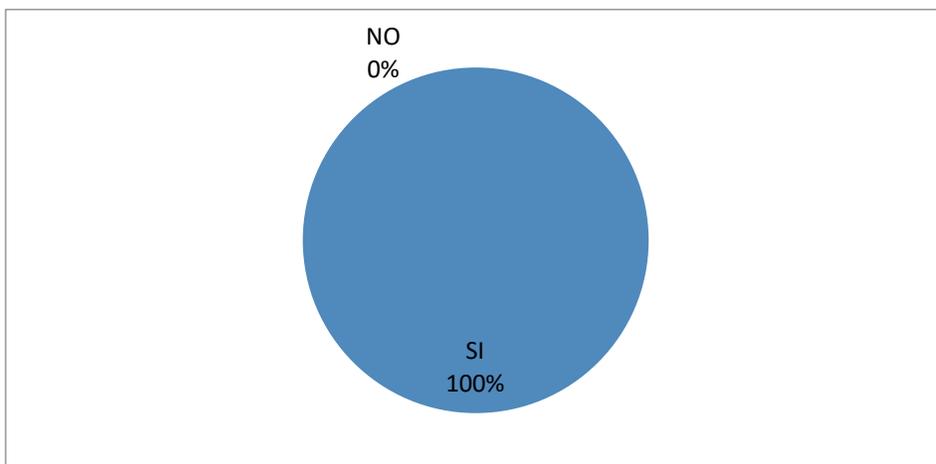
3. ¿Desde qué edad considera usted, que debería empezar la formación futbolística en una persona?



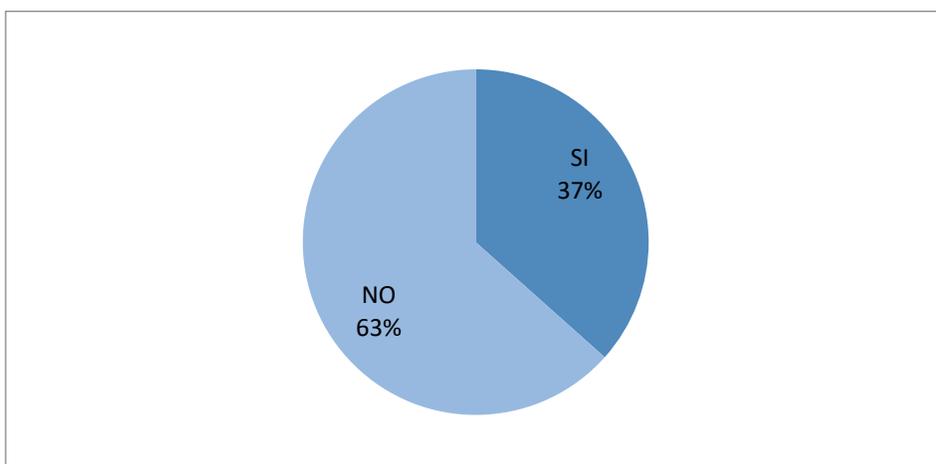
4. ¿Cuál de estos lugares desearía conocer?



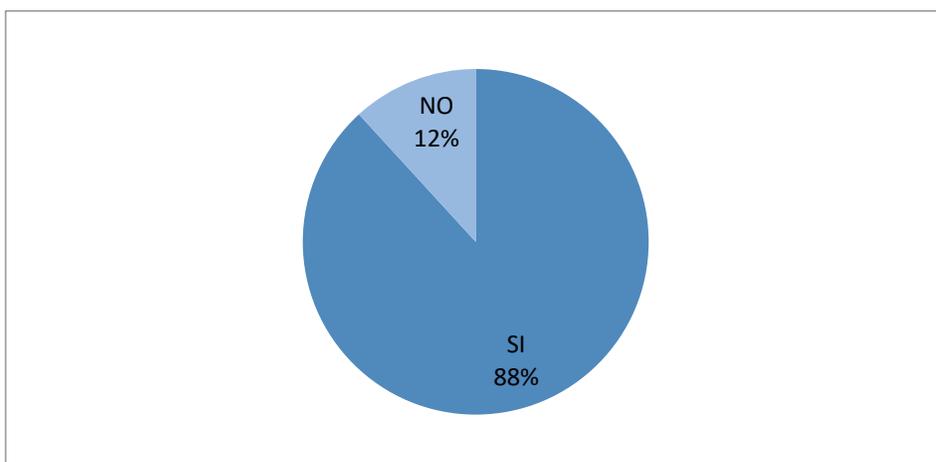
5. ¿Cree usted que se puede generar una experiencia turística futbolística en dichos lugares?



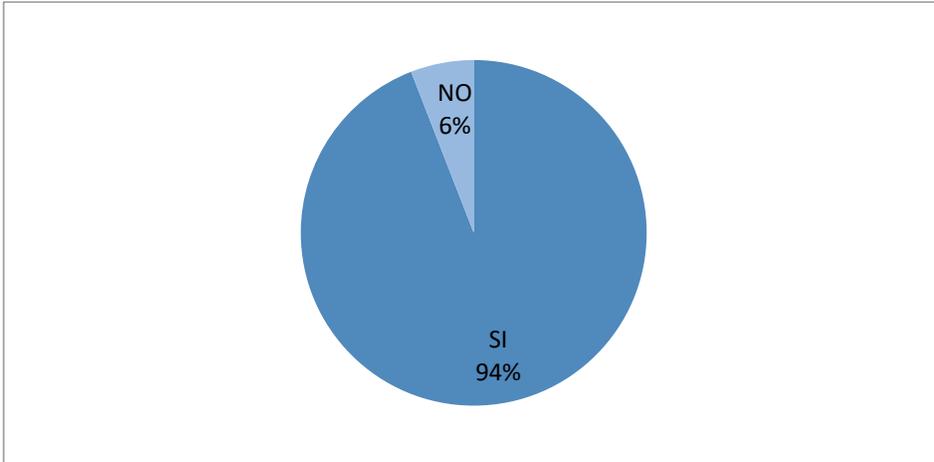
6. ¿Conoce usted algún torneo para universitarios, con proyección al fútbol profesional?



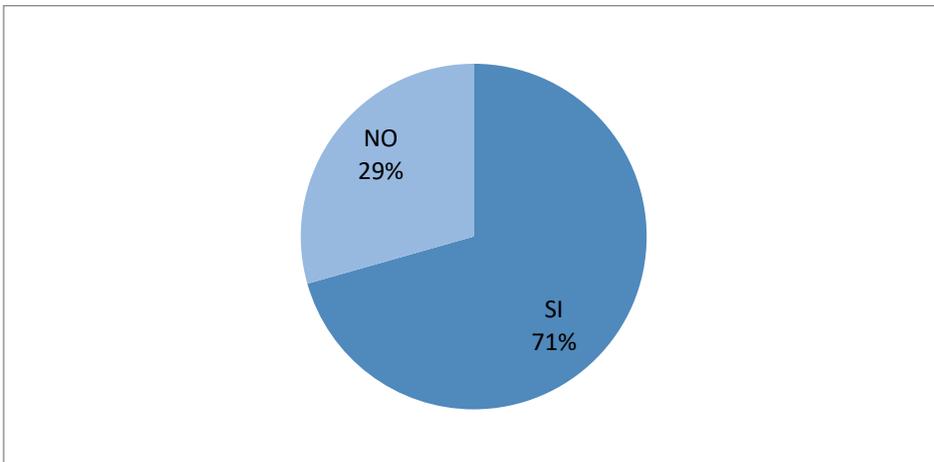
7. ¿Usted tomaría algún paquete turístico como ayuda para la formación futbolística profesional?



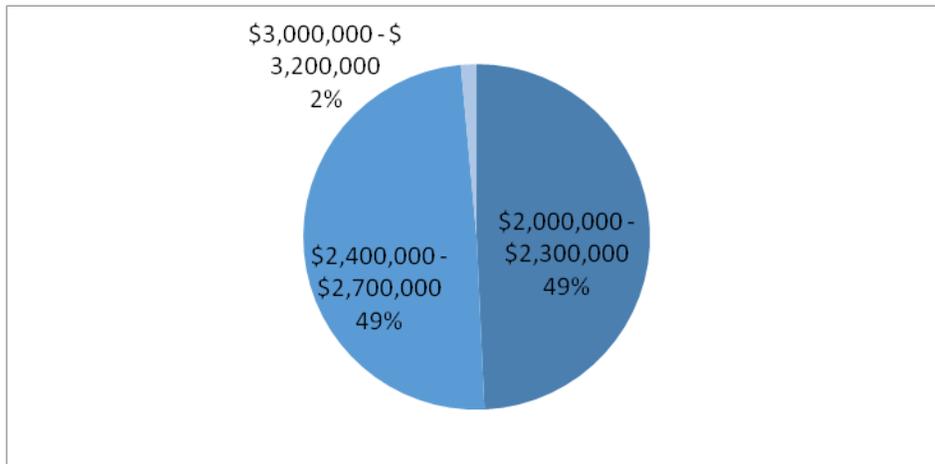
8. ¿Está usted de acuerdo con el paquete turístico destino Argentina – buenos aires como opciones futbolísticas, el cual ofrece tiquetes aéreos, servicio de alojamiento, A y B, centro recreativo, entrenamientos de futbol durante la estadía, visitas a museos y a los grandes clubes (La bombonera, ¿River plate)?



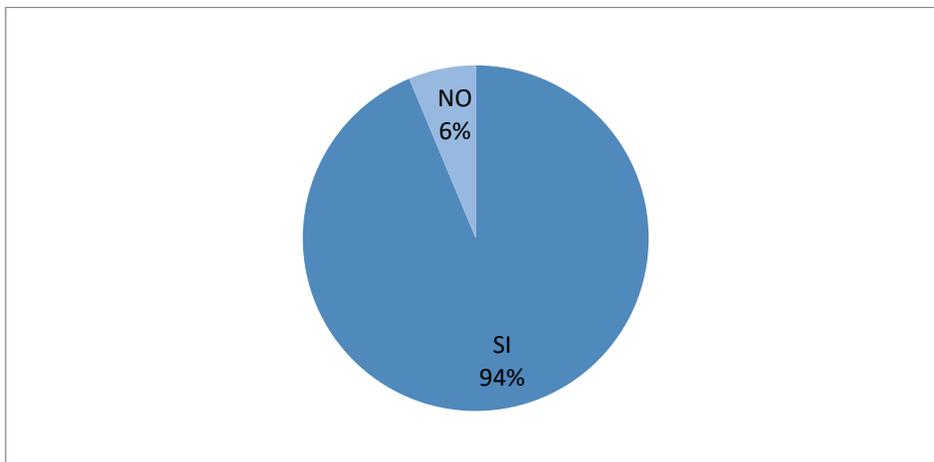
9. ¿Considera usted, que el tiempo destinado (45 días), para el paquete turístico a Argentina – Buenos Aires, ¿es el adecuado?



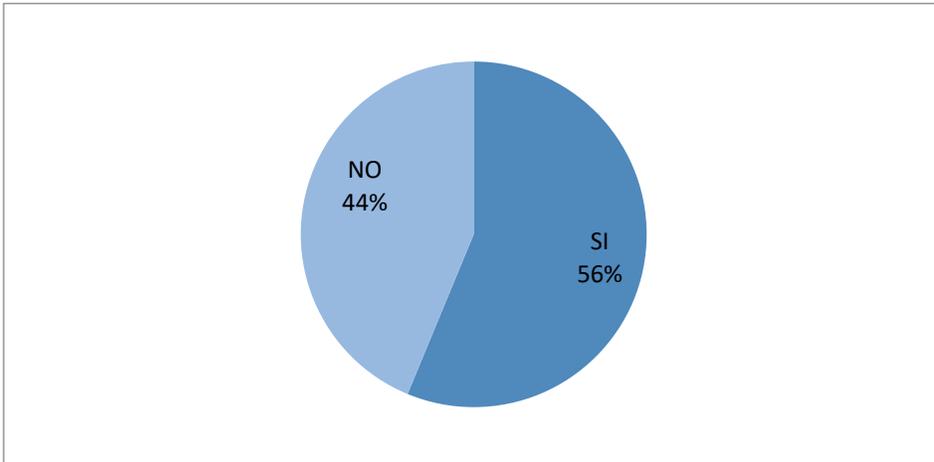
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el destino Argentina – Buenos aires, todo incluido, acorde con su presupuesto?



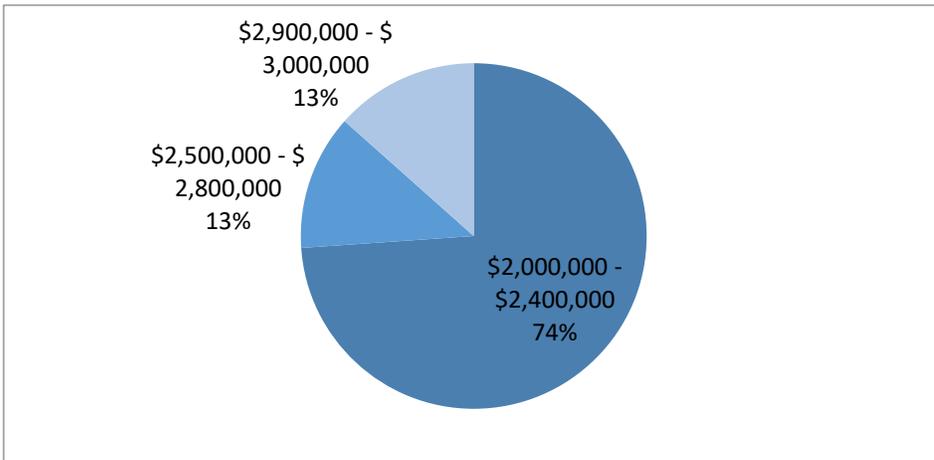
11. ¿Está usted de acuerdo con el paquete turístico destino Guarne Antioquia como experiencia futbolística y formación académica, el cual ofrece tiquetes aéreos, servicio de alojamiento, A y B?



