



**EDAD DE ORO S.A.S**

Jessica Paola Novoa Córdoba

Oscar Mauricio Triana Rojas

Dahyana Maritza Roa Yepes

**CONTACTO**

**Correo:** Edaddeoro@hotmail.com

**Facebook:** Edad de oro

**Instagram:** @Edaddeoro

**Twitter:** @Edaddeoro

**WhatsApp:** +57 3124675522

## TABLA DE CONTENIDO

COMPROMISO DEL AUTOR.....	4
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	6
RESUMEN EJECUTIVO.....	6
INTRODUCCIÓN.....	7
JUSTIFICACIÓN .....	9
OBJETIVO GENERAL.....	10
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
CLAVES PARA EL ÉXITO .....	11
1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	12
1.1 CUÁL ES EL PRODUCTO O SERVICIO .....	12
1.2 QUIÉN ES EL CLIENTE POTENCIAL.....	12
1.3 CUÁL ES LA NECESIDAD .....	12
1.4 CÓMO .....	13
1.5 POR QUÉ LO PREFERIRÁN.....	13
1.6 CUÁL ES EL FACTOR INNOVACIÓN.....	13
2. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA .....	16
2.1 QUIENES SOMOS .....	16
2.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	17
2.3 SISTEMA EMPRESARIAL .....	17
3. PORTAFOLIO .....	18
4. DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO .....	25
4.1 OBJETIVOS ESTRETEGICOS .....	25
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	25
4.3 FUTURO PREFERIDO .....	26
4.4 VISIÓN .....	26
4.5 MISIÓN .....	27
4.6 VALORES .....	27
4.7 INDICADORES DE DESEMPEÑO .....	28
4.8 CADENA DE VALOR .....	29
5. ORGANIGRAMA .....	30
5.1 MANUAL DE FUNCIONES .....	30
6. ESTUDIO LEGAL .....	35
6.1 IMPUESTOS.....	38
6.2 BENEFICIOS.....	40
7. ESTUDIO FINANCIERO.....	41
7.1 PLAN DE INVERSIÓN .....	41
7.2 PLAN DE FINANCIACION.....	43
7.3 COSTOS .....	44

7.4	GASTOS .....	45
7.5	INGRESOS.....	47
7.5.1	PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	47
7.5.2	SIMULADOR .....	48
7.6	ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO .....	53
7.7	ESTADO DE RESULTADOS .....	54
7.8	BALANCE GENERAL .....	56
7.9	FLUJO DE CAJA .....	59
7.10	INDICADORES DE EVALUACIÓN .....	60
8.	CONCLUSIONES .....	63
9.	LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES .....	65
10.	BIBLIOGRAFIA Y ANEXOS .....	67

### TABLA DE ILUSTRACIONES

Tabla 1:	APORTE SOCIOS .....	41
Tabla 2:	PLAN DE INVERSION EDAD DE ORO .....	41
Tabla 3:	DETALLE APOORTE SOCIOS .....	42
Tabla 4:	DETALLE PLAN DE FINANCIACIÓN EDAD DE ORO .....	43
Tabla 5:	COSTO UNITARIO POR PRODUCTO TURÍSTICO .....	44
Tabla 6:	COSTO TOTAL DE PRODUCTOS POR MES .....	45
Tabla 7:	INFORME DE GASTOS EDAD DE ORO .....	46
Tabla 8:	NOMINA EDAD DE ORO.....	47
Tabla 9:	PRESUPUESTO DE INGRESOS - VENTAS .....	48
Tabla 10:	SIMULADOR.....	51
Tabla 11	PUNTO DE EQUILIBRIO .....	53
Tabla 12	ESTADO DE RESULTADOS .....	54
Tabla 13	BALANCE GENERAL.....	56
Tabla 14	FLUJO DE CAJA.....	59
Tabla 15	INDICADORES DE EVALUACIÓN .....	60

### COMPROMISO DEL AUTOR

Yo Jessica Paola Novoa Córdoba identificada con C.C 1.014.280.51 estudiante del programa Administración Turística y Hotelera declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: 

### COMPROMISO DEL AUTOR

Yo Oscar Mauricio Triana Rojas identificado con C.C 1.014.265.493 estudiante del programa Diseño Gráfico declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: 

### COMPROMISO DEL AUTOR

Yo Dahyana Maritza Roa Yepes identificada con C.C 1.014.195.083 estudiante del programa Administración turística y hotelera declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

*Dahyana Roa*

## **PRESENTACIÓN DEL PROYECTO**

### **RESUMEN EJECUTIVO**

EDAD DE ORO es una agencia de viajes S.A.S la cual está legalmente constituida y registrada ante la Cámara de Comercio y Registro Nacional de Turismo (RNT), con un amplio portafolio de experiencias y destinos, donde se exaltan los servicios que ofrecemos como agencia en cada uno de los planes turísticos y de entretenimiento, con temáticas experienciales estratégicamente diseñados para proveer a los clientes (adultos mayores) vivencias únicas de contacto con las tradiciones e idiosincrasia del destino que decida visitar, con la total intención de satisfacer las necesidades de ocio, descanso y aventura, a través de una experiencia interesante, divertida y a su vez pedagógica y educativa.

Los planes turísticos que se ofrecen en EDAD DE ORO incluyen tanto pasa días como largas estadías, en donde los usuarios podrán disfrutar de planes ecológicos, recreativos, históricos y culturales en diferentes ciudades de Colombia, así como en los diferentes municipios que quedan en la sabana de Bogotá, esto de manera personalizada, si así lo prefiere el turista.

Es por ello que desde EDAD DE ORO trabajamos ardua y constantemente en innovar y encontrar distintas formas de llevar las experiencias turísticas, en lugares interesantes que deje recuerdos valiosos a la población del adulto mayor en específico.

## INTRODUCCIÓN

Con la profunda reflexión de ‘¿cómo quisiera pasar mis días de jubilación?’ o ‘¿quisiera hacer muchas cosas que no hice cuando estaba más joven?’, que a menudo se escuchan en todos los hogares, no solo en Colombia, sino del mundo, empezó a germinar aquella semilla que quería cubrir dicha necesidad de la población del adulto mayor, de vivir sus días de retiro experimentando cosas nuevas o conociendo paisajes, que al verlos por televisión o en películas causaban gran ilusión dentro de ellos.

Para nadie es un secreto que la población más adulta o las personas mayores de 60 años, ven los planes de entretenimiento desde otra perspectiva, pues los espacios tranquilos con una cultura gastronómica distinta y actividades educativas o enriquecedoras suelen ser muy atractivos; a diferencia de la población universitaria, por ejemplo. Sin generalizar los comportamientos, pero con la intención de brindar una experiencia de calidad que cumpla con las expectativas de cada turista, se vio la idea de crear una agencia de viajes que atrajera a la población del adulto mayor, público que la vería como el referente de confianza y entretenimiento para sus visitas a nuevos destinos.

Se creó entonces EDAD DE ORO SAS dentro del sector turístico, una agencia construida por Dahyana Maritza Roa Yepes, Oscar Mauricio Triana Rojas y Jessica Paola Novoa Córdoba, tres jóvenes administradores turísticos y hoteleros colombianos, que a través de su emprendimiento pretenden ofrecer de manera especializada planes turísticos y de entretenimiento para el adulto mayor a nivel nacional, direccionando los servicios y brindarle a cada uno de sus clientes, vivencias únicas y diseñadas con base a sus

necesidades y enfocadas a promover la participación continua del adulto mayor en la sociedad.

Una agencia de viajes con altos estándares de calidad, respeto y compromiso, la cual cuenta con un equipo altamente calificado que está a disposición de nuestros clientes, con el fin de generar una cadena de valor enfocada a la sostenibilidad y sustentabilidad, teniendo una responsabilidad social con el medio ambiente y una política que respalda y enfatiza en el cuidado y preservación de cada uno de los destinos a visitar.

**Entre los servicios principales están:**

- Planes turísticos y de entretenimiento exclusivos para el adulto mayor (estándar).
- Planes de acuerdo con el gusto e interés de los clientes (personalizado).
- Guianza y logística especializada en servicios al adulto mayor.

El diseño del logo se basó en la mezcla de colores cálidos, asociados a la sensación de alta temperatura (amarillo) y fríos, asociados a una sensación térmica baja (azul) <sup>1</sup> con lo que se quiere resaltar la diversidad de climas o lugares de los destinos a lo largo del territorio nacional que ofrece la agencia. Así mismo, se genera un juego con la tipografía dando una sutil silueta de un hombre de edad mayor, acompañada de unas palmeras cocoteras, símbolo de los ambientes caribeños o paradisíacos de nuestro país. El slogan '*Un escape al lugar ideal*' quiere transmitir la promesa de valor de cada viaje, en el cual el cliente final al llegar a su destino, lo contemplará como el lugar ideal debido a la facilidad de acceder a planes personalizados según sus deseos. **(Diferenciados, s.f.)**

---



## JUSTIFICACIÓN

A finales del año 2019 el Mincit (Ministerio de Comercio) reportó que Colombia había generado las cifras más alentadoras en materia de turismo de su historia, el Ministerio declaró que durante este año se evidenció un crecimiento del 3.7% en ingresos nominales de las agencias de viajes y un crecimiento del 2.7% del turismo receptivo más que lo que se evidencia en otros países de Latinoamérica. (**Ministerio de Comercio de Colombia, 2020**)

Estas cifras ratifican que el turismo es un impulso económico importante para la actividad del país y que si bien se reflejan los diversos esfuerzos privados y públicos que se han realizado, también evidencia que hay un camino largo por recorrer para fortalecer las empresas que conforman el sector y mejor aún, los diferentes aspectos que Colombia como país atractivamente turístico necesita resaltar.

Es por ello, que nuestro proyecto se basa en explorar y dinamizar un sector poblacional que en temas de participación turística no es tan común: los adultos mayores, o las personas que tienen 60 años de edad o más, segmento de la población que en el 2019 representaba el 13.2% de la totalidad de población en el país, según lo indica MinSalud (**Minsalud, 2018**).

Es importante contribuir con la Ley 1438 de 2011 para brindarle al adulto mayor garantías de seguridad, cumplimiento de una vejez digna, cumpliendo con el mejoramiento constante de nuestra oferta y valor agregado. (Minsalud.2015), ya que los adultos mayores, por su momento de vida son personas que se encuentran finalizando su vida laboral productiva, se encuentran en un ciclo de vida determinado como nido vacío y llegando a la

jubilación o a la comúnmente conocida ‘vida de pensionado’, y teniendo en cuenta que el 37% de la población mayor se pensiona en Colombia, vemos que es un público potencial al cual se le puede suplir su necesidad de ocio, relajación, diversión y de vivir experiencias nuevas, cuando decide viajar.

Teniendo en cuenta que este segmento poblacional, busca servicios turísticos que estén a la altura de sus expectativas y necesidades físicas, se identifica la necesidad de crear una agencia en el sector turístico que se preocupe por diseñar y ofrecer itinerarios acordes a su edad y motivación, con planes ajustables, diversidad de destinos y por supuesto, con la garantía que se espera cuando se paga por un servicio.

Es por ello que EDAD DE ORO, reúne sus esfuerzos en ofrecer planes y experiencias que garanticen a su comprador, vivir un momento inolvidable en el destino de su elección, desarrollando las actividades que lo motiven a seguir viajando y recorriendo su país. De esta manera, promovemos el crecimiento de nuestro sector, generando economía y dejando una huella en el corazón de nuestros distinguidos clientes.

### **OBJETIVO GENERAL**

Brindar una experiencia turística innovadora, personalizada y con los más altos estándares de seguridad, servicio y calidad al adulto mayor por medio de la agencia EDAD DE ORO la cual le permita a esta población una participación activa ante la sociedad.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Generar espacios de esparcimiento y recreación a los adultos mayores por medio de la prestación de nuestros servicios turísticos.
2. Innovar constantemente nuestros planes turísticos para que los clientes se sientan a gusto y puedan tener un excelente servicio y así generar una fidelidad con la agencia.
3. Motivar a nuestros clientes potenciales a mantenerse activos en la sociedad, por medio de la participación en el sector turístico que les permita mejorar su calidad de vida.

## **CLAVES PARA EL ÉXITO**

- EDAD DE ORO a diferencia de otras agencias de viaje, diseña y ejecuta planes turísticos pensados exclusivamente en el adulto mayor según sus gustos y necesidades.
- Al ser una agencia dedicada a la prestación de servicios turísticos exclusivos para el adulto mayor, lograremos una alta acogida y participación de esta población ya que se brindará un servicio innovador y de alta calidad.
- Nuestros clientes potenciales recibirán beneficios por su participación y fidelización con la empresa.
- Generar alianzas estratégicas permitirá promover el bienestar del adulto mayor y la innovación constante de EDAD DE ORO con el fin de brindar una excelente atención a nuestros clientes.

## **1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO**

### **1.1 CUÁL ES EL PRODUCTO O SERVICIO**

EDAD DE ORO S.A.S es una agencia de viajes que diseña y ejecuta planes turísticos y de entretenimiento con temáticas experienciales, buscando proveer a los clientes (población adulto mayor) vivencias únicas de contacto con las tradiciones e idiosincrasia del sector que se visite, a través de un componente pedagógico y exclusivo, en donde cada servicio está enfocado y diseñado para ellos de acuerdo a sus gustos y temas de interés, con el fin de promover una participación activa en la sociedad y una educación continua a través de las experiencias con el fin de contribuir en su calidad de vida.

### **1.2 QUIÉN ES EL CLIENTE POTENCIAL**

Nuestro cliente potencial es el adulto mayor, el cual corresponde a hombres y mujeres que se encuentren entre los 60 y los 80 años de edad, que muestren interés por los viajes, planes de ocio, planes de relajación, jubilación, tiempo en familia, y afines.

### **1.3 CUÁL ES LA NECESIDAD**

Observando que la mayoría de las agencias de viajes están dedicadas a ofrecer un portafolio servicios turísticos generales y normalmente dirigidos a la población más joven, los cuales incluyen actividades extremas, dejando de lado al adulto mayor el cual tiene necesidades distintas a las que ofrecen estas agencias.

Es por ello, que EDAD DE ORO ve la oportunidad de crear servicios turísticos que logren otorgar una inclusión a esta población y que les permita ser partícipes de estos servicios, con la certeza de que están pensados y creados exclusivamente para ellos teniendo en cuenta sus gustos e intereses, con el fin de contribuir en mejorar su calidad de vida y evitar el sedentarismo y complicaciones en su salud.

#### **1.4 CÓMO**

Generando una reputación y alcance lo suficientemente resonante para convertirnos en referente como agencia de viajes nacional enfocada a la población del adulto mayor, por medio del diseño y ejecución de planes turísticos y de entretenimiento que garanticen una experiencia única y significativa para esta población, teniendo la certeza de que nuestro servicio se va a brindar de manera responsable y profesional.

#### **1.5 POR QUÉ LO PREFERIRÁN**

Porque a diferencia de las otras agencias de viajes, EDAD DE ORO innova con la prestación de un servicio enfocado en el adulto mayor en donde se diseña y ejecuta planes turísticos pensados exclusivamente en los gustos y necesidades de nuestros clientes.

#### **1.6 CUÁL ES EL FACTOR INNOVACIÓN**

Como factor innovador tenemos una agencia de viajes exclusiva para el adulto mayor, en donde se prestará el servicio de planes turísticos diseñados y ejecutados por la empresa, tanto grupales como individuales, además de esto podrán gozar del privilegio que la empresa les cree planes turísticos personalizados acordes a las preferencias del cliente.

Visto el paquete turístico como un conjunto de servicios que se ofrecen a los diferentes clientes, buscando brindar un confort y tranquilidad sobre los productos adquiridos, es un todo incluido donde el viajero encontrará, alimentación, hospedaje, ingreso a las diferentes actividades, transporte y seguro. (Jiménez, 2006, pág. 13). EDAD DE ORO ofrece los siguientes planes:

**Los planes grupales:** serán diseñados y ejecutados directamente por EDAD DE ORO a través de sus proveedores y con acompañamiento de uno de nuestros asesores y apoyos médicos.

- Diseño y ejecución EDAD DE ORO
- Precios asequibles
- Lugares a visitar Bogotá (Sabana de Bogotá) y Cundinamarca
- Acompañamientos de guías turísticos y apoyo médico
- Servicios puerta a puerta para salidas y llegadas
- Integración con población de la misma edad
- Posibilidad de viajar con un acompañante
- Facilidades de pago
- Obsequios y promociones por fidelidad

**Los planes personalizados:** serán paquetes exclusivos diseñados según el requerimiento y gusto del cliente, teniendo en cuenta excepciones y restricciones médicas, contando con el acompañamiento de nuestros asesores y apoyo médico.

- Diseños de paquetes según requerimientos del cliente
- Ejecución por parte de EDAD DE ORO
- Los planes turísticos se pueden diseñar para una o más personas; si lo desea

individual puede adquirir el acompañamiento por parte de uno de los guías especializados de nuestra agencia.

- Los lugares a visitar podrán ser en toda Colombia, con excepciones dependiendo la disponibilidad y convenios con la agencia.
- Precios acordes con el plan que se va a diseñar
- Facilidades de pago
- Acompañamientos de guías turísticos y apoyo médico
- Obsequios y promociones por fidelidad
- Servicios puerta a puerta para salidas y llegadas

**Imagen del servicio – Planes Turísticos** (publicidad creada por EDAD DE ORO)



INFO: EDADDEORO@HOTMAIL.COM

CEL: 3124675522



CEL: 3124675522

INFO: EDADDEORO@HOTMAIL.COM

## 2. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

### 2.1 QUIENES SOMOS

EDAD DE ORO es una agencia de viajes S.A.S minorista, dedicada a la prestación de servicios turísticos y de entretenimiento especializados y exclusivos para el adulto mayor, direccionada a brindarle oportunidades únicas, diseñadas y enfocadas a promover la participación continua del adulto mayor en la sociedad.

#### Marca

“EDAD DE ORO” PLANES TURISTICOS

#### Logo



#### Slogan

“UN ESCAPE AL LUGAR IDEAL”



## 2.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA

Nuestra actividad económica está enfocada en la venta de servicios intangibles como lo son planes turísticos y de entretenimiento.

### CIIU 7911 actividades de las agencias de viaje

Esta clase incluye las actividades de las agencias de viajes, principalmente encargadas de la venta de viajes, paquetes turísticos, transporte y servicios de alojamiento al por mayor o por menor al público en general y a clientes comerciales.

## 2.3 SISTEMA EMPRESARIAL

Nuestra empresa se basa en el diseño y ejecución de planes turísticos diseñados exclusivamente para el adulto mayor, teniendo en cuenta sus preferencias, recomendaciones y limitaciones.

**Producción:** Diseño de paquetes turísticos por medio de la parte administrativa con acompañamiento de los asesores comerciales y el guía turístico.

**Financiación:** Se realizará con un aporte de los 3 socios y participación con el porcentaje del 40%, 30% y 30%.

**Comercialización:** se tendrá una sede principal en físico y se soportará por medios digitales, la voz a voz y unas carpas móviles las cuales estarán ubicadas en puntos estratégicos de la ciudad, donde los asesores comerciales estarán a disposición de los clientes para brindar la información de todos nuestros servicios.

**Organización:** Cumpliendo con las funciones establecidas por cada uno de los miembros de la organización, EDAD DE ORO contará con su parte administrativa, de marketing y publicidad, y el área comercial.

### 3. PORTAFOLIO

A continuación, se presenta el portafolio de servicio de la agencia EDAD DE ORO





## ¿QUIENES SOMOS?

Una empresa del sector turístico, que desarrolla planes turísticos y de entretenimiento, especializados para el adulto mayor. Direccionada a brindarle oportunidades únicas, diseñadas y enfocadas a promover la participación continua del adulto mayor en la sociedad.

### Misión

Establecemos planes turísticos para adultos mayores enfocados en crear espacios de esparcimiento y recreación con altos estándares de calidad, respeto y compromiso, contando con un equipo altamente calificado, que esta a disposición de nuestros clientes.