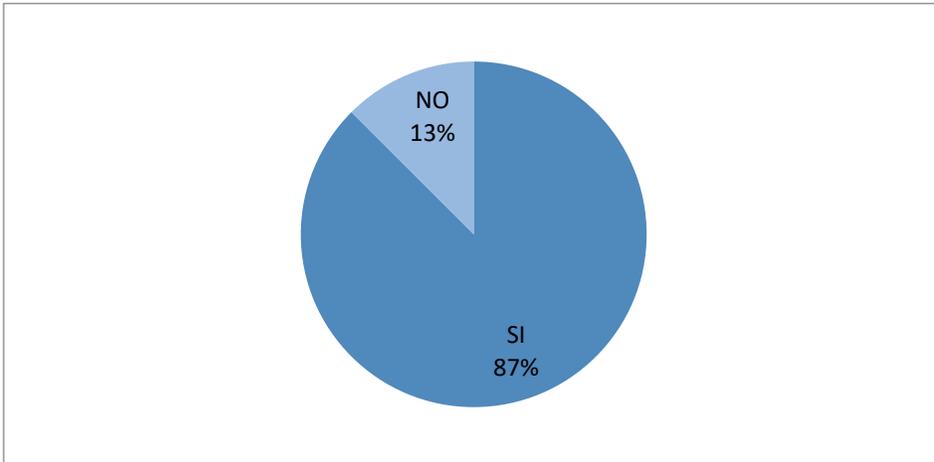
12. ¿Considera usted, que el tiempo destinado (30 días), para el paquete turístico a Guarne Antioquia, es el adecuado?



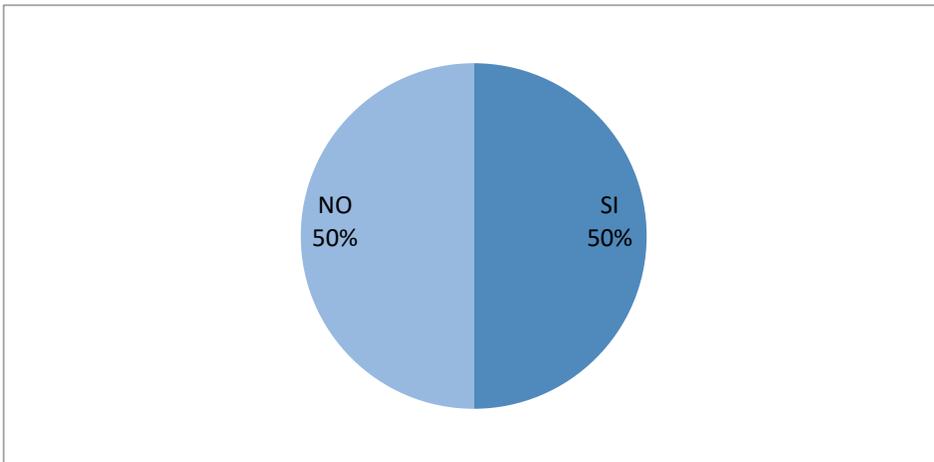
13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el destino Guarne Antioquia, todo incluido, acorde con su presupuesto?



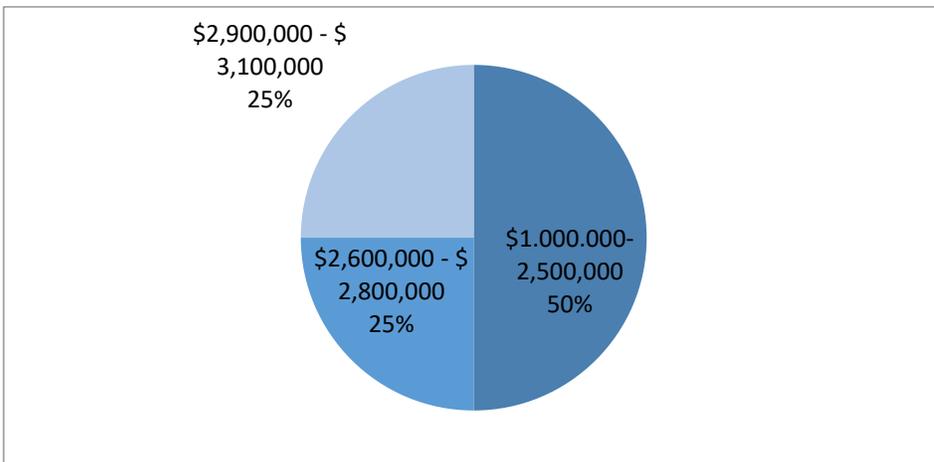
14. ¿Está usted de acuerdo con el paquete turístico destino Bogotá como experiencia futbolística, el cual ofrece, servicio de alojamiento, A y B, visita a lugares de un fiel reflejo de la pasión por el futbol?



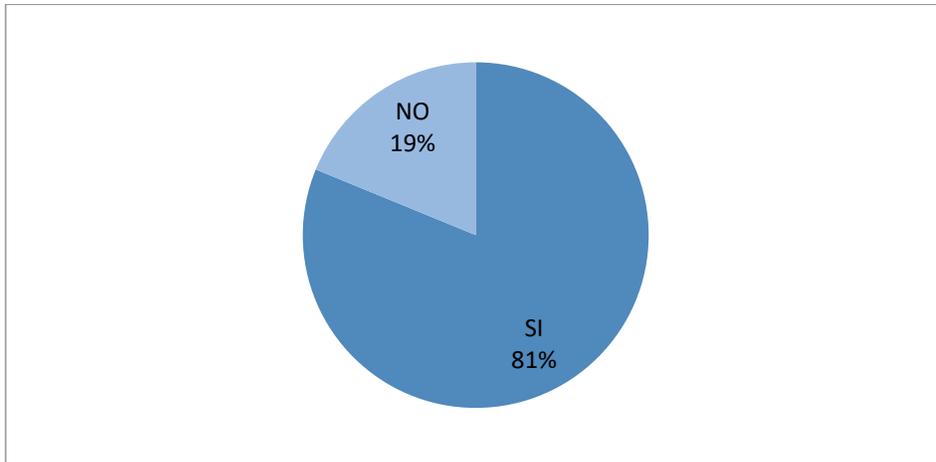
15. ¿Considera usted, que el tiempo destinado (20 días), para el paquete turístico a Bogotá, es el adecuado?



16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el destino Bogotá, todo incluido, acorde con su presupuesto?



17. ¿Desearía usted conocer más lugares históricos del futbol a demás de los ofrecidos en nuestros paquetes?



3.4 Análisis de investigación:

Teniendo en cuenta la solución de dichas encuestas realizadas, es de suma importancia para nuestra empresa que el futbol sea visto como un estilo de vida ya que podemos sacar provecho de nuestros paquetes turísticos para motivar a jóvenes interesados en este deporte, incluyendo de igual manera el género femenino interesado en el, lo que nos ayudara a tener una gran extensión en el mercado.

Debemos tener en cuenta que se puede motivara a los niños desde su corta edad para que aprovechen, disfruten y adquieran nuevas experiencias con nuestros servicios teniendo en cuenta que Buenos Aires – argentina es una opción muy deseada ya que brinda una oportunidad de generar una carrera del futbol profesional, al igual que Brasil – Rio de Janeiro la cual brinda satisfacción a nivel turístico dentro del país y generar una experiencia a nivel futbolístico y llega a ser tomado como ayuda para la formación futbolística profesional.

De acuerdo al paquete ofrecido con destino Buenos Aires – Argentina la mayoría de la pequeña muestra está en acuerdo con lo ofrecido, decidiendo que el tiempo adecuado sea de 45 días por un precio que oscila entre \$2.000.000 - \$2.700.000, para el paquete con destino Guarne Antioquia un 94% de la población seleccionada está conforme con lo establecido, lo cual constaría de 30 días la estadía por el precio que oscila entre \$2.000.000 - \$2.400.000 y por ultimo en el paquete destino Bogotá, un 87% está de acuerdo con el plan

ofrecido, pero con respecto a los días destinados no logramos obtener dicha información que nos pudiera brindar un beneficio a la empresa ya que un 50% estuvo en total desacuerdo y un 50% estuvo de acuerdo con que el plan durara 20 días, oscilado un precio entre \$1.000.000- \$2.500.000.

Gracias a la recolección de datos se logró analizar nuestra empresa y se busca seguir mejorando dichos productos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, las futuras promesas del futbol.

4. PLAN DE MARKETING

4.1 Objetivos del Plan de Marketing

- Encontrar fidelización y confianza con nuestros clientes.
- Dar a conocer Coaching Star con base en nuestras estrategias.
- Implementar diferentes campos de apertura de relación con los clientes.

4.2 Estrategia de Producto.

PAQUETES TURISTICOS:

Los paquetes turísticos que vamos a ofrecer, van dirigidos para jugadores de futbol mayores de 10 años hasta los 18 años, con o sin acompañante; dependiendo a las características y necesidades de nuestros jugadores ofrecemos tres tipos de paquetes.

JUGADORES QUE BUSQUEN OPCIONES FUTBOLISTICA:

Esta opción es ideal para nuestras jóvenes promesas del futbol, ofrecemos un viaje a buenos aires, argentina, al centro deportivo canning el cual nos ofrece servicio de alojamiento, alimentación, piscina, centro recreativo, y entrenamientos de futbol durante la estadía, esto abarca el centro deportivo, pero también visitaremos los estadios-museo de los clubes grandes de la capital argentina, Riverplate (monumental), Boca juniors (la bombonera) lo cual podremos disfrutar sobre la historia de estos grandes del futbol. A su vez asignaremos amistosos con diferentes equipos locales (Riverplate, chacharita fc, Quilmes fc, para generar una experiencia futbolística y turística.

REQUISITOS: Pasaporte.

JUGADORES QUE BUSQUEN OPCIONES FUTBOLISTICAS Y DE ESTUDIO:

Esta opción va dirigida para jugadores que quieran adquirir una alianza futbolística y de educación, esto paquete se desarrollara en Estados Unidos, se ubicaran en dos equipos diferentes, GalaxyF.c, y Dallas F.c, presentaran pruebas y dependiendo a esto, serán vinculados con las universidades para que puedan participar en el torneo SUPER-DRAFT vinculación con la MLS, el cual es un torneo para universitarios con proyección al fútbol profesional, es un torneo prestigioso y con bastante salida para jugadores.

JUGADORES QUE BUSQUEN EXPERIENCIA FUTBOLISTICA:

La religión oficial en Brasil, es el fútbol. De entre todas sus ciudades, Río de Janeiro se enorgullece de ser el epicentro del balompié carioca. En Río se encuentra **Maracaná**, el estadio más mítico del planeta. Construido en 1950 para el mundial de aquel año, fue descrito por el escritor uruguayo **Eduardo Galeano** como el monstruo de más de **200.000 cabezas**. Un monstruo no tan fiero, puesto que en la final de aquel mundial se produjo el famoso Mara cañazo en el que Uruguay ganó la Copa del Mundo a Brasil en su propio estadio.

Las playas de **Pamema** y **Copacabana** son un fiel reflejo de la pasión por el *futebol* de los brasileños. No obstante, sobre estas finas arenas fue donde empezaron a despuntar crack mundial como **Romario, Sico, Jairzinho y Ronaldo**. La ciudad es asimismo la sede de algunos de los clubes con más tradición del país como **Vasco de Gama, Flamengo, Botafogoy Fluminense**.

4.2.1 Estrategia de Marca



4.2.2 Estrategia de Servicio Postventa

La estrategia post venta que se realizará en Coaching Star será el servicio al cliente, el cual se ofrecerá con personal capacitado para su uso, además de tener un muy buen manejo de quejas de la empresa.

Para ello se deben tener en cuenta diferentes acciones que sirven para gestionar la calidad del servicio, como lo son:

- Planear
- Implementar
- Controlar
- Mejorar

4.3 Estrategia de Precio

Nuestras estrategias de precio se basan en nuestros canales de distribución ya que aquí conocemos nuestros costos operacionales y las inversiones que realiza la empresa, en

cuanto a las estrategias de pago para nuestros clientes, fortalecemos el pago mediante créditos económicos que facilitan a nuestros clientes para obtener nuestros servicios.

4.4 Estrategia de Publicidad

La estrategia estrella de nuestra empresa son las vallas publicitarias gracias a la ubicación de la densidad de demanda y de la ubicación de nuestra empresa vemos viable esta estrategia, gracias a estudios de mercadeo y de encuestas el objetivo de este plan estratégico es facilitar y disminuir costos operacionales por medio de apoyos terceros.

4.4.1 Plan de Medios

- Darnos a conocer.
- Crear imagen de marca.
- Fidelizar nuestros clientes.
- Promocionar un determinado producto.

Estos son los objetivos de plan de medios lo cual nos permite abarcar estos puntos para generar una interacción con nuestros clientes.

4.5 Estrategia de Promoción

Nuestros paquetes turísticos están dirigidos a clientes con nivel socio económico de 1 a 6 generando diferentes métodos de pago de acuerdo a sus facilidades, la motivación que brindaremos es la implementación de uniformes y el patrocinio de diferentes empresas, además del buen servicio y excelente infraestructura para el desarrollo profesional.

4.6 Estrategia de Distribución

Nuestros métodos de distribución abarcan tres puntos importantes ubicados en la ciudad de Bogotá donde se encuentra ubicada nuestra empresa, zona suba, zona Cota, zona norte, estas ubicación son de bastante importancia para nuestra empresa ya que la densidad de demanda en Bogotá se encuentra en estos puntos , porque aquí se encuentran ubicados los diferentes torneos más importantes de Bogotá, a medida que la empresa se consolide Coaching Star realizara investigaciones de marketing para ampliar nuestro mercado a Europa ya que nuestros servicios se encuentran en Latinoamérica.