### Visión

Como proyección a largo plazo, seremos una empresa líder a nivel local en la prestación del servicio de planes turísticos y de recreación para el adulto mayor, siendo altamente sostenible con alianzas estratégicas para promover el bienestar y la innovación, con el fin de brindar una mejor atención a nuestros clientes y grupos de interés.

Imagen de stock: <https://www.freepik.es/foto-vectores-gratis/personas> Foto de personas creado por freepik - [www.freepik.es/](https://www.freepik.es/)




## SERVICIOS PRINCIPALES

- Planes turísticos y de entretenimiento exclusivos para el adulto mayor.
- Planes personalizados de acuerdo al gusto e interés de los clientes.
- Guianza y logística especializada en servicios al adulto mayor.

### Planes

- Plan ciudad.
- Plan ecológico.
- Plan sabana de Bogotá
- Plan centros recreativos y de entretenimiento
- Plan personalizado



# Plan Ciudad Museos

Museo del oro  
Museo de Botero  
Museo de la Moneda

## Valor

No afiliados \$ 30.000  
Afiliado \$ 25.000

Fotografía de <https://www.fotografias.com/museo-del-oro/>

# Incluye

- Salida punto de encuentro 9:00 am
- Duración del recorrido 3 horas
- Recorrido dirigido por el museo del oro (conservación y exposición de piezas de orfebrería y alfarería de culturas indígenas precolombinas)
- Recorrido dirigido por el museo Botero (obras originales del maestro Fernando Botero)
- Recorrido histórico por la evolución de la imprenta nacional (monedas y billetes)
- Refrigerio
- Transporte
- Obsequio registro fotográfico
- Tarjeta de asistencia médica

Sujeto a condiciones y restricciones





Fotografía de <https://www.visitbogota.com/turismo/visitas/museo-botero>

Fotografía de <https://www.visitbogota.com/turismo/visitas/museo-del-oro>

Fotografía de <https://www.visitbogota.com/turismo/visitas/museo-de-la-moneda>





# Plan ecológico Jardín Botánico

José Celestino Mutis  
Bogotá

## Valor

No afiliados \$ 30.000

Afiliado \$ 25.000

## Incluye

- Salida punto de encuentro 9:00 am
- Duración del recorrido 2 horas
- Recorrido dirigido por las instalaciones del jardín (rutas ecológicas y sendero del agua)
- Participación en actividades culturales ( sujeto a temática del lugar)
- Refrigerio
- Transporte
- Obsequio registro fotográfico
- Tarjeta de asistencia medica

Sujeto a condiciones y restricciones





## Plan sabana de Bogotá Aguas termales En Tabio

# Valor

No afiliados \$ 80.000

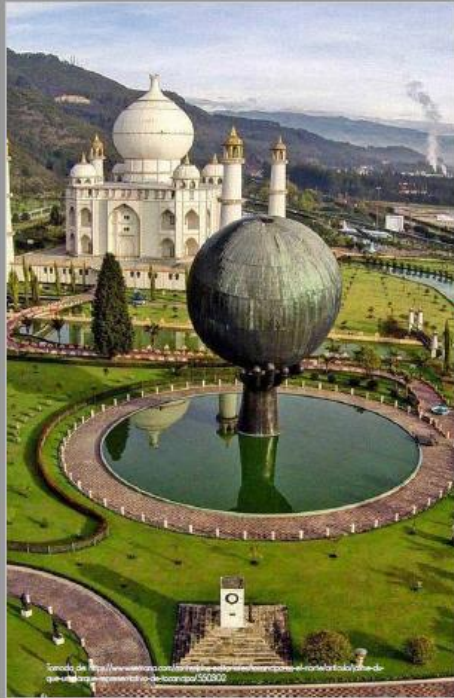
Afiliado \$ 75.000

## Incluye

- Salida punto de encuentro 9:00 am
- Duración del plan 6 horas aproximadamente
- Ingreso a las instalaciones, uso de las piscinas (turística y medicinal), jacuzzi y baños turcos
- Recorrido por el jardín botánico de Tabio (caminata ecológica)
- Participación en actividades culturales (sujeto a temática del lugar)
- Refrigerio y almuerzo típico
- Transporte
- Obsequio registro fotográfico y recuerdo artesanal
- Tarjeta de asistencia médica

Sujeto a condiciones y restricciones





Plan Centro recreativo  
y de entretenimiento

## Parque Jaime Duque

# Valor

No afiliadas \$ 130.000

Afiliado \$ 120.000

## Incluye

- Salida punto de encuentro 8:00 am
- Duración del plan 8 horas aproximadamente
- Ingreso a las instalaciones del parque
- Recorrido y uso de las atracciones (edificio el cóndor, monumento a Dios, tren panorámico, avión, trajes del mundo, entre otros)
- Entrada al zoológico del parque (recorrido dirigido)
- Refrigerio y almuerzo
- Transporte
- Obsequio 3 registros fotográficos
- Tarjeta de asistencia médica

Sujeto a condiciones y restricciones







## Plan Personalizado Eje Cafetero

Termales santa rosa de cabal  
Municipio de Salento  
Parque del Café

# Valor

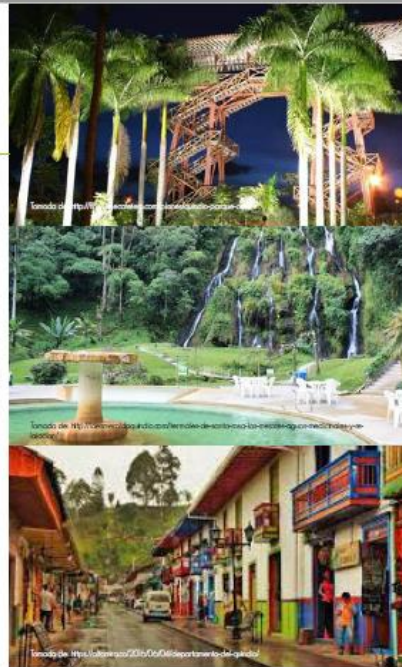
No afiliados \$ 750.000

Afiliado \$ 700.000

## Incluye

- Salida punto de encuentro 6:00 am
- Alojamiento 2 Noches 3 Días
- Desayuno, almuerzo y cena
- Termales de santa rosa de cabal
- Pasaporte Múltiple al Parque del Café (Atracciones Limitadas)
- Visita al municipio de Salento ( pueblo artesanal)
- Impuestos y Seguro hotelero
- Transporte via terrestre
- Obsequio 3 registros fotográficos y recuerdo artesanal
- Tarjeta de asistencia medica

Sujeto a condiciones y restricciones







## 4. DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

### 4.1 OBJETIVOS ESTRETEGICOS

Diseñar y ejecutar planes turísticos y de entretenimiento exclusivos para el adulto mayor, con el fin de brindar una experiencia incluyente que les permita a nuestros clientes ser participantes activos de la sociedad.

### 4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generar espacios de esparcimiento y recreación a los adultos mayores por medio de la prestación de nuestros servicios turísticos.
- Innovar constantemente nuestros planes turísticos para que los clientes se sientan a

gusto y puedan tener un excelente servicio y así generar una fidelidad con la agencia.

- Motivar a nuestros clientes potenciales a mantenerse activos en la sociedad, por medio de la participación en el sector turístico que les permita mejorar su calidad de vida.

### **4.3 FUTURO PREFERIDO**

Desde EDAD DE ORO queremos desarrollar tanto productos como servicios innovadores para el público objetivo, sin que esto implique caer en elevados costos, sino por el contrario, tener una oferta competitiva en el mercado que nos haga figurar como una agencia turística referente para este sector poblacional. Así mismo, forjar un equipo de trabajo humano, propositivo y comprometido con los valores y objetivos de la agencia.

### **4.4 VISIÓN**

Obtener un reconocimiento de liderazgo y empoderamiento en el sector turístico como una agencia innovadora, líder a nivel nacional en la prestación del servicio de planes turísticos y de entretenimiento para el adulto mayor, altamente sostenible y sustentable, con alianzas estratégicas para promover el bienestar de los clientes y la innovación constante de la agencia, con el fin de brindar una excelente atención a nuestros clientes.

## 4.5 MISIÓN

Posicionar a EDAD DE ORO como la agencia de viajes referente a nivel nacional para el adulto mayor, en donde se diseñan y ejecutan planes turísticos enfocados en crear ambientes de esparcimiento y recreación, manejando un presupuesto acorde, con altos estándares de calidad, respeto y compromiso, contando con un equipo altamente calificado, que está a disposición de nuestros clientes.

## 4.6 VALORES

**Respeto:** Tener veneración, aprecio y reconocimiento tanto con nuestros clientes finales como con nuestros proveedores y colaboradores.

**Amor:** Hacer nuestras funciones con amor propio y hacia los demás.

**Justicia:** Buscamos el equilibrio de beneficios propios y el de la sociedad, logrando ser justos y equitativos con nuestras decisiones, acciones y motivaciones.

**Honestidad:** Estamos comprometidos con el desarrollo de nuestras actividades, demostrando respeto por nosotros mismos, por el grupo de trabajo, por nuestros clientes y por la sociedad en general.

**Responsabilidad:** Somos conscientes sobre las implicaciones internas y externas, los alcances y los aspectos críticos que conllevan nuestras acciones.

## 4.7 INDICADORES DE DESEMPEÑO

MIDEN:

### 1. Margen de Ganancia

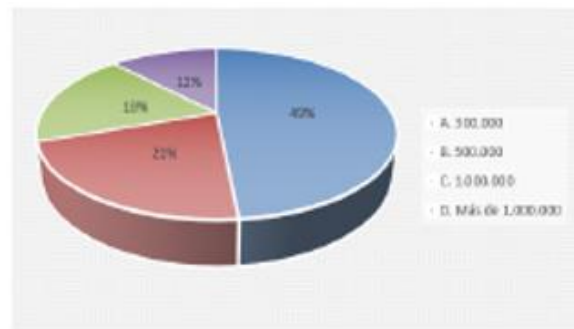
a través de este indicador podremos saber el % de beneficio que alcance la agencia, sobre cada producto turístico que se venda.

Para poder determinar cuál es el Margen, lo que primero determinaremos será la ganancia de cada reserva, la cual obtendremos sacando la diferencia entre la venta menos el costo después ese valor lo dividiremos en el precio de venta y ya obtendremos el margen.

8. ¿Que presupuesto invertiría usted para participar en los planes turísticos y de entretenimiento?

- A. 300.000
- B. 500.000
- C. 1.000.000
- D. Más de 1.000.000

16  
7  
6  
4



### 2. Ratio de Conversión de Reservas

Corresponde al % de Reservas confirmadas sobre el total de Reservas (en proceso + confirmadas). por medio de este indicador podremos llevar un control sobre la cantidad de cotizaciones que se hayan realizado y cuantas fueron efectivas para nuestra agencia.

### 3. Flujo Neto de Caja

siendo uno de los indicadores financieros más importantes para la agencia ya que mediante este se verá reflejado los ingresos que entraran a la agencia.

MEJORA:

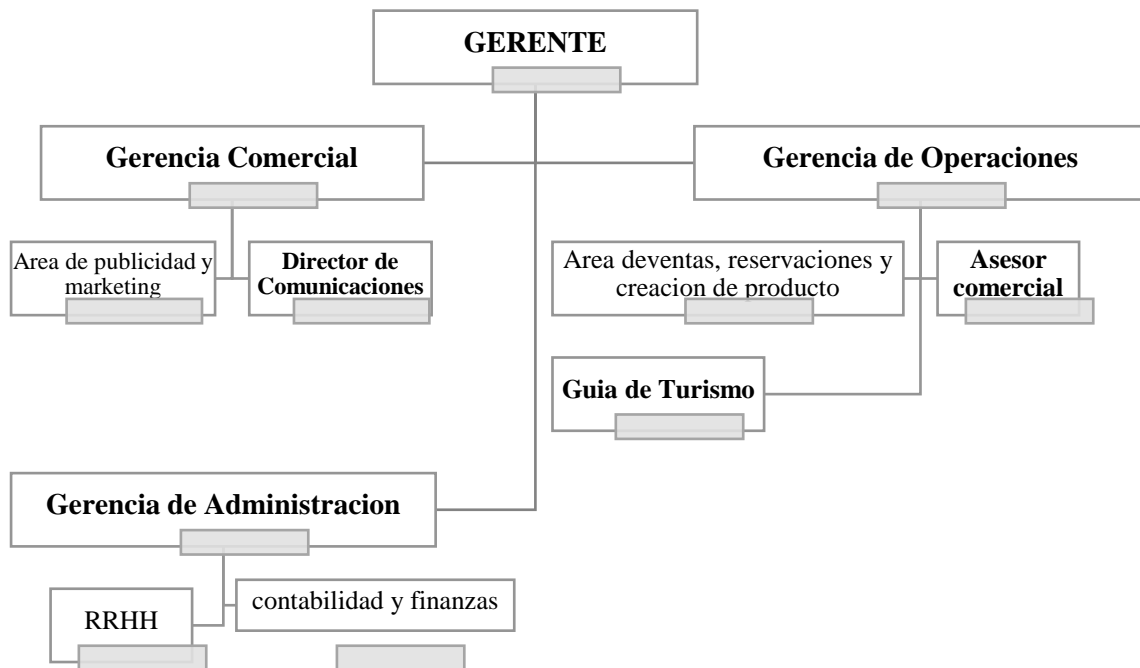
#### 4. Retención de clientes

Medir la retención de clientes es importante para asegurar el crecimiento de la agencia de viajes. El principio de Pareto o la famosa regla 80/20 nos puede ayudar en este caso: el 20 % de mis clientes más leales e importantes son los que aportan el 80% del negocio total. En este punto, la clave es asegurarse de que estamos enfocados en la lealtad y retención del cliente.

#### 4.8 CADENA DE VALOR



## 5. ORGANIGRAMA



### 5.1 MANUAL DE FUNCIONES

<b>PERFIL DEL CARGO</b>
<b><u>Antecedentes Generales</u></b>
<b>Nombre Del Cargo:</b> GERENTE GENERAL
<b>Dependencia:</b> Gerencia administrativa - Transversal
<b><u>Requisitos Formales</u></b>
<b>Estudios Formales:</b> Profesional en Administración de Empresas, especializado en sector turístico y hotelero.
<b>Estudios de Especialización:</b> Gerencia de proyecto y afines.

**Trayectoria:** Experiencia en agencias de viajes o turismo, creando e implementando planes de innovación.

**Conocimiento:** Temas financieros y de estrategia de ventas

Metas y objetivos

**Experiencia:** Más de 3 años en cargos ejecutivos o gerenciales

**Otros:** Perfil Bilingüe (inglés)

#### **Objetivos Del Cargo**

- Planificar los objetivos generales y específicos de la oficina local.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro.
- Aprobar y dar seguimiento a los planes de innovación de producto de la agencia.
- Generar nuevas relaciones de negocio para la agencia

#### **Principales Funciones**

- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Controlar las actividades planificadas.
- Fomentar la adecuada comunicación entre los diferentes mandos medios.
- Velar por un buen clima laboral.

#### **Competencias**

Administración de recursos, planificación de Estrategias y acciones, cumplimiento de KPI entre otras.

### **PERFIL DEL CARGO**

#### **Antecedentes Generales**

**Nombre Del Cargo:** DIRECTOR DE COMUNICACIONES

**Dependencia:** Gerencia comercial - Área Publicidad y marketing

#### **Requisitos Formales**

<p><b>Estudios Formales:</b> Profesional en Diseño gráfico y piezas digitales</p> <p><b>Estudios de Especialización:</b> marketing y publicidad.</p>
<p><b>Trayectoria:</b> Experiencia en diseño de piezas gráficas para productos btl, atl y digitales.  <b>Conocimiento:</b> Estrategias de venta, marketing, publicidad y desarrollo de marca.</p> <p style="text-align: center;">Metas y objetivos</p>
<p><b>Experiencia:</b> Más de 2 años en cargos similares</p>
<p><b>Otros:</b> Manejo de programas de la suite de adobe (Photoshop, ilustrator, in design etc.), conocimientos básicos en animación o multimedia.</p>
<p><b>Objetivos Del Cargo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar los procesos de producción en los planes de innovación de producto de la agencia.</li> <li>• Estar a cargo de todo el diseño de los materiales digitales y demás piezas creativas que solicite el departamento de ventas, y marketing.</li> </ul>
<p><b>Principales Funciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de piezas graficas requeridas por el departamento de Ventas y Marketing.</li> <li>• Diseño y manejo de todas las redes sociales, página web, con su respectivo contenido y publicidad.</li> <li>• Desarrollo de marca de la agencia.</li> </ul>
<p><b>Competencias</b>  Administración de recursos, planificación de Estrategias y acciones, cumplimiento de KPI entre otras.</p>

<b>PERFIL DEL CARGO</b>
<b><u>Antecedentes Generales</u></b>
<b>Nombre Del Cargo:</b> GUÍA TURÍSTICO
<b>Dependencia:</b> Gerencia de operaciones: Área de ventas, reservas y creación de producto.



### **Requisitos Formales**

**Estudios Formales:** Técnico/Tecnólogo en guianza turística y afines.

**Estudios de Especialización:** Profesional en Guía, Información y Asistencia Turística.

**Trayectoria:** Experiencia en recorridos turísticos a nivel nacional.

**Conocimiento:** Historia y cultura, geografía turística, atractivos turísticos, atención al cliente.

Metas y objetivos

**Experiencia:** Más de 2 años en cargos similares

**Otros:** Perfil Bilingüe (inglés) y Tarjeta profesional como guía de turismo.

### **Objetivos Del Cargo**

- Apoyar los procesos de producción y ejecución en los planes de innovación de producto de la agencia.
- Garantizar los itinerarios estipulados por cada plan turístico.

### **Principales Funciones**

- Organización y seguimiento en todos los recorridos de los planes ofertados.
- Liderazgo y ejecución en los itinerarios turísticos ya diseñados.
- Personal polifuncional.
- Manejo de grupos y atención al cliente.
- Cumplir con los estándares de calidad estipulados por la agencia para cada recorrido turístico.

### **Competencias**

Administración de recursos, planificación de Estrategias y acciones, cumplimiento de KPI entre otras.

## **PERFIL DEL CARGO**

### **Antecedentes Generales**

<b>Nombre Del Cargo:</b> ASESOR COMERCIAL
<b>Dependencia:</b> Gerencia de operaciones: Área de ventas, reservas y creación de producto.
<b><u>Requisitos Formales</u></b>
<b>Estudios Formales:</b> Profesional en Gestión Comercial.  <b>Estudios de Especialización:</b> Gestión Comercial y Marketing
<b>Trayectoria:</b> Experiencia en liderazgo de equipos de trabajo, manejo en temas comerciales y marketing.  <b>Conocimiento:</b> atención al cliente, manejo y control comercial de marketing.  Metas y objetivos
<b>Experiencia:</b> Más de 2 años en cargos similares
<b>Otros:</b> Perfil Bilingüe (inglés)
<b>Objetivos Del Cargo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar los procesos de venta en los planes de innovación de producto de la agencia.</li> <li>• Garantizar el servicio con altos estándares de calidad estipulados por la agencia.</li> <li>• Dar un manejo adecuado a las finanzas, presupuesto y gastos de la agencia.</li> <li>• Liderar el equipo comercial</li> </ul>
<b>Principales Funciones</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar seguimiento a las cotizaciones y hacer cierre positivo de las mismas.</li> <li>• Gestión de venta y proyección.</li> <li>• Estrategias de marketing para atraer a los posibles clientes.</li> <li>• Estrategias de fidelización con los clientes ya existentes.</li> <li>• Personal polifuncional.</li> <li>• Atención y manejo estratégico del cliente.</li> <li>• Cumplir con los estándares de calidad estipulados por la agencia en cada venta.</li> </ul>
<b>Competencias</b> Administración de recursos, planificación de Estrategias y acciones, cumplimiento de KPI entre otras.