4.7 Proyección de ventas

Precio de paquetes turísticos

Bogotá: 2.100.000

Guarne - Antioquia: 2.600.000

Buenos aires - Argentina: 3.200.000

	Mensualmente	Primer Año	Cinco Años
	Visualizamos vender 3 paquetes	Al primer año esperamos tener ganancias de 75'600.000	A los cinco años esperamos maximizar ganancias y obtener 4'536.000.000
	Visualizamos vender 5 paquetes	Al primer año esperamos tener ganancias de 31'200.000	A los cinco años esperamos maximizar ganancias y obtener 1'872.000.000
	Visualizamos vender 5 paquetes	Al primer año esperamos tener ganancias de 38'400.000	A los cinco años esperamos maximizar ganancias y obtener 2'304.000.000

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.1 DEFINICION DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

SIMBOLOS	NIVE JERARQUICO	CARGO
	-Presidencia - Gerencia	Es el máximo órgano de dirección encargado de la gestión administrativa y financiera, quien toma las decisiones

		<p> finales en la organización. </p>
	<p> -Director administrativo. </p>	<p> Traducir los objetivos estratégicos en metas operacionales específicas de cada área de la empresa y verificar su cumplimiento. </p>
	<p> -Coordinador de RRHH (Contrataciones). </p>	<p> Se encarga del bienestar del personal de la empresa, a fin de mantener un clima organizacional armonioso y una fuerza laboral altamente eficiente y competitiva. </p>
	<p> -Coordinador de calidad. </p>	<p> Supervisa que los procesos y servicios se lleven a cabo con satisfacción. </p>

	<p>-Coordinador de finanzas.</p>	<p>Se encarga de manejar todo los ingresos, egresos de la empresa.</p>
	<p>-Coordinador comercial. (Asesor counter, comercial)</p>	<p>Se encargan de hacer alianzas y buscan clientes estratégicos para la empresa.</p>
	<p>-Líder de producto</p>	<p>Creación de producto nacional e internacional.</p>

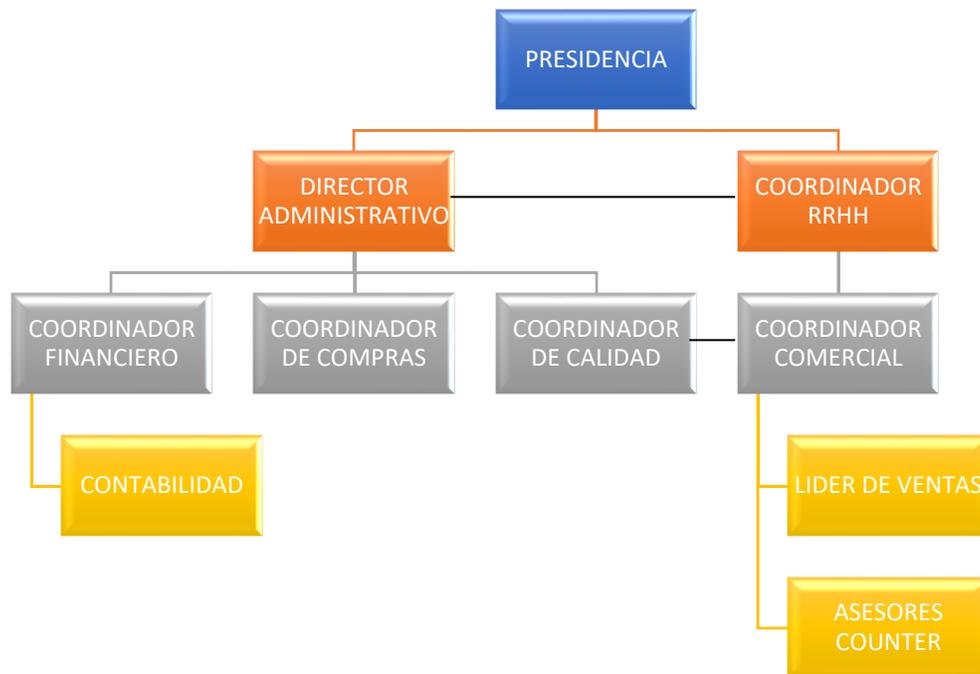
5.1.1 Misión:

Formar profesionales emprendedores mediante la aplicación del turismo y valores corporativos, capaces de generar transformaciones en los jóvenes jugadores de futbol, del país.

5.1.2 Visión

La Escuela de Administración Turística Hotelera será una unidad acreditada, líder en la gestión del deporte, participando en redes de viajes e intercambio cultural.

5.1.3 Organigrama



5.1.4 Dofa

DEBILIDADES:

- Falta de reconocimiento
- Clientes limitados
- Clientes con facilidad financiera

OPORTUNIDADES:

- Facilidad de contacto con los lugares de destino
- Brindar paquetes turísticos internacionalmente
- Apertura de nuevos mercados
- Calidad de los paquetes

FORTALEZAS:

- Demanda de jugadores
- Abundancia de personal capacitado en el área futbolística
- Control del capital
- Ubicación de la empresa
- Precios de paquetes turísticos

AMENAZAS:

- Promociones de las competencias
- Sectores sustitutos
- Inestabilidad económica
- Altos índices de inseguridad

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con el personal capacitado adecuadamente para la formación de los jugadores. • Consolidar nuestra empresa para aprovechar la gran demanda de jugadores y así ser competitivos. • Ejecutar la expansión de mercado para así visualizar y controlar nuestro capital. • Consolidar las relaciones públicas que nos generen mayor expansión de mercado. • Ofrecer mediante los paquetes turísticos muy buena calidad ante el servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar servicios que satisfagan las necesidades de dichos jugadores con nuevas oportunidades. • Actuar con veracidad frente a la demanda de clientes, para así entrar a los estándares de competencia. • Explotar por medio de estrategias nuestra ubicación de empresa para así sacar puntos a favor con relación a nuestra competencia. • Familiarizar a nuestros clientes con nuestra ubicación para generar confianza al adquirir nuestros servicios
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar paquetes turísticos que estén al alcance 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar estrategias para mejorar el

	<p>económico de nuestros clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visualizar la expansión de mercado como una opción para el reconocimiento hacia Coaching Star. • Reconocer variables que nos generen recursos económicos como: patrocinios etc. • Buscar matices para que nuestros clientes encuentren facilidades financieras como becas entre otros. 	<p>reconocimiento de la empresa y no ser sustituidos en el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar nuestros métodos de planificación financiera para beneficiar nuestros clientes • Fidelización con nuestros clientes mediante nuestros servicios para así controlar nuestra competencia • Encontrar métodos de confianza para que nuestros clientes queden satisfechos y generemos confianza en el mercado.
--	---	--

5.2 Tamaño de la empresa

TAMAÑO	N° DE EMPLEADOS
Pequeña empresa	13 empleados

5.3 Normatividad

Artículo 2.2.4.3.1.3. Funciones de las Agencias de Viajes y Turismo. Las Agencias de Viajes y Turismo cumplirán las siguientes funciones:

- Organizar, promover y vender planes turísticos nacionales, para ser operados por las Agencias de Viajes Operadoras establecidas legalmente en el país;
- Organizar, promover y vender planes turísticos para ser operados fuera del territorio nacional;
- Reservar y contratar alojamiento y demás servicios turísticos;
- Tramitar y prestar asesoría al viajero en la obtención de la documentación requerida para garantizarle la facilidad de desplazamiento en los destinos nacionales e internacionales;
- Prestar atención y asistencia profesional al usuario en la selección, adquisición y utilización eficiente de los servicios turísticos requeridos;
- Reservar cupos y vender pasajes nacionales e internacionales en cualquier medio de transporte;
- Operar turismo receptivo, para lo cual deberán contar con un departamento de turismo receptivo y cumplir con las funciones propias de las Agencias de Viajes Operadoras.

5.4 Costos administrativos

Tabla 1: Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO			
ARTÍCULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Computadores de mesa	8	\$1.300.000	\$10.400.000
Impresora industrial (alquiler mensual)	1	\$150.000 (Por mes)	\$150.000
Teléfono	12	\$130.000	\$1.560.000
Portátiles	4	\$1.000.000	\$4.000.000
Diadema	4	\$75.000	\$300.000
Celular	2	\$200.000	\$400.000
TOTAL	31	\$2.975.000	\$16.810.000

Tabla 2: Muebles y Enceres

MUEBLES Y ENCERES			
ARTÍCULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Archivador	1	\$200.000	\$200.000
Escritorio	12	\$100.000	\$1.200.000
Papelera reciclaje x3	3	\$35.000	\$105.000
Silla	12	\$170.000	\$2.040.000
Papelera escritorios	12	\$13.000	\$156.000
TOTAL	38	\$518.000	\$3.701.000
HERRAMIENTAS			
ARTÍCULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
GDS SABRE (contrato)	1	\$27.000.000	\$27.000.000
TOTAL			\$27.000.000

5.4.1 Gastos de personal

TRABAJADOR	SALARIO	TIPO DE SALARIO	AUXILIO DE TRANSPORTE	
			Si o No	Valor
PRESIDENCIA	\$8.000.000	Salario Nominal	No	
DIRECTOR ADMINISTRATIVO	\$5.000.000	Salario Nominal	No	
COORDINADOR DE RRHH	\$2.000.000	Salario Nominal	No	

COORDINADOR FINANCIERO	\$2.000.000	Salario Nominal	No	
COORDINADOR DE COMPRAS	\$2.000.000	Salario Nominal	No	
COORDINADOR DE CALIDAD	\$2.000.000	Salario Nominal	No	
COORDINADOR DE CALIDAD	\$2.000.000	Salario Nominal	No	
COORDINADOR COMERCIAL	\$2.000.000	Salario Nominal	No	
CONTABILIDAD	\$1.800.000	Salario Nominal	No	
LIDER DE VENTAS	\$1.500.000 + Comisiones	Salario Nominal	Si	\$88.211
ASESOR COUNTER	\$1.200.000 + Comisiones	Salario Nominal	Si	\$88.211

ASESOR MAYOREO	\$1.200.000 + Comisiones	Salario Nominal	SI	\$88.211
DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD	\$900.000	Salario Nominal	SI	\$88.211
SERVICIOS GENERALES	\$900.000	Salario Nominal	SI	\$88.211

5.4. Gastos de puesta en marcha

EMPLEADO	INGRESO BASE DE COTIZACIÓN	LIQUIDACIÓN DE APORTES PENSIÓN			FONDO DE SOLIDARIDAD TRABAJADOR	TOTAL APORTES
		TRABAJADOR	EMPLEADO	TOTAL		
PRESIDENCIA	\$8.000.000	12%		\$960.000	0	\$960.000
DIRECTOR ADMINISTRATIVO	\$5.000.000		4%	\$250.000	0	\$250.000
COORDINADOR DE RRHH	\$2.000.000		4%	\$80.000	\$50.000	\$130.000

COORDINADOR FINANCIERO	\$2.000.000		4%	\$80.000	\$50.000	\$130.000
COORDINADOR DE COMPRAS	\$2.000.000		4%	\$80.000	\$50.000	\$130.000
COORDINADOR DE CALIDAD	\$2.000.000		4%	\$80.000	\$50.000	\$130.000
COORDINADOR DE CALIDAD	\$2.000.000		4%	\$80.000	\$50.000	\$130.000
COORDINADOR COMERCIAL	\$2.000.000		4%	\$80.000	\$50.000	\$130.000
CONTABILIDAD	\$1.800.000		4%	\$72.000	\$30.000	\$102.000
LIDER DE VENTAS	\$1.500.000		4%	\$60.000	\$20.000	\$80.000
ASESOR CONTADOR	\$1.200.000		4%	\$48.000	\$40.000	\$88.000
ASESOR MAYOR EO	\$1.200.000		4%	\$48.000	\$40.000	\$88.000
DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD	\$900.000		4%	\$36.000	\$20.000	\$56.000

SERVICIOS GENERAL ES	\$900.000		4%	\$36.000	\$20.000	\$56.000
-------------------------------------	------------------	--	-----------	-----------------	-----------------	-----------------

6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

6.1 Objetivo del estudio legal

Regular cada uno de los ítems que se necesitan para la creación de una agencia de viajes y a su vez buscar su total cumplimiento.

6.2 Marco legal

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de los Planes de Desarrollo, Planes de Ordenamiento Territorial, normas relacionadas con localización aspectos presupuestales, ambientales, uso de patentes, legislación tributaria, aspectos laborales y contratación, entre otros.

¿Cuáles son los objetivos del estudio legal?

- Determinar la viabilidad de las alternativas de solución propuestas a la luz de las normas que lo rigen.
- Incorporar en la evaluación del proyecto los costos y beneficios que resultan directa o indirectamente del estudio legal
- Definir la estructura jurídica más conveniente que se crearía con el proyecto, si se requiere.

6.3 Definición de la empresa.

COACHING STAR es una sociedad Limitada con ánimo de lucro, que busca fomentar, formar y proyectar jugadores de futbol al ámbito profesional, por medio de diferentes paquetes turísticos que van de la mano con clubes deportivos y destinos que permiten un buen desarrollo para nuestros jugadores.

6.4 Clasificación de las mipymes

Pequeña empresa

6.4.1 Clasificación internacional de actividades económicas (CIU)

- 7911 - Actividades de las agencias de viajes

6.4.2 Clasificación de las sociedades

Sociedad Limitada

Los socios responden hasta el monto de sus aportes. Es un tipo de sociedad de carácter mercantil en el que la responsabilidad está limitada al capital aportado. El capital estará integrado por las aportaciones de todos los socios, dividido en participaciones sociales, indivisibles y acumulables.

6.5 Constitución legal

a).Cámara de Comercio:

- Verificar la disponibilidad del nombre.
- Diligenciar el formulario de registro y matrícula.
- Diligenciar el anexo de solicitud del NIT ante la DIAN (también se puede hacer en la DIAN).

Pagar el valor de registros y matrícula.

b).Notaria

- Inscribir el RUT (Registro único Tributario).
- Obtención del NIT (Numero de identificación Tributaria).

c).Secretaria de Hacienda de la Alcaldía

- Registro de industria y comercio.
- Registro de uso del suelo, condiciones sanitarias y de seguridad.

d).Registro Nacional DE Turismo:

- Este se hace ante el ministerio de industria comercio y turismo- vice ministerio de turismo.