## 6. ESTUDIO LEGAL

EDAD DE ORO está constituida legalmente como S.A.S, y las siguientes leyes mencionadas son las que rigen las agencias de viaje.

Garantizamos el cumplimiento de las NTC 4139, 4695,4960 la GTC 87, donde nos comprometemos a garantizar el cumplimiento de las normas y guías técnicas establecidas en el país para el buen funcionamiento de nuestra agencia, así como la seguridad de cada uno de nuestros clientes, los cuales deposita su confianza en nuestras instalaciones y productos. (Mincit 1999).

- Ley 1171 2007, Tiene por objeto conceder a las personas mayores de 62 años beneficios para garantizar sus derechos a la educación, recreación a la salud y propiciar un mejoramiento en sus condiciones generales de vida.

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Decreto 2438, 09-07-2010, por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las Agencias de Viajes en la prestación de servicios turísticos. (Mincit 1999)

- Mediante Decreto 053 de 2002, el Gobierno Nacional reglamentó la prestación de los servicios turísticos de las agencias de viajes, con el objetivo de proteger los derechos de los usuarios.

- Artículo 69 de la Ley 300 de 1996, promovió la Unidad Sectorial de Normalización de Turismo Sostenible, la cual se ha dedicado a elaborar las Normas Técnicas Sectoriales de Turismo Sostenible con la finalidad de dar cumplimiento a los principios de calidad turística y sostenibilidad.

**ACTA DE APERTURA DE SUCURSAL O AGENCIA DE UNA S.A.S.  
AGENCIA VIAJES – EDAD DE ORO**

Acta No.   01  

En la ciudad de Bogotá, siendo las 10:00 A.M., del día 14 de septiembre del año 2020, se reunió la totalidad de los accionistas de la sociedad EDAD DE ORO S.A.S. para adelantar la reunión ordinaria, atendiendo la convocatoria efectuada de conformidad con los estatutos y la ley, convocatoria efectuada por JESSICA PAOLA NOVOA CORDOBA, de manera verbal, para desarrollar el siguiente orden del día:

*Llamado a lista y verificación de quórum.*

*Designación presidente y secretario para la reunión*

*Apertura de la AGENCIA - EDAD DE ORO S.A.S*

*Nombramiento de administrador*

*Lectura y aprobación del acta*

**DESARROLLO DEL ACTA**

**1. Llamado a lista y verificación de quórum.**

Se verificó la presencia del quórum estatuario para poder deliberar y decidir, toda vez que se encuentran presentes en la reunión la totalidad de accionistas quienes representan el 100% de las acciones suscritas, discriminados así:

<b>ACCIONISTA</b>	<b>ACCIONES SUSCRITAS</b>
<b>Jessica Paola Novoa Córdoba</b>	<b>40 %</b>
<b>Oscar Mauricio Triana Rojas</b>	<b>30%</b>
<b>Dahyana Maritza Roa Yepes</b>	<b>30%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

## **2. Designación presidente y secretario para la reunión**

Se designó por unanimidad como PRESIDENTE de la reunión a JESSICA PAOLA NOVOA CORDOBA y como SECRETARIO(a) de la reunión a OSCAR MAURICIO TRIANA ROJAS, identificados como aparece al pie de sus firmas, quienes aceptaron la designación hecha y tomaron posesión de sus cargos.

## **3. Apertura de la AGENCIA DE VIAJES - EDAD DE ORO**

Se procede a hacer la apertura de LA AGENCIA DE VIAJES- EDAD DE ORO de la sociedad conforme a las normas contempladas para cada tipo societario de acuerdo al Código de Comercio, el cual es aprobado por unanimidad de las acciones suscritas presentes.

## **4. Nombramiento de Administrador**

Se nombra como administrador a JESSICA PAOLA NOVOA CORODOBA, identificado con c.c. 1.014.280.517 de Bogotá, quien estando presente manifiesta su aceptación al cargo, para lo cual contará con las siguientes facultades:

- a) Compromiso
- b) Respeto

## **5. Lectura y Aprobación del Acta.**

Sometida a consideración de los accionistas la presente acta fue leída y aprobada por unanimidad y en constancia de todo lo anterior se firma por el presidente y secretario de la reunión, siendo las 06:00 PM horas del día 14 de septiembre del año 2020.

**Presidente**

**JESSICA PAOLA NOVOA CORDOBA**

-----

**C.C. No. 1.014.280.517**

**secretario**

**OSCAR MAURICIO TRIANA ROJAS**

-----

**C.C. No. 1.014.265.493**

## 6.1 IMPUESTOS

EDAD DE ORO está regida por Impuestos, Declaración de renta, Iva, Retención en la fuente, Cámara de comercio, ICA, RNT.

Las agencias de viajes cuentan con un régimen especial tributario que aporta numerosas diferencias en cuanto a la fiscalidad de los intermediarios turísticos.

La mayoría de empresas, se acogen al régimen general tributario, que consiste en repercutir el IVA que corresponda según el importe de la operación y el tipo aplicable (21%, 10% o 4%) excepto en aquellas operaciones que estén exentas del impuesto. De la misma forma los proveedores de bienes y servicios serán encargados de repercutir a dichas empresas el IVA correspondiente.

Este régimen general tiene, entre otras de sus características, la obligatoriedad de expedir y entregar las facturas completas a los clientes con el desglose de la cuota repercutida para que esta pueda ser deducida por el cliente. De forma paralela tenemos el régimen especial de las Agencias de Viaje, que indica que no existe la obligación de presentar en la factura la cuota repercutida de forma separada, por lo cual los clientes no podrán deducirse esa cuota.

Si bien hay que tener en cuenta todos los detalles que hay que llevar a cabo tanto para la creación de empresas, la tramitación de Licencia de Agencia de viajes (requisito obligatorio para operar como intermediario turístico) y contar con un grupo de profesionales especializados en la gestión administrativa de las Agencias de viajes, ya que

el régimen especial de IVA es algo diferente que los regímenes generales para el resto de empresas. Contando con los profesionales en la gestión tanto fiscal, como laboral y contable de Agencias de viaje, tendremos un mayor rendimiento del negocio y evitaremos incurrir en incumplimientos que pueden acarrear pérdidas o sanciones por parte de la Administración Pública.

### **Características fiscales del régimen especial:**

Desde el 1 de enero de 2015 se han producido una serie de cambios en la Legislación vigente. Estos cambios toman en consideración dos aspectos importantes.

- En primer lugar, la base imponible será el margen bruto obtenido por la Agencia de Viajes
- En segundo lugar, en cuanto al IVA soportado en las adquisiciones de Bienes y Servicios: no será deducible en aquellas adquisiciones efectuadas para realizar el viaje, y que redunden directamente en beneficio del viajero. El resto de IVA soportado será deducible.

### **Obligaciones de la facturación de la Agencia de viajes:**

La única obligación a tener en cuenta es que en las facturas deberá constar la mención «régimen especial de las agencias de viajes» ya que no será obligatorio desglosar la cuota repercutida a los clientes, debiendo entenderse que está incluida en el precio final.

Desde los cambios introducidos el 1 de enero de 2015, en el caso de que los destinatarios de bienes y servicios sean empresarios o profesionales con derecho a la deducción, podrá optarse por el régimen general del impuesto. Esta opción deberá

comunicarse al destinatario por escrito de forma previa a la prestación de los servicios y deberá ir correctamente especificada en la factura, donde en ningún caso constará la mención al «Régimen especial de las agencias de viajes».

## **6.2 BENEFICIOS**

Se conseguirán beneficios económicos con el pago de responsabilidades fiscales como el cobro de impuestos al generar empleo para la población con discapacidad o que pertenezcan a alguna minoría étnica; así como en la contratación de practicantes solicitados a la entidad SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje).

Crear alianzas con entidades gubernamentales y públicas que apoyen los procesos de inclusión con la población del adulto mayor, para hacerlos partícipes del sector turístico, generando así beneficios tanto para nuestros clientes, como para la agencia EDAD DE ORO en cuestiones económicas, y reconocimiento de la empresa para contrataciones directas con estas entidades.



## 7. ESTUDIO FINANCIERO

### 7.1 PLAN DE INVERSIÓN

El plan de inversión que hace parte de la fase preliminar de la agencia de viajes EDAD DE ORO para poner en marcha su negocio; se inicia con unos aportes sociales por \$300.000.000 trescientos millones de pesos MCTE. Aportados de la siguiente manera:

*Tabla 1: APORTE SOCIOS*

TOTAL APORTES	\$	300.000.000	%	CONCEPTO
socio 1		\$ 120.000.000	40%	Capital
socio 2		\$ 90.000.000	30%	muebles y enceres equipo computo
socio 3		\$ 90.000.000	30%	oficina

El capital social inicial de la empresa fue utilizado de la siguiente manera:

*Tabla 2: PLAN DE INVERSION EDAD DE ORO*

ACTIVOS	MONTO	FONDO PROPIO	FINANCIAMIENTO
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 180.000.000,00</b>	<b>\$ 180.000.000,00</b>	<b>\$ -</b>
Construcciones y Edificaciones	\$ 90.000.000,00	\$ 90.000.000,00	\$ -
Mobiliario y Equipo	\$ 4.650.000,00	\$ 4.650.000,00	\$ -
Vehiculo	\$ 62.000.000,00	\$ 62.000.000,00	\$ -
Muebles y Enceres	\$ 4.850.000,00	\$ 4.850.000,00	\$ -
Equipo de compuacion y comunicacion	\$ 18.500.000,00	\$ 18.500.000,00	\$ -
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 113.603.465,00</b>	<b>\$ 113.603.465,00</b>	<b>\$ -</b>
Deposito en Bancos	\$ 112.603.465,00	\$ 112.603.465,00	\$ -
Cajas menores (efectivo)	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ -
<b>ACTIVOS NOMINALES</b>	<b>\$ 6.396.535,00</b>	<b>\$ 6.396.535,00</b>	<b>\$ -</b>
Constitucion	\$ 828.116,00	\$ 828.116,00	\$ -
Permisos y Licencias	\$ 877.803,00	\$ 877.803,00	\$ -
contibuciones y afiliaciones	\$ 4.690.616,00	\$ 4.690.616,00	\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 300.000.000,00</b>	<b>\$ 300.000.000,00</b>	<b>\$ -</b>

Tabla 3: DETALLE APORTE SOCIOS

Amoblamiento oficina SOCIO 2			
Articulo	Valor c/u	Cantidad	Total
escritorios	\$ 270.000	5	\$ 1.350.000
sala espera	\$ 1.500.000	1	\$ 1.500.000
impresoras	\$ 2.000.000	1	\$ 2.000.000
pc diseñador	\$ 5.000.000	1	\$ 5.000.000
pc administracion	\$ 2.000.000	4	\$ 8.000.000
equipo comunicaci3n	\$ 1.000.000	3	\$ 3.000.000
televisor	\$ 2.000.000	1	\$ 2.000.000
telefonos	\$ 100.000	5	\$ 500.000
			\$ 23.350.000
Mobiliario equipo SOCIO 2			
Articulo	Valor c/u	Cantidad	Total
carpas	\$ 1.000.000	2	\$ 2.000.000
vehiculo hyundai	\$ 31.000.000	2	\$ 62.000.000
sonido para eventos	\$ 2.650.000	1	\$ 2.650.000
			\$ 66.650.000
Gastos contitucion y afiliacion- capital SOCIO 1			
Concepto	Total		
escritura publica	\$ 828.116		
registro nacional de turismo	\$ 877.803		
registro camara de comercio	\$ 828.116		
certificado bomberos	\$ 3.862.500		
	\$ 6.396.535		

**Activos fijos:** Compra de inmueble (oficina), mobiliario, equipo, vehículos, muebles y enseres y por último el equipo de computación y comunicaciones.

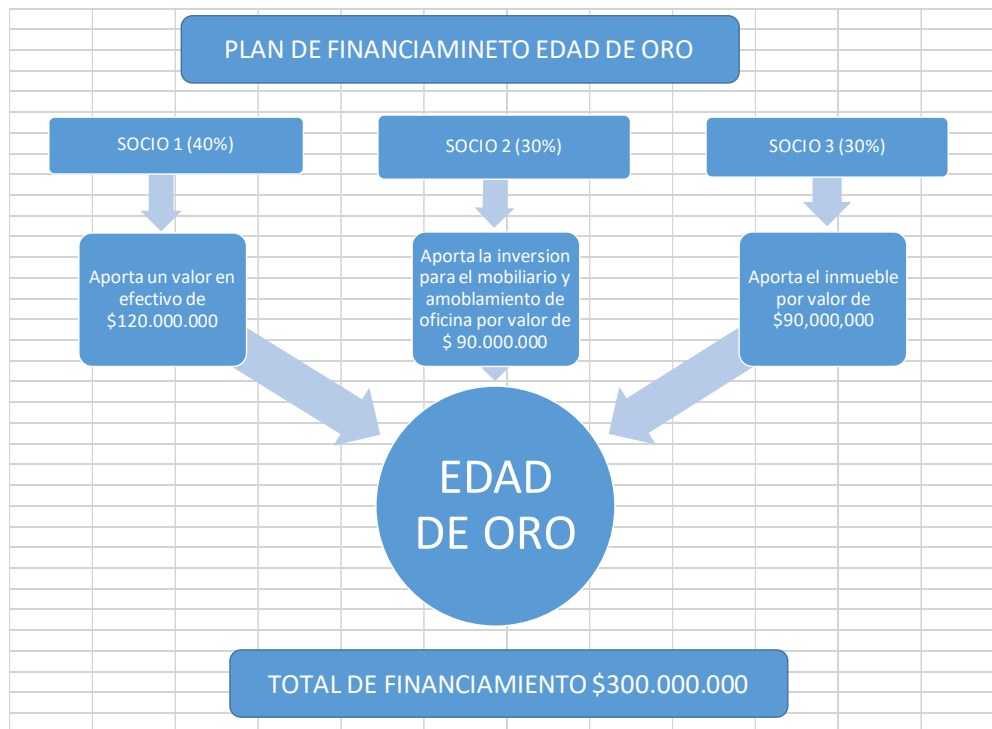
**Capital de trabajo:** Correspondientes al depósito en efectivo en una cuenta corriente en el banco BBVA y la apertura de un fondo de caja menor.

**Activos nominales:** Correspondientes a los temas legales de constitución de la sociedad EDAD DE ORO, licencia de funcionamiento (registro nacional de turismo), inscripción en la cámara de comercio y certificado de bomberos.

## 7.2 PLAN DE FINANCIACION

En la tabla 4 se muestra el plan de financiación de EDAD DE ORO, que se constituye en su totalidad por los aportes sociales.

- Socio 1: Jessica Paola Novoa Córdoba aportó el 40% equivalente a \$120.000.000 monto dado en efectivo.
- Socio 2: Oscar Mauricio Triana Rojas aportó el 30% equivalente a \$ 90.000.000 en inversiones de mobiliario y amoblamiento de oficina.
- Socio 3: Dahyana Maritza Roa Yepes aportó el 30% equivalente al inmueble designado para la oficina principal el cual está valorizado en \$90.000.000.



*Tabla 4: DETALLE PLAN DE FINANCIACIÓN EDAD DE ORO*

### 7.3 COSTOS

En la siguiente tabla 5 se muestra el costo total unitario de cada producto, correspondiente a los planes turísticos diseñados por la agencia EDAD DE ORO.

COSTO PLAN 1 CUIDAD		COSTO PLAN 2 ECOLOGICO		COSTO PLAN 3 SABANA	
Alimentacion	\$ 5.000,00	Alimentacion	\$ 5.000,00	Alimentacion	\$15.000,00
Trasporte	\$ 5.000,00	Trasporte	\$ 5.000,00	Trasporte	\$ 5.000,00
Asitencia medica	\$ 7.000,00	Asitencia medica	\$ 7.000,00	Asitencia medica	\$ 7.000,00
<b>TOTAL COSTO</b>	<b>\$ 17.000,00</b>	<b>TOTAL COSTO</b>	<b>\$ 17.000,00</b>	Entradas	\$20.000,00
PRECIO VTA	\$ 30.000,00	PRECIO VTA	\$ 30.000,00	<b>TOTAL COSTO</b>	<b>\$47.000,00</b>
UTILIDAD	\$ 13.000,00	UTILIDAD	\$ 13.000,00	PRECIO VTA	\$80.000,00
MARGEN	43,33%	MARGEN	43,33%	UTILIDAD	\$33.000,00
				MARGEN	41,25%
COSTO PLAN 4 RECREATIVO		COSTO PLAN 5 PERSONALIZADO			
Alimentacion	\$ 15.000,00	Alimentacion	\$ 100.000,00		
Trasporte	\$ 5.000,00	Trasporte	\$ 100.000,00		
Asitencia medica	\$ 7.000,00	Asitencia medica	\$ 20.000,00		
Entradas	\$ 20.000,00	Alojamiento	\$ 80.000,00		
<b>TOTAL COSTO</b>	<b>\$ 47.000,00</b>	Entradas	\$ 30.000,00		
PRECIO VTA	\$ 130.000,00	<b>TOTAL COSTO</b>	<b>\$ 330.000,00</b>		
UTILIDAD	\$ 83.000,00	PRECIO VTA	\$ 750.000,00		
MARGEN	63,85%	UTILIDAD	\$ 420.000,00		
		MARGEN	56,00%		

*Tabla 5: COSTO UNITARIO POR PRODUCTO TURÍSTICO*

Como se puede apreciar en la tabla 5, los ítems a discriminar por los planes 1-ciudad y 2 - ecológico, corresponden a Alimentación, Transporte y Asistencia Médica.; Estos planes tienen un costo total unitario de \$ 17.000 con un precio de venta de \$ 30.000, generando una utilidad de \$13.000 pesos y un margen de 43,33 %.

Por otra parte, en los siguientes planes desarrollados en la sabana de Bogotá se discriminarán los planes 3- sabana y 4- recreativo, por conceptos de Alimentación, Transporte, Asistencia, Medica y Entradas correspondientes al destino, teniendo un costo total de \$ 47.000 con un precio de venta de \$ 80.000 para el plan 3, y de \$ 130.000 para el plan 4, lo que genera una utilidad de \$ 33.000 y un margen del 41.25% para el plan 3, y una utilidad de \$ 83.000 con un margen del 63.85 % del plan 4.

Para finalizar, en el plan 5- personalizado que se desarrolla en las ciudades más destacadas y solicitadas de nuestros clientes, se discriminan los conceptos de Alimentación, Transporte, Asistencia médica y Entrada a los lugares emblemáticos de cada ciudad, tiene un costo total de \$ 330.000, con un precio de venta de \$ 750.000 generando así una utilidad de \$ 420.000 con un margen del 56,00%.

Como complemento a lo anterior, en la siguiente tabla 6 se muestra el costo total unitario del producto por su respectiva cantidad a vender al mes, para dar un costo total sumando los 5 productos por mes durante un año.