Antes de realizar la solicitud de inscripción en el registro Nacional de turismo

6.5.1 Registro único tributario



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				001	
Espacio reservado para la DIAN 				2. Concepto: 0 2 4. Número de formulario (415)7707212484(8020) 001405202196 2			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):		6. DV:		12. Administración:		14. Buzón electrónico:	
1 7 1 1 3 3 6 7		5		3 2			
IDENTIFICACION							
24. Tipo de contribuyente: Persona natural o su 2		25. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía 1 3		26. Número de identificación: 1 7 1 1 3 3 6 7		27. Fecha expedición: 1966 05 05	
Lugar de expedición: 28. País: COLOMBIA 1 8 9		29. Departamento: Bogotá D.C. 1 1		30. Ciudad/Municipio: Bogotá 0 0 1			
31. Primer apellido: HERNANDEZ		32. Segundo apellido:		33. Primer nombre: FELIX		34. Otros nombres: ANTONIO	
35. Razón social:							
36. Nombre comercial: JOYERIA Y RELOJERIA HISPANA							
UBICACION							
38. País: COLOMBIA 1 8 9		39. Departamento: Bogotá D.C. 1 1		40. Ciudad/Municipio: Bogotá 0 0 1			
41. Dirección: C L 1 3 6 3 1							
42. Correo electrónico:		43. Apartado aereo:		44. Teléfono 1: 2 8 2 2 8 8 9		45. Teléfono 2:	
CLASIFICACION							
Actividad económica				Ocupación			
46. Código: 3 6 9 1		47. Fecha inicio actividad: 1984 01 18		48. Código: 1 2		49. Fecha inicio actividad:	
49. Código: 3 6 9 1		49. Fecha inicio actividad: 1984 01 18		50. Código: 1 2		51. Código: 52. Número establecimiento:	
Responsabilidades							
53. Código: 0 5 0 9 1 1 1 0							
05. Impuesto sobre la renta y complementarios; 10. Usuario aduanero							
09. Retención en la fuente en el impuesto sobre							
11. Ventas régimen común							
Usuarios aduaneros				Exportadores			
54. Código: 2 2 2 3				55. Forma: 56. Tipo:		Servicio: 57. Modo: 58. CPC:	
						1 2 3	
Para uso exclusivo de la DIAN							
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		60. No. de Folios:		61. Fecha: 2006 11 20			
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden exactamente a la realidad; por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 15 Decreto 2788 del 31 de Agosto de 2004. Firma del solicitante:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma del funcionario autorizado: 984. Nombre: <u>GUILLERMO RODRIGUEZ LOURIDO</u> 985. Cargo: <u>P.L.P. III 32 26</u>			

6.5.2 Requisitos del registro mercantil

Trámites para la Formalización de la Matrícula Mercantil

Diligencie de manera correcta y completa el Formulario del Registro Único Empresarial y Social RUES, este podrá ser adquirido en cualquiera de las sedes de la Cámara de Comercio de Cali.

A través de nuestro sitio web www.ccc.org.co usted podrá diligenciar los formularios de matrícula mercantil de la persona natural y sus establecimientos de comercio. Imprima y firme el formulario diligenciado.

Diligencie el Formulario de Registro Único Tributario de la DIAN a través de la página internet www.dian.gov.co, seleccionando la opción “Inscripción RUT”, y en Tipo de Inscripción elija “Cámara de Comercio”, pulse el botón continuar. Imprima y firme el formulario diligenciado.

Diligencie el Formulario Adicional de Registro con Otras Entidades CAE. Con la información registrada en este documento la Cámara de Comercio de Cali notifica la matrícula de los establecimientos de comercio a las Secretarías de Planeación Municipal, Hacienda Municipal, Gobierno Municipal, para ser visitado por un grupo interdisciplinario formado por las entidades de Inspección, Vigilancia y Control

Documentos a presentar para la Matrícula Mercantil

Copia del documento de identificación con exhibición del original.

Formulario del Registro Único Empresarial y Social RUES para el comerciante y Establecimiento de Comercio, si es el caso, con presentación personal ante el funcionario autorizado de la Cámara de Comercio o reconocimiento de contenido y firma ante notario.

- Formulario Adicional de Registro con Otras Entidades CAE.
- Si es menor de edad, autorización para ejercer el comercio por parte de los padres (art. 62 de C.C., modificado por el decreto 772/75, art. 1 y art. 12 del C.Co.) con presentación personal ante el funcionario autorizado de la Cámara de Comercio o reconocimiento de contenido y firma ante notario. Así mismo deberá adjuntar copia del registro civil de nacimiento del menor. Tenga en cuenta que el menor de edad debe ser mayor de 14 años.

- Si ya cuenta con NIT, adjuntar copia del Certificado del RUT.
- Si no tiene NIT, para la inscripción en el RUT presentar: Original del Formulario de Registro Único Tributario de la DIAN con la marca de agua “Para Tramite en Cámara”, con presentación personal ante el funcionario autorizado de la Cámara de Comercio o reconocimiento de contenido y firma ante notario. Cuando el trámite del RUT lo realice un tercero a través de poder, el formulario Pre-Rut lo debe firmar el apoderado, se debe adjuntar el poder con reconocimiento del otorgante.
- Si la persona natural realiza el trámite de matrícula mercantil por medio de apoderado, se deberá presentar copia del poder general vigente o el original del poder especial debidamente otorgado y fotocopia del documento de identidad del apoderado y del comerciante a matricularse.

Tramite del pre RUT

Ingresa al portal www.dian.gov.co

Seleccione la opción "solicitud inscripción RUT"

En la ventana de "tipo inscripción" seleccione "Cámara de Comercio", luego haga clic en continuar.

En el espacio en el que solicitan el número del formulario, (deberá diligenciarlo si ingresó previamente a diligenciar un borrador del formulario. De lo contrario, no digite ninguna información), haga clic en continuar y diligencie el formulario RUT.

Imprima el formulario RUT que saldrá con la leyenda "para trámite en Cámara" el cual contiene el número de formulario (casilla 4) que debe ser registrado en el "Formulario Adicional de Registro con otras entidades" en las casillas correspondientes al "Número de Formulario DIAN".

Diligenciamiento del RUES (registro único empresarial)

**Instrucciones para diligenciar el formulario del registro único empresarial y social
rues**

Observaciones generales

El formulario puede llenarse a máquina o a mano, en letra imprenta, con bolígrafo de tinta negra. Recuerde que no se admiten tachones ni enmendaduras.

Haga uso de los campos que se le proporcionan para consignar la respectiva información solicitada. Recuerde que la información que se encuentre fuera de los campos no será tomada en cuenta y puede causar inconvenientes en el registro.

Los espacios sombreados son para uso exclusivo de la Cámara de Comercio y no debe escribirse en ellos.

Información del registro

Registro mercantil / vendedores de juegos de suerte y azar / sociedad civil

Escoja y marque con una equis “x” una de las opciones de acuerdo con el trámite que adelanta, ya sea una matrícula/inscripción, renovación, traslado de domicilio, o un ajuste de información financiera (el formulario podrá ser utilizado para los trámites de re liquidación). Escriba el número de matrícula mercantil/inscripción y el año que renueva en los campos que se le proporcionan, y añada el código para el tipo de organización.

Para el campo tipo general de organización tener en cuenta la siguiente tabla:

CÓDIGO	TIPO ESPECIFICO DE ORGANIZACIÓN
01	PERSONA NATURAL
03	SOCIEDAD LIMITADA
04	SOCIEDAD ANÓNIMA
05	SOCIEDAD COLECTIVA
06	SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE
07	SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES
08	SOCIEDAD EXTRANJERA SUCURSAL
09	EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO
10	EMPRESAS UNIPERSONALES
11	SOCIEDAD AGRARIA DE TRANSFORMACIÓN
12	OTRAS SOCIEDADES
16	SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS

Para el campo tipo específico de organización tener en cuenta la siguiente tabla:

Registro de entidades sin animo de lucro, economía solidaria, veedurías ciudadanas, ongs extranjeras:

Escoja y marque con una equis “x” una de las opciones de acuerdo con el trámite que adelanta, ya sea una inscripción, renovación, traslado de domicilio, o un ajuste de información financiera. Seguidamente escriba el número de inscripción y el año que renueva en los campos que se le proporcionan.

Registro único de proponentes:

Escoja y marque con una equis “x” una de las opciones de acuerdo con el trámite que adelanta, ya sea una inscripción, renovación, actualización, cancelación o actualización por traslado de domicilio (indicando la cámara de comercio anterior). Seguidamente escriba el número de inscripción en los campos que se le proporcionan.

Identificación

Para el caso de las Personas Jurídicas, diligencie los campos de razón social y sigla (si la tiene), y omita los campos en donde dice personas naturales. Para el caso de las Personas Naturales diligencie los campos de primer apellido, segundo apellido y nombres, y omita los campos razón social y sigla.

Para el caso de las Personas Jurídicas, escriba el número del NIT. Las personas jurídicas extranjeras sin sucursal en Colombia, deberán tramitar previamente el NIT ante la DIAN. Cuando se trate de matrícula de personas jurídicas por primera vez, no debe diligenciar esta casilla, ya que la Cámara de Comercio realiza el trámite del NIT ante la DIAN. Si se trata de Personas Naturales, indique el número de la cédula de ciudadanía junto con la fecha y lugar de expedición; para personas naturales extranjeras indique el número de la cédula de extranjería o del pasaporte. Si es menor de edad indique el número de la Tarjeta de Identidad. Seguidamente marque con una equis “x” el tipo de documento que diligenció previamente. Para el caso de personas naturales extranjeras diligencie los campos de No. Identificación tributaria en el país de origen, país de origen, y el No. Identificación tributaria sociedad o natural de la persona extranjera con EP (Establecimiento permanente).

Para renovar la matrícula y la inscripción, se debe diligenciar como dato obligatorio el NIT.

Ubicación y datos generales

Información general

Diligencie la dirección del domicilio principal, ubicación (adicionalmente marque con una “x” si la ubicación corresponde a un local, oficina, fábrica, local y oficina, vivienda o finca), el municipio, departamento, localidad, barrio, vereda, corregimiento y país. Marque con una equis “x” el tipo de zona, encaso de ser código postal escriba el respectivo código.

Diligencie las casillas de teléfonos. Para el teléfono 1, asegúrese que sea el mismo al reportado en el formulario del Registro Unico Tributario DIAN casilla 44. Indique claramente la dirección de correo electrónico, este campo es de carácter obligatorio.

Información para notificación judicial y administrativa

Para notificación judicial, diligencie el campo de la dirección para notificación judicial, el municipio, departamento, localidad, barrio, vereda y corregimiento y país. Marque con una equis “x” el tipo de zona (urbana o rural), encaso de ser código postal escriba el respectivo código.

Diligencie las casillas de teléfonos e indique claramente la dirección de correo electrónico de notificación.

Marque con una equis “x” según corresponda la sede administrativa, ya sea propia, arriendo, comodato, o préstamo.

Marque afirmativamente con una equis “x” (SI) o negativamente (NO) para informar si autoriza que se le notifique personalmente a través del correo electrónico indicado.

Actividades económicas

Indique una clasificación principal y máximo tres clasificaciones secundarias, de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU). De la misma manera indique el código SHD, solo si su actividad económica la desarrolla en la ciudad de Bogotá D.C. Diligencie el espacio de actividad principal, y escriba en los campos designados el código de la clase a la que corresponde la actividad según el CIU. Haga uso de los espacios para especificar la actividad secundaria y otras actividades. Adicionalmente diligencie los campos designados para fecha de inicio de actividad principal y fecha de inicio para actividad secundaria.

Marque con una equis “x” una de las siguientes opciones, si se encuentra en alguna de estas categorías: importador, exportador o usuario aduanero.

Para las personas naturales describa de manera breve su actividad económica en el espacio destinado para esto. (Máximo 1.000 caracteres).

Información financiera

En los términos de la ley, debe tomarse de los Estados Financieros con corte a 31 de diciembre del año anterior. Expresar las cifras en pesos colombianos. Datos sin decimales.

Nota: Tener en cuenta que, si se trata de una matrícula, los datos deben corresponder al balance de apertura. Encaso de ser una renovación, los datos deben corresponder a los estados financieros con corte al 31 de diciembre del año anterior, aúnen el caso de que se haga cortes semestrales.

Para el caso del registro único de proponentes la información financiera puede presentarse a 31 de diciembre del año anterior, estados financieros de corte trimestral o el estado de situación financiera inicial, en los casos previstos en la ley.

Estado de la situación financiera.

Activo Corriente: Corresponde a recursos controlados por la entidad susceptibles de convertirse en efectivo en un ejercicio económico (Un año). Por ejemplo: Efectivo y equivalente, Inventarios, Inversiones a corto plazo, Cuentas por cobrar, Otros activos financieros, etc.

Activo No Corriente: Corresponde a recursos controlados por la entidad susceptibles de convertirse en efectivo en un periodo distinto al actual (superior a un año). Por Ejemplo: Propiedad, planta y equipo; Propiedades de inversión; Cuentas por cobrar superiores a un año; Intangibles; Activos biológicos; Otros activos no corrientes como inversiones en asociadas y/o negocios conjuntos; Plusvalía, Etc.

Activo total: Corresponde a la suma del activo corriente más el activo no corriente. Esta cifra es la base para la liquidación del valor de su matrícula o renovación, de acuerdo con las tarifas vigentes.

Pasivo Corriente: Corresponde a las obligaciones contraídas con vencimiento inferior a un año. Por Ejemplo: Cuentas por pagar comerciales, Otros pasivos financieros, Otros pasivos no financieros, Provisiones, Etc.

Pasivo No Corriente: Corresponde a las obligaciones contraídas con vencimiento superior a un año. Por Ejemplo: Obligaciones financieras a largo plazo (Superior a un año), Otros pasivos no financieros, Provisiones, Etc.

Pasiva total: Representa las obligaciones totales de una persona o empresa. Corresponde a la suma del pasivo corriente más el pasivo no corriente.

Patrimonio neto: El patrimonio neto es la diferencia entre el Activo y el Pasivo, y representa el monto del que son dueños los socios si se vendieran todas las propiedades de la empresa y se pagaran todas las deudas.

Pasivo más patrimonio: Es la suma total del pasivo y el patrimonio. El valor del activo debe ser igual a la suma de los valores del pasivo y del patrimonio.

Balance social (solamente si es entidad sin ánimo de lucro): Es la diferencia entre el activo total y el pasivo total en aquellas entidades que no buscan beneficios económicos, sino cumplir una función social.

Estado de resultados

Ingresos Actividad Ordinaria: Corresponde a los ingresos totales por la venta de bienes o servicios.

Otros Ingresos: Corresponde al valor de los ingresos obtenidos por el ente económico en la venta ocasional de ciertos bienes que no corresponden propiamente al desarrollo ordinario de sus operaciones, conforme a su objeto social.

Costo de ventas: Son todos los desembolsos necesarios relacionados con la actividad comercial y con procesos de transformación y venta de bienes y/o servicios.

Gastos operacionales: Son todos los desembolsos necesarios en desarrollo de las diferentes actividades que desarrolla la entidad. Entre los más comunes podemos citar los siguientes: pago por el alquiler del local o la oficina en la cual está asentada, pago de salarios a sus empleados y compra de consumibles.

Otros Gastos (No Operacionales): Comprende las sumas pagadas y/o causadas por gastos no relacionados directamente con la explotación del objeto social del ente económico. Se incorporan conceptos tales como: financieros, pérdidas en venta y retiro de bienes, gastos extraordinarios y gastos diversos.

Gastos por Impuestos: Corresponde a las obligaciones del orden local y Nacional referente a su actividad comercial o de servicios a favor del Estado. Utilidad o pérdida operacional: Es el resultado final del ejercicio, representado en la diferencia entre los ingresos de actividad ordinaria y los gastos operacionales.

Resultado del periodo: Comprende el valor de las utilidades o pérdidas obtenidas al cierre de cada ejercicio, como resultado de todas las operaciones (operacionales y no operacionales), realizadas durante el periodo una vez descontados los gastos por impuestos.

Estado actual de la persona jurídica

Digite la situación jurídica, administrativa, financiera y contable por la que atraviesa la empresa a la fecha de la presentación de la información, teniendo en cuenta los siguientes numerales:

Activa: Cuando la empresa está operando y desarrollando normalmente su objeto social. 02

Etapas preoperativas: Cuando la empresa se encuentra en proceso de montaje, en etapa de actividades preoperativas necesarias para poner en funcionamiento el objeto de la sociedad.

En concordato: Una empresa entra en proceso de concordato cuando en un momento dado no puede cumplir con las obligaciones contraídas con acreedores. Este proceso consiste en negociar con los acreedores para refinanciar las deudas y para conseguir nueva financiación con el objetivo que la empresa siga su normal funcionamiento que garantice el cumplimiento de sus obligaciones. Al negociar con los acreedores la empresa hace algunas concesiones a esos acreedores como contraprestación por el beneficio que estos ofrecen a la empresa.

Intervenida: Cuando mediante acto administrativo, la entidad que ejerce la inspección, vigilancia y control de la empresa, toma posesión de los negocios, bienes y haberes para ser administrados o liquidados.

En liquidación: Cuando la empresa está efectuando los trámites necesarios para extinguir la persona jurídica, deja de ser una empresa activa y no desarrolla normalmente su objeto social.

Acuerdos de reestructuración: Cuando la empresa se encuentra en proceso de negociación, o se encuentre cumpliendo este acuerdo, con el objeto de corregir las deficiencias operativas encaminadas a hacer factible su recuperación dentro del plazo y las condiciones previstas en el acuerdo.

Otro indique si el estado actual de su empresa es diferente a los ya señalados, en este caso coloque a cuál corresponde.

Escriba el número de empleados, y el porcentaje de empleados temporales al cuál hace referencia la cantidad total de empleados.

Responda afirmativa (SI) o negativamente (NO) si tiene establecimientos, agencias o sucursales marcando con una equis “x” la respectiva casilla. En caso de que la respuesta haya sido afirmativa, escribir el número de establecimientos, agencias o sucursales.

Responda afirmativa (SI) o negativamente (NO) si es empresa familiar marcando con una equis “x” la respectiva casilla. Esta pregunta es solo para fines estadísticos.

LEY 1780 DE 2016

Las pequeñas empresas jóvenes que inicien su actividad económica principal a partir del 2 de Mayo de 2016, quedan exentas del pago de la Matrícula Mercantil y de la renovación del primer año siguiente al inicio de la actividad económica principal, siempre y cuando cumplan los siguientes requisitos:

Tener entre 18 y 35 años al momento de solicitar la matrícula como persona natural.

Constituir sociedades por uno o varios socios o accionistas que tengan entre 18 y 35 años. El socio (s) que tenga esta edad, debe tener por lo menos la mitad más uno de las cuotas o acciones en que se divide el capital.

Tener máximo 50 trabajadores, y activos que no superen cinco mil salarios mínimos mensuales legales vigentes.

No estar incurso en ninguno de los presupuestos mencionados en el Artículo 2.2.2.41.5.9 del Decreto 639 de 2016. Para efectos de acreditar el cumplimiento de los citados requisitos, diligencie entre otra la siguiente información

Presentación del acta o escritura de constitución

Éste es el acto en el cual los socios fundadores proceden a la firma de la Escritura de constitución ante notario, y aprobación de los Estatutos de la sociedad, debiendo adjuntarse en este momento la certificación del Registro Mercantil Central, sección denominaciones previamente obtenida.

Una vez otorgada la Escritura, el notario dará cuenta al Registro de este hecho, quedando el nombre de la sociedad inscrito en el mismo.

La escritura de constitución debe obligatoriamente inscribirse en el Registro Mercantil del domicilio social en el plazo de dos meses a contar desde la fecha de su otorgamiento.

Los fundadores y los administradores son quienes están obligados a presentar la escritura de constitución para su inscripción, si bien nada impide, lógicamente, que puedan confiar dicha tarea en terceras personas. Pero fundadores y administradores son responsables solidarios de los daños y perjuicios que causaren por el incumplimiento de esta obligación.

Cancelación de los derechos de registro

Debe presentar la solicitud en cualquiera de las sedes de la CCB, previo pago de los derechos de ley, verificando así mismo que la matrícula se encuentre renovada. Este trámite lo puede hacer la persona natural o el propietario del establecimiento de comercio.

Certificado de representación legal expedido por la cámara de Comercio

CERTIFICA:

REPRESENTACION LEGAL: EL PRESIDENTE. EL DIRECTOR EJECUTIVO PODRA LLEVAR LA REPRESENTACION LEGAL DE LA CORPORACION, POR DELEGACION DEL PRESIDENTE, PARA EFECTOS DE TRAMITAR ASUNTOS DE CARACTER DE ADMINISTRATIVO, CONTRACTUAL Y LABORAL. EN CASO DE AUSENCIAS TEMPORALES, EL CONSEJO DIRECTIVO ENCARGARA LA PERSONA QUE LO

REEMPLAZARA.

CERTIFICA:

** NOMBRAMIENTOS **

QUE POR ACTA NO. 19 DE SALA GENERAL DEL 15 DE MARZO DE 2016, INSCRITA EL 5 DE MAYO DE 2016 BAJO EL NUMERO 00261586 DEL LIBRO I DE LAS ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO, FUE (RON) NOMBRADO (S):

NOMBRE IDENTIFICACION

PRESIDENTE

MOCKUS SIVICKAS AURELIJUS RUTENIS

ANTANAS

C.C. 000000019164378

QUE POR ACTA NO. 38 DE CONSEJO DIRECTIVO DEL 16 DE SEPTIEMBRE DE 2014, INSCRITA EL 9 DE OCTUBRE DE 2014 BAJO EL NUMERO 00242943 DEL LIBRO I DE LAS ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO, FUE (RON) NOMBRADO (S):

NOMBRE IDENTIFICACION

DIRECTOR EJECUTIVO

MURRAIN KNUDSON HENRY SAMUEL

C.C. 000000079691992

CERTIFICA:

FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL: SON FUNCIONES DEL PRESIDENTE: 1. REPRESENTAR LEGAL Y SOCIALMENTE A LA CORPORACION. 2. PRESIDIR LAS REUNIONES DE LA SALA GENERAL Y DEL CONSEJO DIRECTIVO. 3. PRESENTAR A LA SALA GENERAL EN SU REUNION ANUAL, UN INFORME DE GESTION, EL BALANCE Y CUENTAS DEL EJERCICIO. 4. VELAR POR EL CUMPLIMIENTO DE LOS ESTATUTOS, RESOLUCIONES Y REGLAMENTO DE LA SALA GENERAL Y DEL CONSEJO DIRECTIVO. 5. DELEGAR AL DIRECTOR EJECUTIVO LA REPRESENTACION LEGAL DE LA CORPORACION Y LAS FUNCIONES QUE ESTIME PERTINENTES PARA TRAMITAR ASUNTOS DE CARACTER ADMINISTRATIVO, CONTRACTUAL Y LABORAL. 6. CONSTITUIR APODERADOS PARA TODA CLASE DE GESTIONES CUANDO LO CONSIDERE PERTINENTE. SON FUNCIONES DE LA SALA GENERAL : 2. ELEGIR AL PRESIDENTE DE LA CORPORACION. SON FUNCIONES DEL CONSEJO DIRECTIVO : 2. NOMBRAR AL DIRECTOR EJECUTIVO DE LA CORPORACION Y ENCARGAR A QUIEN LO REEMPLAZARA EN CASO DE AUSENCIAS TEMPORALES. 6. DELEGAR EN EL PRESIDENTE O EL DIRECTOR EJECUTIVO DE LA CORPORACION LAS FUNCIONES QUE ESTIME CONVENIENTES.

CERTIFICA:

** REVISORIA FISCAL **

QUE POR ACTA NO. 19 DE SALA GENERAL DEL 15 DE MARZO DE 2016, INSCRITA EL 5 DE MAYO DE 2016 BAJO EL NUMERO 00261587 DEL LIBRO I DE LAS ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO, FUE (RON) NOMBRADO (S):

NOMBRE IDENTIFICACION

REVISOR FISCAL

RODRIGUEZ RAMIREZ GUILLERMO ENRIQUE

C.C. 000000017080071

CERTIFICA:

QUE EN ESTA CAMARA DE COMERCIO NO APARECEN INSCRIPCIONES POSTERIORES DE DOCUMENTOS REFERENTES A REFORMA, DISOLUCION LIQUIDACION O NOMBRAMIENTOS DE REPRESENTANTES LEGALES DE LA MENCIONADA ENTIDAD.

CERTIFICA:

EL REGISTRO ANTE LAS CAMARAS DE COMERCIO NO CONSTITUYE APROBACION DE ESTATUTOS. (DECRETO 2150 DE 1995 Y DECRETO 427 DE 1996).

LA PERSONA JURIDICA DE QUE TRATA ESTE CERTIFICADO SE ENCUENTRA SUJETA A LA INSPECCION, VIGILANCIA Y CONTROL DE LAS AUTORIDADES QUE EJERCEN ESTA FUNCION, POR LO TANTO DEBERA PRESENTAR ANTE LA AUTORIDAD CORRESPONDIENTE, EL CERTIFICADO DE REGISTRO RESPECTIVO, EXPEDIDO POR LA CAMARA DE COMERCIO, DENTRO DE LOS 10 DIAS HABILES SIGUIENTES A LA FECHA DE INSCRIPCION, MAS EL TERMINO DE LA DISTANCIA CUANDO EL

Certificación de apertura de cuenta bancaria a nombre de la empresa



Solicitud de asignación de facturación

- Ingrese a nuestro portal de internet www.dian.gov.co, por los exploradores Mozilla o Chrome y seleccione la opción “Nuestros Servicios a tu alcance”.
- El proceso de autenticación implica que la DIAN tiene conocimiento previo sobre la persona que ingresa al portal y del tipo de servicios disponibles para ella. Habilitada la cuenta, se debe ubicar en el icono de “Usuarios Registrados”,
- Ingrese los datos de su cuenta de usuario registrado en los servicios en línea de la entidad, seleccione a nombre propio si es persona natural o NIT si es persona jurídica, según el caso
- Se visualiza la pantalla del menú inicial del sistema muisca, seleccione el icono numeración de facturación
- De clic en la opción numeración de facturación

- El sistema generará un aviso, información del contribuyente y recordatorio de vencimiento, siga las instrucciones (ver recuadros) Recuerde que para solicitar la numeración de facturación, debe tener actualizado el RUT, especialmente en lo relacionado con nombre o razón social, dirección, responsabilidad para facturar y establecimientos de comercios
- Al ingresar por esta opción le aparece el siguiente pantallazo, dependiendo si tiene autorizaciones próximas a vencer (ver cuadro 1) o en su defecto uno con las autorizaciones próximas a vencer (ver cuadro 2) De clic en Aceptar
- Aparece la siguiente pantalla donde se debe seleccionar “Autorizar Rangos”
- El sistema genera el siguiente, en el cual se recuerda que, para realizar el trámite de autorización, se debe registrar los datos de una cuenta bancaria del obligado a facturar para continuar con la solicitud. dar clic en Aceptar
- Aparece la siguiente ventana emergente con los datos de la cuenta Bancaria registrada, verifique los datos si esta correcto de clic en continuar:
- Si no aparece registrada la información, digite la entidad financiera, de clic en consultar, elija el Tipo de Cuenta (AHORROS O CORRIENTE) y registre el número de cuenta. Para finalizar exitosamente, dé clic en Autorizar Cuenta y Continuar.
- Se recuerda que AUTORIZAR, es la solicitud de un nuevo rango o ampliación de un rango consecutivo existente de numeración de facturación, aparece la siguiente pantalla donde se debe diligenciar los siguientes campos:
- PREFIJO: Los obligados a facturar que posean más de un establecimiento, sede, oficina o lugares donde desarrolle su actividad económica, deberán indicar para cada de ellos prefijos numéricos, alfabéticos, alfanuméricos, los cuales no debe exceder más de 4 dígitos.
- TIPO DE FACTURACION, se debe seleccionar la modalidad según corresponda:

- Factura por talonario o de papel
- Factura pos
- Factura por computador
- Factura electrónica

- Para este ítem, el nombre establecimiento carga de manera automática, conforme los que tenga inscritos en la hoja 6 Registro Único Tributario.

- Una vez registrada la información la información anterior, se surtirán 3 opciones

- Agregar: Cuando la información fue plasmada correctamente.
- Limpiar: Si debe realizar cambios a la información o corregirla
- Salir: Si se desiste del trámite

- Cuando se oprime el botón Agregar del recuadro anterior, aparecerá un resumen de la información suministrada.