*Tabla 6: COSTO TOTAL DE PRODUCTOS POR MES*

PERIODO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1
CONCEPTO	PDTO	PDTO	PDTO	PDTO	PDTO	PDTO	PDTO	PDTO	PDTO	PDTO	PDTO	PDTO	
<b>UNID A VENDER PLAN 1 CUIDAD</b>	50	50	50	35	50	35	35	50	50	50	35	35	525
VLR UNT - COSTO DE PDTO	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000
<b>TOTAL</b>	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 595.000	\$ 850.000	\$ 595.000	\$ 595.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 595.000	\$ 595.000	\$ 8.925.000
<b>UNID A VENDER PLAN 2 ECOLOGICO</b>	50	50	50	35	50	35	35	50	50	50	35	35	525
VLR UNT - COSTO DE PDTO	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000	\$ 17.000
<b>TOTAL</b>	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 595.000	\$ 850.000	\$ 595.000	\$ 595.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 595.000	\$ 595.000	\$ 8.925.000
<b>UNID A VENDER PLAN 3 SABANA</b>	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
VLR UNT - COSTO DE PDTO	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000
<b>TOTAL</b>	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 28.200.000
<b>UNID A VENDER PLAN 4 RECREATIVO</b>	50	50	50	65	50	65	65	50	50	50	65	65	675
VLR UNT - COSTO DE PDTO	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000	\$ 47.000
<b>TOTAL</b>	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 3.055.000	\$ 2.350.000	\$ 3.055.000	\$ 3.055.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 2.350.000	\$ 3.055.000	\$ 3.055.000	\$ 31.725.000
<b>UNID A VENDER PLAN 5 PERSONALIZADO</b>	20	20	20	35	20	35	35	20	20	30	40	40	335
VLR UNT - COSTO DE PDTO	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000	\$ 330.000
<b>TOTAL</b>	\$ 6.600.000	\$ 6.600.000	\$ 6.600.000	\$ 11.550.000	\$ 6.600.000	\$ 11.550.000	\$ 11.550.000	\$ 6.600.000	\$ 6.600.000	\$ 9.900.000	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 110.550.000
<b>COSTO TOTAL MES</b>	\$ 13.000.000	\$ 13.000.000	\$ 13.000.000	\$ 18.145.000	\$ 13.000.000	\$ 18.145.000	\$ 18.145.000	\$ 13.000.000	\$ 13.000.000	\$ 16.300.000	\$ 19.795.000	\$ 19.795.000	\$ 188.325.000

## 7.4 GASTOS

En los gastos de EDAD DE ORO se relacionan los operacionales y administrativos por conceptos de: servicios públicos en los que entra luz, agua, internet, telefonía, celular y televisión; la publicidad, papelería, gastos de contribución y afiliación, gastos de representación, combustible, asistencias médicas permisos y licencias, alquileres, gastos de nómina y depreciaciones.

Cada uno de estos gastos esta especificado por mes, para un total de \$ 172.787.238 en el primer año, con la proyección de gastos a 5 años, teniendo en cuenta el incremento del 3.50% con respecto al índice de precios al consumidor – IPC, estipulado por el banco de la república.

*Tabla 7: INFORME DE GASTOS EDAD DE ORO*

GASTOS EDAD DE ORO - CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
SALARIOS	\$ 10.027.140	\$ 10.027.140	\$ 10.027.140	\$ 10.027.140	\$ 10.027.140	\$ 10.027.140	\$ 10.027.140	\$ 10.027.140
LUZ	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000
AGUA	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000
INTERNET	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000
TELEFONIA	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000
CELULAR	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000
TELEVISION	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000
PAPELERIA	\$ 150.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 150.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 150.000	\$ 70.000
CONTRIBUCIONES Y AFILIACIONES	\$ 321.875	\$ 321.875	\$ 535.625	\$ 321.875	\$ 321.875	\$ 597.125	\$ 321.875	\$ 321.875
GASTOS DE REPRESENTACION	\$ 120.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 120.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 120.000	\$ 50.000
COMBUSTIBLE	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000
PUBLICIDAD	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
ASISTENCIA MEDICA	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
ALQUILERES	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 1.000.000	\$ 800.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 800.000
DEPRESIACION	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250
PERMISOS Y LICENCIAS	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150
<b>TOTALES</b>	<b>14.328.415,74</b>	<b>14.178.415,74</b>	<b>14.392.165,74</b>	<b>14.528.415,74</b>	<b>14.178.415,74</b>	<b>14.653.665,74</b>	<b>14.528.415,74</b>	<b>14.178.415,74</b>

SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 10.027.140	\$ 10.027.140	\$ 10.027.140	\$ 10.027.140	\$ 120.325.686	\$ 132.468.210	\$ 140.416.302	\$ 148.841.280	\$ 157.771.757
\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 1.440.000	\$ 1.490.400	\$ 1.542.564	\$ 1.596.554	\$ 1.652.433
\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 960.000	\$ 993.600	\$ 1.028.376	\$ 1.064.369	\$ 1.101.622
\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 780.000	\$ 807.300	\$ 835.556	\$ 864.800	\$ 895.068
\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 360.000	\$ 372.600	\$ 385.641	\$ 399.138	\$ 413.108
\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 960.000	\$ 993.600	\$ 1.028.376	\$ 1.064.369	\$ 1.101.622
\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 65.000	\$ 780.000	\$ 807.300	\$ 835.556	\$ 864.800	\$ 895.068
\$ 70.000	\$ 150.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 1.160.000	\$ 1.200.600	\$ 1.242.621	\$ 1.286.113	\$ 1.331.127
\$ 566.375	\$ 321.875	\$ 321.875	\$ 634.625	\$ 4.908.750	\$ 4.961.063	\$ 5.015.991	\$ 5.073.665	\$ 5.134.223
\$ 50.000	\$ 120.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 880.000	\$ 910.800	\$ 942.678	\$ 975.672	\$ 1.009.820
\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 720.000	\$ 745.200	\$ 771.282	\$ 798.277	\$ 826.217
\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000	\$ 2.484.000	\$ 2.570.940	\$ 2.660.923	\$ 2.754.055
\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 3.726.000	\$ 3.856.410	\$ 3.991.384	\$ 4.131.083
\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 10.600.000	\$ 10.971.000	\$ 11.354.985	\$ 11.752.409	\$ 12.163.744
\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 22.035.000	\$ 22.035.000	\$ 22.035.000	\$ 22.035.000	\$ 22.035.000
\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 877.803	\$ 930.471	\$ 986.299	\$ 1.045.477	\$ 1.108.206
<b>14.422.915,74</b>	<b>14.328.415,74</b>	<b>14.378.415,74</b>	<b>14.691.165,74</b>	<b>172.787.238,87</b>	<b>185.897.143,24</b>	<b>194.848.576,21</b>	<b>204.314.231,28</b>	<b>214.324.153,29</b>

Como complemento al anterior informe de gastos, en la siguiente tabla 8 se detalla la nómina de EDAD DE ORO correspondiente a salarios de los 5 cargos de Gerente, Director de comunicaciones, Guía turístico y los dos Asesores comerciales; donde se relaciona la base de nómina por valor de \$ 6.333.409, más la carga prestacional con un

porcentaje de 54.40% equivalente a \$ 3.282.315, para un gran total de \$ 10.027.140 en gastos de nómina.

*Tabla 8: NOMINA EDAD DE ORO*

EMPLEADO	SALARIO 30	DIAS TRABAJADOS		DEVENGADO					IBC
				SUELDO	SUB TRANS	HORAS EXTRAS	OTROS	TOTAL DEVENGADOS	
GERENTE	\$ 2.100.000,00	30,00	\$ 70.000,00	\$ 2.100.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.100.000,00	\$ 2.100.000,00
DISEÑADOR	\$ 1.300.000,00	30,00	\$ 43.333,33	\$ 1.300.000,00	\$ 102.854,00	\$ -	\$ -	\$ 1.402.854,00	\$ 1.300.000,00
GUIA TURISTICO	\$ 877.803,00	30,00	\$ 29.260,10	\$ 877.803,00	\$ 102.854,00	\$ 100.000,00	\$ -	\$ 1.080.657,00	\$ 977.803,00
ASESOR	\$ 877.803,00	30,00	\$ 29.260,10	\$ 877.803,00	\$ 102.854,00	\$ -	\$ 100.000,00	\$ 1.080.657,00	\$ 977.803,00
ASESOR 2	\$ 877.803,00	30,00	\$ 29.260,10	\$ 877.803,00	\$ 102.854,00	\$ -	\$ 100.000,00	\$ 1.080.657,00	\$ 977.803,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.033.409,00</b>	<b>150,00</b>	<b>\$ 201.113,63</b>	<b>\$ 6.033.409,00</b>	<b>\$ 411.416,00</b>	<b>\$ 100.000,00</b>	<b>\$ 200.000,00</b>	<b>\$ 6.744.825,00</b>	<b>\$ 6.333.409,00</b>

DEDUCCIONES							TIPO CONTRATO
SALUD	PENSION	FONDO EMPLEADOS	LIBRANZAS	TOTAL DEDUCCIONES	NETO PAGADO		
4%	4%						
\$ 84.000,00	\$ 84.000,00	\$ -	\$ -	\$ 168.000,00	\$ 1.932.000,00	TERMINO INDEFINIDO	
\$ 52.000,00	\$ 52.000,00	\$ -	\$ -	\$ 104.000,00	\$ 1.298.854,00	TERMINO INDEFINIDO	
\$ 39.112,12	\$ 39.112,12	\$ -	\$ -	\$ 78.224,24	\$ 1.002.432,76	TERMINO INDEFINIDO	
\$ 39.112,12	\$ 39.112,12	\$ -	\$ -	\$ 78.224,24	\$ 1.002.432,76	TERMINO INDEFINIDO	
\$ 39.112,12	\$ 39.112,12	\$ -	\$ -	\$ 78.224,24	\$ 1.002.432,76	TERMINO INDEFINIDO	
<b>\$ 253.336,36</b>	<b>\$ 253.336,36</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 506.672,72</b>	<b>\$ 6.238.152,28</b>		

SEGURIDAD SOCIAL			PARAFISCALES			PROV PREST SOCIALES		
SALUD	8,50%	\$ 538.340	SENA	2%	\$ 126.668	PRIMA	8,33%	\$ 561.844
PENSION	12%	\$ 760.009	ICBF	3%	\$ 190.002	CESANTIAS	8,33%	\$ 561.844
ARL	0,52%	\$ 33.060	CAJA C	4%	\$ 253.336	INT CESANT	1%	\$ 5.618
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.331.409</b>	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 570.007</b>	VACACIONES	4,17%	\$ 251.593
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.331.409</b>				<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.380.899</b>
BASE	\$ 6.333.409							
<b>GRAN TOTAL</b>	<b>\$ 10.027.140</b>							

## 7.5 INGRESOS

### 7.5.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

A continuación, en la tabla 9 se presenta el presupuesto de venta discriminado por meses a lo largo de un año, con un crecimiento del 5% en la proyección de ventas para los próximos 5 años, tomando como referencia 5 de nuestros planes turísticos con su respectiva proyección de venta mensual por valor unitario, en donde se evidencia la cantidad de unidades proyectadas a vender por mes.