- Si desde este escenario, verifica que la información posee errores o se debe editar, también podrá devolverse, utilizando las siguientes herramientas

- Si la información es correcta, dar clic en Borrador, lo cual genera el formato 1302 en Borrador

- Aparece una pantalla que le permite Ver el Documento y posteriormente aceptarlo

- Se debe verificar que los rangos registrados sean correctos conforme a la solicitud

- Al dar clic en Aceptar, se habilita el botón Definitivo

- Una vez se da clic en la opción Definitivo, aparece la ventana para realizar la firma del formato 1302.
- Realizando el proceso de firma se muestra una pantalla, si es un cliente nuevo, genera el mensaje de clasificación del tamaño económico, se debe seleccionar la opción de acuerdo al tamaño de la sociedad y dar clic en aceptar.
- Luego, aparece la siguiente pantalla para visualizar el documento 1302 en estado “definitivo”, y dar clic en Aceptar.
- Se visualiza el formato 1302 con la marca de agua “DEFINITIVO”
- Una vez se da clic en Aceptar el servicio lo remite a la pantalla inicial para firmar el formato 1876. Recuerde que el trámite no finaliza hasta que firme el formato 1876 “Autorización de Numeración de Facturación”. De clic en el ícono que se encuentra en la casilla de “Firmar Autorización Numeración de Facturación
- Una vez se da clic anteriormente señalado, aparece el recuadro para firmar el formato 1876.
- Finalmente, firmado el documento, se genera el formato 1876 “autorización numeración de facturación” con la marca de agua “AUTORIZADO”.
- Es necesario precisar, que de acuerdo a la facultad discrecional en virtud del artículo 684-2 del Estatuto Tributario y lo dispuesto en la Resolución 055 de 2016, con base en parámetros de volumen de operaciones, patrimonio, actividad económica, establecimientos; la entidad limitará la vigencia y la cantidad de numeración de facturación.

Presentación del RUT

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales presenta el servicio de Registro Único Tributario RUT, que constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto

de renta, los responsables del régimen común, los pertenecientes al régimen simplificado, los agentes retenedores, los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros; y los demás sujetos de obligaciones administradas por la DIAN.

6.5.4 Obligaciones de registro

Cualquier cambio en los estatutos o en el órgano de administración de la empresa requerirá una escritura ante notario que obligatoriamente habrá de inscribirse en el Registro Mercantil. La inscripción de los cambios derivados de la transmisión de participaciones sociales será voluntaria

Así mismo las sociedades están obligadas a registrar las cuentas anuales y los libros contables. El plazo en que las cuentas y los libros han de ser formulados es de tres meses desde el cierre del ejercicio, hay un plazo posterior de otros tres meses para su aprobación por la Junta y el plazo de inscripción es de treinta días desde dicha aprobación, por lo que como muy tarde la presentación en el Registro se hará en el mes de Julio de cada año.

La falta de registro de las cuentas anuales puede suponer la apertura de un expediente sancionador que podría tener como consecuencia la imposición de una sanción que va desde los 1.200 hasta los 300.000 euros por cada ejercicio no presentado, se establece una prescripción de 3 años.

Una vez que haya pasado un año desde la fecha del cierre del ejercicio social sin que se hayan presentado en el Registro las cuentas anuales se podrá decretar el cierre provisional de la hoja registral de esa empresa y no se inscribirá ningún documento presentado con posterioridad, excepto la inscripción del cese o dimisión de los administradores, gerentes, directores generales o liquidadores; la revocación o renuncia de poderes y la disolución de la sociedad y el nombramiento de liquidadores, además de los asientos ordenados por la autoridad judicial o administrativa

En lo que respecta a los libros contables, es de obligatoria legalización para los empresarios el libro de inventarios y cuentas anuales y el libro diario. El libro de inventarios y cuentas anuales será un documento único compuesto por el balance inicial detallado de la empresa; los balances de comprobación trimestrales a través de balances de sumas y saldos; el inventario de cierre del ejercicio articulado en un balance de cierre y las cuentas anuales.

El plazo de presentación de los libros es de un mes desde que se formulan, como hemos indicado la formulación debe hacerse como muy tarde a los tres meses del cierre

6.5.5 Revisión técnica de seguridad (bomberos)

El Concepto Técnico de Bomberos es la apreciación técnica emitida por el Cuerpo Oficial de Bomberos de Bogotá a través de la cual se revisan las condiciones de seguridad humana, riesgos de incendio, materiales peligrosos y sistemas de protección contra incendios que se presentan en las edificaciones o establecimientos del distrito. También se realizan las pruebas de presión a las redes hidráulicas del establecimiento; dirigido a: Todos los sectores.

Canal telefónico

- 382 25 00 – Ext 40101 – 40102
- Línea de reporte de emergencias: 123
- Línea 195
- **Canal virtual**
- www.bomberosbogota.gov.co
- Canales presenciales:
- Puntos de la red CADE
- SuperCADE Américas SuperCADE CAD SuperCADE Suba
- Unidad Administrativa Especial Cuerpo Oficial Bomberos Bogotá
- Área de Servicio y Atención a la Ciudadanía Del Cuerpo Oficial de Bomberos ASAC

6.5.6 Normas sanitarias y de salud (secretaría de salud) condiciones de trabajo

Deberá cumplirse lo establecido en la Resolución 2117 de 2010, en cuanto a:

- Infraestructura
- Condiciones sanitarias
- Condiciones de seguridad
- Señalización y demarcación de áreas
- Sistema eléctrico
- Botiquín de primeros auxilios

- Manejo de residuos
- Suministro de alimentos y bebidas
- Desinfección del ambiente

6.6 Impacto ambiental (secretaria de ambiente)

Es la alteración o modificación del ambiente debido a la ejecución de un proyecto.

Se dice que hay impacto ambiental cuando una acción, actividad natural o inducida causa daño, alteración, afectación o modificación a los recursos naturales.

Ejemplos:

- Agotamiento de recursos naturales
- Contaminación suelo, aire, agua, paisaje

Identificación De Aspectos E Impactos Ambientales

- Generar un diagnostico ambiental.
- Formular medidas de mitigación de los impactos significativos.
- Cumplir con las obligaciones normativas.
- Establecer controles operacionales (planes, programas y/o proyectos), consumo racional de cursos, producción sostenible, protección a la biodiversidad y ecosistemas

6.6.1 Uso del suelo

Descripción:

Obtener el dictamen escrito sobre uso o usos permitidos en un predio o edificación, de conformidad con las normas urbanísticas del plan de ordenamiento territorial y los instrumentos que lo desarrollen.

Cumplir con el concepto de uso del suelo, ubicación y destinación.

La Secretaría Distrital de Planeación orienta y lidera la formulación y seguimiento de las políticas y la planeación territorial, económica, social y ambiental del Distrito.

El concepto de uso del suelo es un dictamen escrito por medio del cual el curador urbano o la Secretaría Distrital de Planeación (SDP), informa al interesado sobre el uso o usos permitidos en un predio o edificación, teniendo en cuenta las normas urbanísticas adoptadas para orientar y administrar el desarrollo físico espacial del territorio y la utilización del suelo, definida como el Plan de Ordenamiento Territorial (POT).

La Secretaría Distrital de Planeación orienta y lidera la formulación y seguimiento de las políticas y la planeación territorial, económica, social y ambiental del Distrito.

Inicialmente, usted debe definir la o las actividades que va a desarrollar en su establecimiento de comercio, por ejemplo: comercio de bienes y/o servicios, restaurante, juegos de suerte y azar, papelería, bar, etc.

En segundo lugar, debe consultar la destinación, que tiene permitido el suelo donde lo pretende ubicar.

Se puede consultar el uso de suelo de tres (3) formas:

La primera opción, en las salas virtuales de la CCB, consultar en el SINUPOT:
<http://sinupotp.sdp.gov.co/sinupot/index.jsf>

La segunda: es dirigirse a la curaduría más cercana, diligenciar y radicar el formato respectivo para la consulta del mismo.

La tercera opción, es dirigirse a la Secretaría Distrital de Planeación (SDP) o a las oficinas de Norma Urbana de los Cades, donde se diligencia y radica el formato respectivo para la consulta del mismo.

Tenga en cuenta:

La expedición de estos conceptos no otorga derechos ni obligaciones a su peticionario y no modifica los derechos conferidos mediante licencias que estén vigentes o que hayan sido ejecutadas.

La destinación que se le da al establecimiento de comercio debe ser en desarrollo de una actividad legal, la cual debe coincidir con la actividad registrada en la matrícula mercantil del Establecimiento a la evidenciada al momento que la autoridad de inspección, vigilancia y control realiza la visita.

Nota

El trámite en la Curaduría tiene costo, la consulta en la oficina o en la herramienta de la Secretaría Distrital de Planeación (SDP) y en las salas virtuales de la CCB no tiene costo.

7. ESTUDIO TECNICO

Coaching Star es una empresa con ánimo de lucro, que busca fomentar, formar y proyectar jugadores de futbol al ámbito profesional, por medio de diferentes paquetes turísticos que van de la mano con clubes deportivos y destinos que permiten un buen desarrollo para nuestros jugadores. Como ente económico buscamos un progreso social por medio de los estudios académicos y el deporte, aportando al desarrollo personal, integral, y educativo de nuestros futuros jugadores colombianos, siempre promoviendo el desarrollo deportivo.

Ofrecemos paquetes turísticos para jóvenes jugadores de futbol entre edades de 10 a 18 años como una alternativa para la formación a profesionales.

Estos paquetes turísticos se dividen en 3 factores diferenciales, a nivel Local, Nacional e Internacional, donde se visualiza un desarrollo o comienzo del proyecto en el 2025.

7.1 Objetivos del estudio técnico

- Incentivar el desarrollo deportivo, social e integral de cada jugador
- Brindar oportunidades educativas, prácticas y experienciales
- Promover los talentos que se detecten en el desarrollo de las prácticas para lograr incorporación en el deporte competitivo.
- Destacar por un conocimiento amplio de nuestros productos para incrementar confianza con los consumidores del producto
- Incentivar el desarrollo deportivo, social e integral de cada jugador.
- Brindar oportunidades educativas, prácticas y experienciales.

7.2 Ficha técnica del producto (b/s)

FICHA TECNICA COACHING STAR



Contáctenos

Julieth Tatiana Vargas Castillo

Cargo	Gerente
E-mail	julieth.vargas@coachingstars.com
Dirección	Carrera 16 No 80 – 18 Bogotá D.C
Correo General	info@coachingstars.com
Página Web	www.coachingstars.com.co
Teléfonos	Fijo 0 8 29 99 09 Celular (+57) 316 462 5409
FAX	0 8 27 99 09
Actividad	Agencia de viajes Mayorista – Minorista
Zonas de Actividad	Paquetes diseñados para futbolistas en Bogotá , Colombia y Estados Unidos resalto como potencial nuestro producto Nacional para un mayor enfoque profesional
Productos	Los paquetes turísticos que vamos a ofrecer, van dirigidos para jugadores de futbol mayores de 10 años hasta los 18 años, con o sin acompañante; dependiendo a las características y necesidades de nuestros jugadores ofrecemos tres tipos de paquetes. - Jugadores que busquen opciones futbolística - Guarne, Antioquia - Bogotá D.C

Descripción de la empresa

Coaching Star está clasificada como una agencia de viajes mayorista la cual organiza, elabora y ofrece toda clase de servicios y viajes combinados para su venta a las minoristas, siendo de igual forma una agencia de viajes emisora.

7.3 Descripción del proceso

El proceso que se realizara en Coaching Star será el servicio al cliente, el cual se ofrecerá con personal capacitado para su uso, además de tener un muy buen manejo de quejas de la empresa.

Para ello se deben tener en cuenta diferentes acciones que sirven para gestionar la calidad del servicio, como lo son:

- Planear
- Implementar
- Controlar
- Mejorar

7.4 Requerimientos y necesidades

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO	PRODUCTO FINAL
Expansión en el mercado	Publicidad en vallas.		6 meses	Publicidad

Promocionar la empresa	Uniformes o prendas deportivas.	Jugador profesional	1 semana	Reconocimiento
Página web	Información general de la empresa y / o paquetes turísticos.	Gerente	3 meses	Información a los clientes.
Incentivar el desarrollo deportivo	Torneos futbolísticos	Entrenadores		Cultura y sentido de pertenencia deportivo

A) Infraestructura





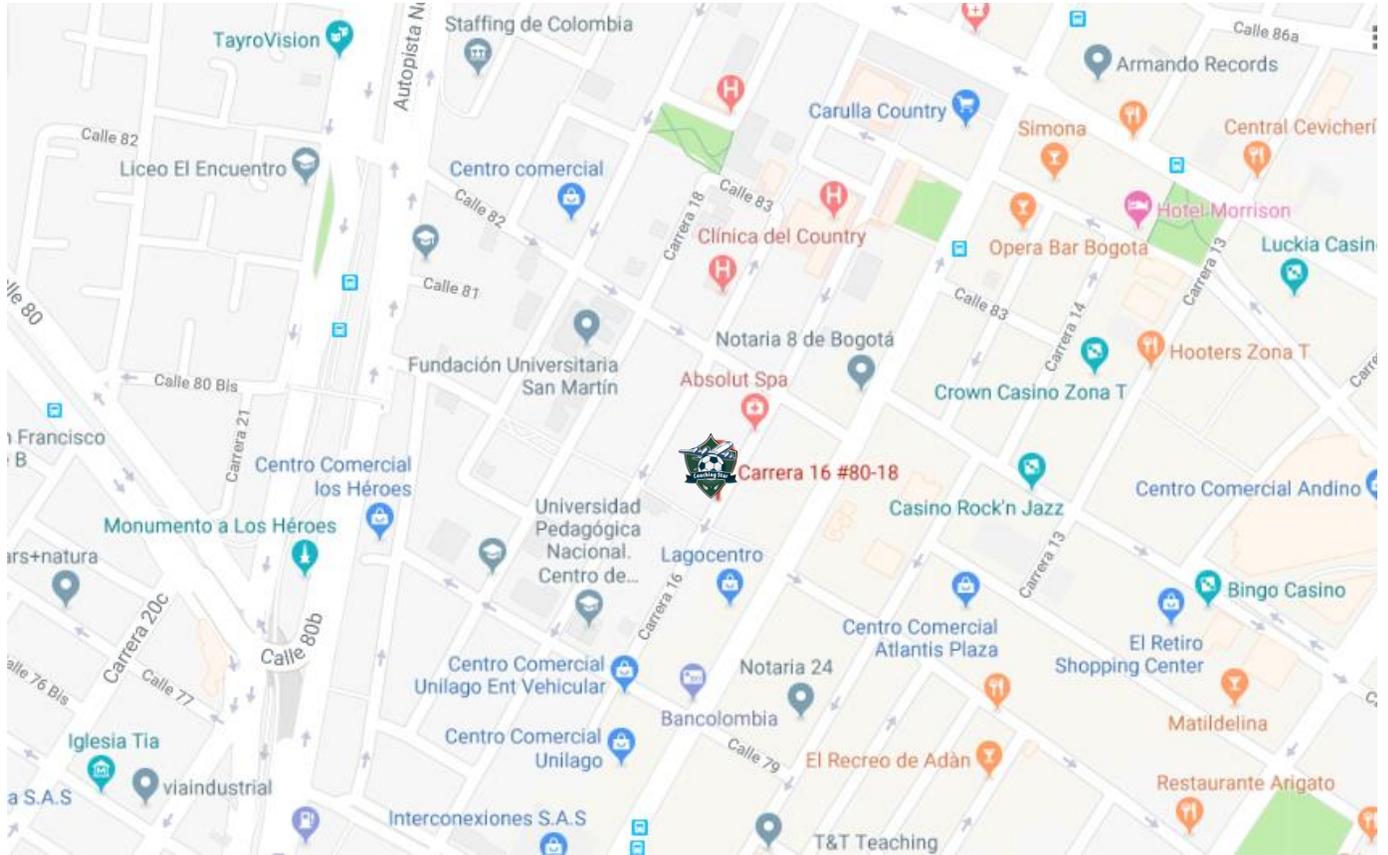
PISO 1
 Área 240 m²

Estaremos Ubicados en la parte Norte de la ciudad cerca del Barrio Chico Norte en un edificio empresarial de 5 pisos donde nuestra agencia de viajes solo dispondrá del primer piso Donde contara con las siguientes características:

1. Recepción principal
2. Local comercial (Asesores de ventas)
3. Oficina Local (Gerente)
4. Secretaria Recepción (Usaremos esta parte de la oficina para asesores de venta Online)
5. Oficina 1 (Departamento de facturación)
6. Oficina 2 (Tesorería y Cartera)
7. Oficina 3 (Asociados o FreeLance)
8. Oficina 4 (Contabilidad)
9. Oficina 5 (Servicios Generales)
10. 3 espacios dedicados al aérea de archivo
11. Cocina para el uso de empleados

12. 4 Baños

Mapa y/o plano



B) Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO			
ARTÍCULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Computadores de mesa	8	\$1.300.000	\$10.400.000
Impresora industrial (alquiler mensual)	1	\$150.000 (Por mes)	\$150.000

Teléfono	12	\$130.000	\$1.560.000
Portátiles	4	\$1.000.000	\$4.000.000
Diadema	4	\$75.000	\$300.000
Celular	2	\$200.000	\$400.000
TOTAL	31	\$2.975.000	\$16.810.000

Muebles y encerres

MUEBLES Y ENCERES			
ARTÍCULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Archivador	1	\$200.000	\$200.000
Escritorio	12	\$100.000	\$1.200.000
Papelera reciclaje x3	3	\$35.000	\$105.000
Silla	12	\$170.000	\$2.040.000
Papelera escritorios	12	\$13.000	\$156.000
TOTAL	38	\$518.000	\$3.701.000

Herramientas

HERRAMIENTAS			
ARTÍCULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
GDS SABRE (contrato)	1	\$27.000.000	\$27.000.000

TOTAL			\$27.000.000
-------	--	--	--------------

Equipo de comunicación y computación

- Computadores de mesa
- Impresora industrial
- Teléfono
- Portátiles
- Diadema
- Celulares Corporativos

7.5 Plan de producción

PERIODO	PRODUCTO / CANTIDAD			VALOR LOCAL \$	VALOR NAL \$	VALOR INTER \$	TOTAL LOCAL \$	TOTAL NAL \$	TOTAL INTER \$
	LOCAL	NACIONAL	INTERNACIONAL						
Enero	2	4	1	\$235.000	\$955.000	\$3.653.000	\$470.000	\$3.820.000	\$3.653.0000
Febrero	1	5	1	\$235.000	\$955.000	\$3.653.000	\$235.000	\$4.775.000	\$3.653.0000
Marzo	4	1	3	\$235.000	\$955.000	\$3.653.000	\$940.000	\$955.000	\$10.959.000
Abril	4	2	1	\$235.000	\$955.000	\$3.653.000	\$940.000	\$1.910.000	\$3.653.0000
Mayo	4	2	1	\$235.000	\$955.000	\$3.653.000	\$940.000	\$1.910.000	\$3.653.0000
Junio	2	2	3	\$235.000	\$955.000	\$3.653.000	\$470.000	\$1.910.000	\$10.959.000
Julio	6	1	0	\$235.000	\$955.000	\$3.653.000	\$1.410.000	\$955.000	0
Agosto	5	2	0	\$235.000	\$955.000	\$3.653.000	\$1.175.000	\$1.910.000	0
Septiembre	2	4	1	\$235.000	\$955.000	\$3.653.000	\$470.000	\$3.820.000	\$3.653.0000
Octubre	1	5	1	\$247.000	\$1.002.000	\$3.835.650	\$247.000	\$5.010.000	\$3.835.650
Noviembre	0	2	5	\$247.000	\$1.002.000	\$3.835.650	\$0	\$2.004.000	\$19.178.250
Diciembre	0	1	6	\$247.000	\$1.002.000	\$3.835.650	\$0	\$1.002.000	\$23.013.900
TOTAL	31	31	23	\$2.856.000	\$11.601.000	\$44.383.950	\$7.297.000	\$29.981.000	\$250.595.800

7.5 Plan de compras

PAQUETE LOCAL (BOGOTA)2/D	NETO	TOTAL
ENTRADA AL CAMPIN 2 PARTIDOS	\$ 100.000	\$ 130.000
ENTRADA A LA CONFEDERACION COLOMBIA	\$ 20.000	\$ 35.000
CONFERECIA CON LOS JUGADORES	\$ 50.000	\$ 70.000
TRASLADOS INTERNOS	\$ 80.000	\$ 100.000
TOTALES	\$ 250.000	\$ 335.000

PAQUE NACIONAL (ANTIOQUIA - GAURNE) 2N/3D	NETO	TOTAL
ALOJAMIENTO	\$ 300.000	\$ 340.000
TIQUETE	\$ 190.000	\$ 215.000
TRASLADOS	\$ 110.000	\$ 170.000
ENTRADAS DEPORTIVAS 2	\$ 150.000	\$ 230.000
TOTALES	\$ 750.000	\$ 955.000
NOCHE ADICIONAL	\$ 180.000	\$ 210.000

PAQUETE INTERNACIONAL (ARGENTINA)5N/6D	NETO	TOTAL
ALOJAMIENTO	\$ 1.300.000	\$ 1.593.000
TIQUETE	\$ 1.100.000	\$ 1.160.000
TRASLADOS	\$ 210.000	\$ 250.000
SEGURO MEDICO	\$ 80.000	\$ 110.000
ENTRADAS DEPORTIVAS 3	\$ 450.000	\$ 540.000
TOTALES	\$ 3.140.000	\$ 3.653.000
NOCHE ADICIONAL	\$ 280.000	\$ 310.000

7.6.1 Costos de producción:

A) costos fijos

CONCEPTO	COSTO		GASTO		
	Direc to	Indirec to	Vent as	Administraci ón	Finanz as
Salario de la secretaria del gerente general				X	
Salario de los vendedores			X		
Comisiones por unidad producida	X				
Depreciación de maquinaria y equipo	X				
Empaque producto punto de venta					X
Seguros contra robo e incendio					X
Salario del supervisor de planta				X	
Seguros de fabrica		X			
Obligaciones laborales				X	
Arriendo de locales comerciales					X
Mantenimiento de Maquinaria y Equipos		X			
Agua en el lavado de		X			

automóviles					
Lavado de sábanas de un hotel		X			
Salario del mensajero				X	
Lámina de ferreterías	X				
Harina de panaderías	X				
Depreciación de muebles y encerados					X
Arriendo edificio de planta					X
Impuesto de renta					X
Cerraduras en la industria de puertas	X				
Servicio de agua en la industria marroquinera	X				
Papelería, cafetería y útiles de aseo				X	
Salario de la secretaria del gerente de planta				X	
Harina en el supermercado		X			
Servicio telefónico de un café	X				

B) Costos variables

CONCEPTO	COSTO	GASTO
Servicios públicos de la planta de producción	X	

Salario de la secretaria del gerente general		X
--	--	---

8. ESTUDIO FINANCIERO

8.1 Ingresos

PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS OPERATIVOS						
INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Por Ventas						
Paquete local	180.000.000	185.400.000	190.962.000	196.690.860	202.591.586	955.644.446
Paquete nacional	240.000.000	247.200.000	254.616.000	262.254.480	270.122.114	1.274.192.594
Paquete internacional	420.000.000	432.600.000	445.578.000	458.945.340	472.713.700	2.229.837.040
Producto 4	0	0	0	0	0	0
Producto 5	0	0	0	0	0	0
Producto 6	0	0	0	0	0	0
Total Ingresos de operación	\$ 840.000.000	\$ 865.200.000	\$ 891.156.000	\$ 917.890.680	\$ 945.427.400	\$ 4.459.674.080

INVERSIÓN CIRCULANTE						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Capital de trabajo	16.191.000	0				16.191.000
TOTAL DIFERIDOS	21.330.600	139.600	139.600	139.600	139.600	21.889.000

8.2 Egresos

PROYECCIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE PRODUCCIÓN						
NÓMINA PARA EL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Sueldos Basicos						
Juan David Suarez	36.000.000	37.188.000	38.415.204	39.682.906	40.992.442	192.278.551
Amanda Castillo	21.600.000	22.312.800	23.049.122	23.809.743	24.595.465	115.367.131
Anita Rojas	21.600.000	22.312.800	23.049.122	23.809.743	24.595.465	115.367.131
Carlos Gutierrez	21.600.000	22.312.800	23.049.122	23.809.743	24.595.465	115.367.131
00/01/1900	0	0	0	0	0	0
Total Sueldos	100.800.000	104.126.400	107.562.571	111.112.136	114.778.837	538.379.944
Prestaciones						
Cesantía (mes)	8.399.966	8.677.165	8.963.512	9.259.308	9.564.865	44.864.816
Intereses de Cesantía (mes)	84.000	86.772	89.635	92.593	95.649	448.648
Vacaciones (mes)	4.203.360	4.342.071	4.485.359	4.633.376	4.786.277	22.450.444
Prima de Servicios (mes)	8.399.966	8.677.165	8.963.512	9.259.308	9.564.865	44.864.816
Total Prestaciones Sociales mes	21.087.292	21.783.173	22.502.018	23.244.584	24.011.656	112.628.724
Parafiscales y seguridad social						
Aporte en Salud Eps (mes)	8.568.000	8.850.744	9.142.819	9.444.532	9.756.201	45.762.295
Aporte en Pensión (mes)	12.096.000	12.495.168	12.907.509	13.333.456	13.773.460	64.605.593
Arp (mes)	806.400	833.011	860.501	888.897	918.231	4.307.040
Caja Compensación Familiar	4.032.000	4.165.056	4.302.503	4.444.485	4.591.153	21.535.198
I.C.B.F.	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0
Total aportes Patronales	25.502.400	26.343.979	27.213.331	28.111.370	29.039.046	136.210.126
Auxilio de transporte						
Auxilio de transporte	0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	0
TOTAL ADMINISTRACION	147.389.692	152.253.552	157.277.920	162.468.091	167.829.538	787.218.793

NOMINA PARA EL PERSONAL DE PRODUCCION						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Sueldos Basicos						
Viviana Martinez	12.000.000	12.396.000	12.805.068	13.227.635	13.664.147	64.092.850
Martin Torres	12.000.000	12.396.000	12.805.068	13.227.635	13.664.147	64.092.850
Maria Hernandez	12.000.000	12.396.000	12.805.068	13.227.635	13.664.147	64.092.850
Empleado 4	0	0	0	0	0	0
Empleado 5	0	0	0	0	0	0
Total Sueldos	36.000.000	37.188.000	38.415.204	39.682.906	40.992.442	192.278.551
Prestaciones						
Cesantía (mes)	2.999.988	3.098.988	3.201.254	3.306.896	3.416.023	16.023.149
Intereses de Cesantía (mes)	30.000	30.990	32.013	33.069	34.160	160.231
Vacaciones (mes)	1.501.200	1.550.740	1.601.914	1.654.777	1.709.385	8.018.016
Prima de Servicios (mes)	2.999.988	3.098.988	3.201.254	3.306.896	3.416.023	16.023.149
Total Prestaciones Sociales mes	7.531.176	7.779.705	8.036.435	8.301.637	8.575.591	40.224.544
Parafiscales y seguridad social						
Aporte en Salud Eps (mes)	3.060.000	3.160.980	3.265.292	3.373.047	3.484.358	16.343.677
Aporte en Pensión (mes)	4.320.000	4.462.560	4.609.824	4.761.949	4.919.093	23.073.426
Arp (mes)	288.000	297.504	307.322	317.463	327.940	1.538.228
Caja Compensación Familiar	1.312.976	1.357.575	1.403.674	1.451.325	1.500.578	7.026.128
I.C.B.F.	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0
Total aportes Patronales	8.980.976	9.278.619	9.586.112	9.903.784	10.231.968	47.981.459
Auxilio de transporte						
Auxilio de transporte	3.175.596	3.248.635	3.323.353	3.399.790	3.477.986	16.625.360
TOTAL OPERACIÓN	55.687.748	57.494.958	59.361.105	61.288.117	63.277.987	297.109.915
TOTAL NOMINA	203.077.441	209.748.510	216.639.024	223.756.208	231.107.525	1.084.328.708

PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de personal	147.389.692	152.253.552	157.277.920	162.468.091	167.829.538	787.218.793
Otros gastos de personal (externos)	0	0	0	0	0	0
Honorarios Contador	0	0	0	0	0	0
Servicios Publicos	0	0	0	0	0	0
Gastos papeleria y otros	0	0	0	0	0	0
Publicidad	0	0	0	0	0	0
Arriendo Oficina	0	0	0	0	0	0
Diversos	0	0	0	0	0	0
Depreciaciones Administrativas	2.770.100	2.770.100	2.770.100	2.770.100	2.770.100	13.850.500
Total Gastos Admon	150.159.792	155.023.652	160.048.020	165.238.191	170.599.638	801.069.293

PROYECCIÓN DE COSTOS DE OPERACIÓN						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de personal	55.687.748	57.494.958	59.361.105	61.288.117	63.277.987	297.109.915
Otros gastos de personal	2.400.000	2.484.000	2.570.940	2.660.923	2.754.055	12.869.918
Mantenimiento Equipos	7.200.000	7.452.000	7.712.820	7.982.769	8.262.166	38.609.754
Mantenimiento Instalaciones	3.600.000	3.726.000	3.856.410	3.991.384	4.131.083	19.304.877
Servicios Públicos	3.240.000	3.353.400	3.470.769	3.592.246	3.717.975	17.374.389
Arriendos	30.000.000	31.050.000	32.136.750	33.261.536	34.425.690	160.873.976
Dotación	1.200.000	1.242.000	1.285.470	1.330.461	1.377.028	6.434.959
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
Depreciación Operativa	482.000	482.000	482.000	482.000	482.000	2.410.000
Total Costos	103.809.748	107.284.358	110.876.264	114.589.437	118.427.983	554.987.789

8.3 Flujo de caja

EMPRESA S.A.S.						
FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS DE EFECTIVO						
Ingreso por ventas		756.000.000	778.680.000	802.040.400	826.101.612	850.884.660
EGRESOS DE EFECTIVO						
Compras Mp / Inventarios		408.240.000	422.528.400	437.316.894	452.622.985	468.464.790
Nómina Operativa		55.687.748	57.494.958	59.361.105	61.288.117	63.277.987
Costos Indirectos de Fabricación		45.240.000	46.823.400	48.462.219	50.158.397	51.913.941
Gastos Admon y Ventas		150.159.792	155.023.652	160.048.020	165.238.191	170.599.638
Pago de Impuesto de Renta		0	0	23.883.624	45.992.587	66.229.980
Pago de Dividendos			16.216.972	19.792.457	14.330.175	9.198.517
Pago de deuda		6.009.003	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Total egresos de Efectivo		665.336.544	704.087.382	754.864.319	795.630.452	835.684.853
Flujo Neto de efectivo Operativo		90.663.456	74.592.618	47.176.081	30.471.160	15.199.808
Inversiones	-40.000.000					
Flujo Neto Total	-40.000.000	90.663.456	74.592.618	47.176.081	30.471.160	15.199.808
Mas: Saldo Inicial de Caja			90.663.456	165.256.074	212.432.155	242.903.315
Igual: Saldo Caja (Superavit o Deficit)		90.663.456	165.256.074	212.432.155	242.903.315	258.103.123
Flujo neto Acumulado	-40.000.000	-11.000.000	1.000.000	1.000.000	445.550	12

8.4 Capital de trabajo

APORTES SOCIOS	
Nombres	Aportes
JULIETH VARGAS	20.000.000
JANETH HERNANDEZ	12.000.000
NICOLAS TUSSO	8.000.000
Total Aportes	40.000.000

8.5 Fuentes de financiación

<i>Informativo</i>						
CRÉDITO BANCARIO						
DESCRIPCIÓN	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
Valor del crédito	30.000.000					
Tasa de Interés	0,1%					
Saldo de Capital	30.000.000	30.000.000	24.005.997	18.018.000	12.027.009	6.033.023
Cuota Fija	6.009.003	6.009.003	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Pago Intereses		15.000	12.003	9.009	6.014	3.017
Abono a Capital		5.994.003	5.987.997	5.990.991	5.993.986	5.996.983

8.5.1 Monto del préstamo

ESTIMACIÓN DEL CRÉDITO	
Valor del crédito	30.000.000
Tasa de interés	0%

8.5.1.1.1 Plazo

<i>Informativo</i>						
CRÉDITO BANCARIO						
DESCRIPCIÓN	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
Valor del crédito	30.000.000					

8.5.1.1.2 Amortización

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES						
De Operación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipos	482.000	482.000	482.000	482.000	482.000	2.410.000
Vehículos	0	0	0	0	0	0
Total Depreciación Operación	482.000	482.000	482.000	482.000	482.000	2.410.000
De Administración						
Equipos Computo y comunic	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	12.000.000
Muebles y Enseres	370.100	370.100	370.100	370.100	370.100	1.850.500
Total Depreciación Admin	2.770.100	2.770.100	2.770.100	2.770.100	2.770.100	13.850.500
Total Gastos Depreciación	3.252.100	3.252.100	3.252.100	3.252.100	3.252.100	16.260.500

8.5.1.1.3 Interés

Tasa de Interés	0,1%					
Saldo de Capital	30.000.000	30.000.000	24.005.997	18.018.000	12.027.009	6.033.023
Cuota Fija	6.009.003	6.009.003	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Pago Intereses		15.000	12.003	9.009	6.014	3.017
Abono a Capital		5.994.003	5.987.997	5.990.991	5.993.986	5.996.983

8.6 Balance general

ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS

ANÁLISIS VERTICAL - BALANCE GENERAL				
EMPRESA S.A.S.				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
61,3%	75,0%	80,0%	82,6%	84,0%
28,4%	19,6%	16,8%	15,6%	15,4%
0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
89,6%	94,6%	96,8%	98,3%	99,4%
0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
1,6%	1,1%	0,9%	0,8%	0,8%
8,1%	5,4%	4,5%	4,1%	3,9%
2,5%	1,7%	1,4%	1,3%	1,2%
0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
12,2%	8,2%	6,8%	6,2%	5,9%
2,2%	3,0%	3,7%	4,4%	5,3%
10,0%	5,3%	3,1%	1,7%	0,6%
0,3%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%
100%	100%	100%	100%	100%
48,1%	48,2%	42,4%	38,5%	35,7%
0,0%	0,0%	12,2%	20,5%	26,5%
48,1%	48,2%	54,6%	59,0%	62,2%
51,9%	51,8%	45,4%	41,0%	37,8%
51,9%	51,8%	45,4%	41,0%	37,8%
100%	100%	100%	100%	100%

VARIACIÓN ABSOLUTA - BALANCE GENERAL			
EMPRESA S.A.S.			
AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
74.592.618	47.176.081	30.471.160	15.199.808
1.260.000	1.297.800	1.336.734	1.376.836
0	0	0	0
75.852.618	48.473.881	31.807.894	16.576.644
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
3.252.100	3.252.100	3.252.100	3.252.100
-3.252.100	-3.252.100	-3.252.100	-3.252.100
-139.600	-139.600	-139.600	-139.600
72.460.918	45.082.181	28.416.194	13.184.944
		0	0
		0	0
2.721.600	2.816.856	2.915.446	3.017.487
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
0	23.883.624	22.108.963	20.237.393
2.721.600	26.700.480	25.024.409	23.254.879
0	0	0	0
0	0	0	0
2.520.000	2.595.600	2.673.468	2.753.672
2.520.000	2.595.600	2.673.468	2.753.672
5.241.600	29.296.080	27.697.877	26.008.551

ANÁLISIS VERTICAL - ESTADO DE RESULTADOS EMPRESA S.A.S.				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
100%	100%	100%	100%	100%
69,9%	70,3%	70,6%	70,9%	71,2%
57,9%	58,1%	58,4%	58,7%	59,0%
6,6%	6,6%	6,7%	6,7%	6,7%
5,4%	5,4%	5,4%	5,5%	5,5%
0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
30,1%	29,7%	29,4%	29,1%	28,8%
17,9%	18,3%	18,7%	19,1%	19,4%
2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
9,7%	11,4%	10,7%	10,0%	9,3%
0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
9,7%	11,4%	10,7%	10,0%	9,3%
0,0%	0,0%	2,7%	5,0%	7,0%
9,7%	11,4%	8,0%	5,0%	2,3%

VARIACIÓN ABSOLUTA - ESTADO DE RESULTADOS EMPRESA S.A.S.			
AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
25.200.000	25.956.000	26.734.680	27.536.720
0	0	0	0
20.400.610	21.110.316	21.844.727	22.604.705
17.010.000	17.605.350	18.221.537	18.859.291
1.807.210	1.866.147	1.927.012	1.989.870
1.583.400	1.638.819	1.696.178	1.755.544
0	0	0	0
4.799.390	4.845.684	4.889.953	4.932.016
8.115.960	8.276.467	8.442.271	8.613.547
-21.191.000	0	0	0
17.874.430	-3.430.783	-3.552.319	-3.681.531
-2.997	-2.994	-2.995	-2.997
17.877.427	-3.427.789	-3.549.323	-3.678.534
0	23.883.624	22.108.963	20.237.393
17.877.427	-27.311.413	-25.658.286	-23.915.927

8.7 Estado de pérdidas y ganancias

8.8 Valor presente Neto, Tasa interna de retorno

TIO (Tasa Interna de oportunidad)	25%
Tasa Interna de Retorno (TIR)	203,9%
Valor Presente Neto (VPN)	121.885.854
Valor Presente Neto (Ingresos)	2.663.736.238
Valor Presente Neto (Egresos)	2.461.378.920
Relacion Beneficio Costo	1,08

9. ANÁLISIS DE IMPACTO

	Actual	Pesimista	Optimista
Tasa Interna de retorno (TIR)	204%	76%	307%
Valor Presente Neto (VPN)	121.885.854	15.336.405	228.435.304
Valor Presente Neto (Ingresos)	2.130.988.991	2.024.439.541	2.237.538.440
Valor Presente neto (Egresos)	1.969.103.136	1.969.103.136	1.969.103.136
Relación Beneficio - Costo	1,1	1,0	1,1

ANÁLISIS DE IMPACTOS COACHING STARS					
IMPACTO SOCIAL		IMPACTO AMBIENTAL		IMPACTO ECONOMICO	
POSITIVOS	NEGATIVOS	POSITIVOS	NEGATIVOS	POSITIVOS	NEGATIVOS
1 GENERACION DE EMPLEO Generar empleo directo e indirectamente con los destinos relacionados (Guías, Transporte, Hoteles)	DISCRIMINACION En temas relacionados con empleo puede existir discriminación de empleo o preferencias por personal extranjero	PUBLICIDAD Todo lo relacionado con publicidad de nuestra agencia será obtenida por web (tiquetes, folletos, paquetes, hoteles)	TRANSPORTE (TERRESTRE) , Al generar los traslados, aeropuerto, hotel, centro de entrenamiento, etc. Se incrementa el monóxido de carbono por la circulación de los buses	GENERACION DE RENTAS AL ESTADO Y MUNICIPIOS Se hace el debido cumplimiento al estado de acuerdo a la actividad turística	INFLACION , Productos de la económica local de nuestros paquetes tienen incremento por inflación
2 VALORACION DE LA CULTURA LOCAL Intercambio de culturas permitiendo el nuevo conocimiento y costumbres de la población	DEBILITAMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL Al tener un número mayor de turistas se podría evidenciar un choque cultural	RECICLAJE Somos una empresa promotora en la campaña del reciclaje al hacer uso de materiales provenientes de material de reciclaje (esferos, cuadernos, resmas)	INFRAESTRUCTURA , Al incrementar la infraestructura somos causantes de pérdidas de terreno	INCENTIVO EMPRESARIAL Ser reconocidos principalmente en un rango Nacional para incentivar un aporte de terceros	ENDEUDAMIENTO , Algunos sectores turísticos requieren una mayor inversión lo que genera deudas por la persona que adquiere el producto y/o servicio
3 INCENTIVAR EL PROGRESO DE NUESTROS JUGADORES Nuestro propósito es ayudar a los jugadores que adquieran nuestros productos turísticos a crecer a un nivel profesional	ROMPIMIENTO FAMILIAR Al tener como prioridad solo a la figura futbolística genera una separación del vínculo familiar	PRESERVAR EL RECURSO AMBIENTAL Generamos conciencia a nuestros jugadores y aquellas personas que se ven influenciadas con nuestros productos al preservar el recurso natural	INCREMENTO GENERAL Al tener mayor población en nuestros productos se genera mayor uso de servicios, de alimentación, de espacio etc.	CONTRIBUCION DEL PIB Al incrementar ventas internas se hace contribución al PIB	MODIFICACION DE LA ECONOMIA Al existir un cambio en la economía interna del país se tiene que ajustar diferentes proyecciones de ventas, gastos y costos

10. CONCLUSIONES

Coaching Star está pensado como un proyecto para descubrir nuevas estrellas del futbol por medio del turismo.

Por medio de nuestros paquetes turísticos queremos explotar las oportunidades de alcanzar el sueño de ser un profesional en el futbol y ser reconocidos por nuestra calidad en servicio, maquinaria, entrenadores y socios, teniendo en cuenta que para potenciar nuestro proyecto tenemos que ser reconocidos en un mercado competitivo donde la ubicación de nuestra empresa juega un papel estratégico para surgir en dicho mercado, teniendo en cuenta que lo innovador nos va a resaltar como empresa llamativa para clientes y poder surgir primeramente a nivel nacional.

11. BIBLIOGRAFIA

- https://www.google.com.co/search?q=cadena+de+valor&biw=1517&bih=741&tbn=isch&imgil=te2eP86mkUB1NM%253A%253BaKWqTwbk2i4fIM%253Bhttps%25253A%25252F%25252Fes.wikipedia.org%25252Fwiki%25252FCadena_de_valor&source=iu&pf=m&fir=te2eP86mkUB1NM%253A%252CaKWqTwbk2i4fIM%252C&usg=__bba_vUfGdnpMyFOR62JIPh5li5I%3D&dpr=0.9&ved=0ahUKEwjg1-yk6MHMAhXH9R4KHUWvBxMQyjcIIw&ei=E6YqV6CCD8fre8XenpgB#imgrc=te2eP86mkUB1NM%3A
- <https://www.lancetalent.com/blog/como-hacer-plan-de-medios-9-pasos/>
- <http://www.tourschool.co/reseña>
- <https://www.ccb.org.co/>
- <http://www.ambientebogota.gov.co/>
- <http://168.176.239.58/cursos/eLearning/dnp/2/html/contenido-2.2.2-estudio-legal.html>