Teniendo en cuenta las temporadas altas y bajas para el sector turístico, proyectamos un crecimiento de ventas en los meses abril, junio, julio, noviembre y diciembre, los cuales corresponden a la temporada alta, en donde disminuyen los planes ofertados dentro de la ciudad de Bogotá y aumenta la demanda para los planes fuera de la ciudad y los planes personalizados debido a la temporada vacacional que se vive en el país.

*Tabla 9: PRESUPUESTO DE INGRESOS - VENTAS*

PERIODO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
CONCEPTO	PDTO	PDTO	PDTO	PDTO	PDTO	PDTO	PDTO
<b>UNID A VENDER PLAN 1 CIUDAD</b>	50,00	50,00	50,00	35,00	50,00	35,00	35,00
VALOR UNITARIO VENTA	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
<b>TOTAL</b>	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.050.000,00	1.500.000,00	1.050.000,00	1.050.000,00
<b>UNID A VENDER PLAN 2 ECOLOGICO</b>	50,00	50,00	50,00	35,00	50,00	35,00	35,00
VALOR UNITARIO VENTA	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
<b>TOTAL</b>	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.050.000,00	1.500.000,00	1.050.000,00	1.050.000,00
<b>UNID A VENDER PLAN 3 SABANA</b>	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
VALOR UNITARIO VENTA	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00
<b>TOTAL</b>	4.000.000,00	4.000.000,00	4.000.000,00	4.000.000,00	4.000.000,00	4.000.000,00	4.000.000,00
<b>UNID A VENDER PLAN 4 RECREATIVO</b>	50,00	50,00	50,00	65,00	50,00	65,00	65,00
VALOR UNITARIO VENTA	130.000,00	130.000,00	130.000,00	130.000,00	130.000,00	130.000,00	130.000,00
<b>TOTAL</b>	6.500.000,00	6.500.000,00	6.500.000,00	8.450.000,00	6.500.000,00	8.450.000,00	8.450.000,00
<b>UNID A VENDER PLAN 5 PERSONALIZADO</b>	20,00	20,00	20,00	35,00	20,00	35,00	35,00
VALOR UNITARIO VENTA	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000
<b>TOTAL</b>	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 26.250.000	\$ 15.000.000	\$ 26.250.000	\$ 26.250.000
<b>INGRESOS NETOS</b>	\$ 28.500.000	\$ 28.500.000	\$ 28.500.000	\$ 40.800.000	\$ 28.500.000	\$ 40.800.000	\$ 40.800.000

AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL AÑO 1	5%	5%	5%	5%
PDTO	PDTO	PDTO	PDTO	PDTO		TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
50,00	50,00	50,00	35,00	35,00	525,00	551,25	578,81	607,75	638,14
\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000
\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 15.750.000	\$ 16.537.500	\$ 17.364.375	\$ 18.232.594	\$ 19.144.223
50,00	50,00	50,00	35,00	35,00	525,00	551,25	578,81	607,75	638,14
\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000
\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 15.750.000	\$ 16.537.500	\$ 17.364.375	\$ 18.232.594	\$ 19.144.223
50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000
\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 48.000.000	\$ 50.400.000	\$ 52.920.000	\$ 55.566.000	\$ 58.344.300
50,00	50,00	50,00	65,00	65,00	675,00	708,75	744,19	781,40	820,47
\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 130.000
\$ 6.500.000	\$ 6.500.000	\$ 6.500.000	\$ 8.450.000	\$ 8.450.000	\$ 87.750.000	\$ 92.137.500	\$ 96.744.375	\$ 101.581.594	\$ 106.660.673
20,00	20,00	30,00	40,00	40,00	335,00	351,75	369,34	387,80	407,19
\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000
\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 22.500.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000	\$ 251.250.000	\$ 263.812.500	\$ 277.003.125	\$ 290.853.281	\$ 305.395.945
\$ 28.500.000	\$ 28.500.000	\$ 36.000.000	\$ 44.550.000	\$ 44.550.000	\$ 418.500.000	\$ 439.425.000	\$ 461.396.250	\$ 484.466.063	\$ 508.689.366

## 7.5.2 SIMULADOR



En la tabla 10 correspondiente al simulador, se detalla los conceptos relacionados a EDAD DE ORO con su índice de proyección por mes durante un año y hasta los próximos 5 años:

- El **beneficio bruto** es el resultado de restar el costo de ventas a las ventas brutas, en donde las ventas tienen un incremento anual del 5%.
- En los **gastos controlables** se tuvo en cuenta el gasto de salarios por \$6.744.825 con un incremento anual del 6% que corresponde al incremento del salario mínimo decretado por el gobierno nacional, estimando que este incremento sea constante durante los 5 primeros años.
- Los gastos de nómina los conforma la carga prestacional sobre los salarios con un índice del 54% como se especifica en la nómina anexa en los gastos.
- Entre los gastos de publicidad inicial, se encuentra el respectivo de material gráfico para la agencia como lo es desarrollo de imagen, flyer, portafolio de servicios, con un índice de crecimiento anual durante los 5 primeros años del 3.5% correspondiente al IPC del año en curso.
- La contribución parafiscal fONTUR se realiza de manera trimestral tomando como base los ingresos operacionales aplicando una tarifa de  $2.5 \times 1000$ .
- En los gastos controlables también se incluye el pago del certificado de bomberos por un valor total anual de \$3.872.500.
- Los servicios públicos para el funcionamiento de la oficina de EDAD DE ORO corresponden a Agua, luz, Telefonía (fija y móvil) Internet y Televisión, para un total de \$ 440.000 con un índice de crecimiento del 3.5% como se muestra en el simulador.

- Los gastos varios equivalen a papelería, gastos de representación y combustible con un valor total de \$ 330.000 cada tres meses con un índice de crecimiento 3.5%.
- Los **gastos fijos** corresponden a alquileres de buses con un total de \$ 800.000 de igual forma con un índice de crecimiento del 3.5%.
- El método de depreciación utilizado es el método de línea recta.

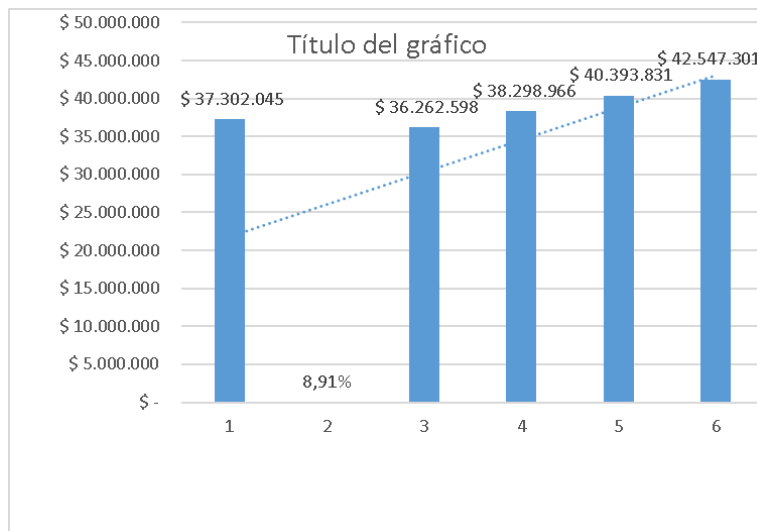
DEPRECIACIÓN		
VIDA UTIL	DEPRES ANUAL	DEPRES MENS
20	\$ 4.500.000	\$ 375.000
10	\$ 465.000	\$ 38.750
5	\$ 12.400.000	\$ 1.033.333
5	\$ 970.000	\$ 80.833
5	\$ 3.700.000	\$ 308.333
TOTAL	\$ 22.035.000	\$ 1.836.250

- En los gastos fijos también se toma el concepto de Seguro, correspondiente al servicio de asistencia médica, el cual ofrece cobertura al momento de adquirir el servicio en la agencia, con un índice de crecimiento de 3.5%.
- Para los permisos y licencias se tiene en cuenta el certificado nacional de turismo, equivalente a un salario SMMLV el cual se paga anualmente, con un índice de 6%.
- Por último, la actividad económica de la empresa está gravada a una tarifa del 35% para el impuesto de renta.

Tabla 10: SIMULADOR

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul
	% ind	% ind	% ind	% ind	% ind								
Estudio ventas netas		5%	5%	5%	5%		\$ 28.500.000	\$ 28.500.000	\$ 28.500.000	\$ 40.800.000	\$ 28.500.000	\$ 40.800.000	\$ 40.800.000
Coste de ventas							\$ 13.000.000	\$ 13.000.000	\$ 13.000.000	\$ 18.145.000	\$ 13.000.000	\$ 18.145.000	\$ 18.145.000
Beneficio Bruto							\$ 15.500.000	\$ 15.500.000	\$ 15.500.000	\$ 22.655.000	\$ 15.500.000	\$ 22.655.000	\$ 22.655.000
<b>Gastos controlables :</b>													
Sueldo y salarios		6%	6%	6%	6%		\$ 6.744.825	\$ 6.744.825	\$ 6.744.825	\$ 6.744.825	\$ 6.744.825	\$ 6.744.825	\$ 6.744.825
Gerente							\$ 2.100.000	\$ 2.100.000	\$ 2.100.000	\$ 2.100.000	\$ 2.100.000	\$ 2.100.000	\$ 2.100.000
Diseñador							\$ 1.402.854	\$ 1.402.854	\$ 1.402.854	\$ 1.402.854	\$ 1.402.854	\$ 1.402.854	\$ 1.402.854
Guia Turístico							\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657
Asesor 1							\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657
Asesor 2							\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657
Gastos de nomina	54%	54%	54%	54%	54%		\$ 3.282.315	\$ 3.282.315	\$ 3.282.315	\$ 3.282.315	\$ 3.282.315	\$ 3.282.315	\$ 3.282.315
Publicidad		3,5%	3,5%	3,5%	3,5%		\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Contribucion Fontur		5%	5%	5%	5%		\$ -	\$ -	\$ 213.750	\$ -	\$ -	\$ 275.250	\$ -
Bomberos							\$ 321.875	\$ 321.875	\$ 321.875	\$ 321.875	\$ 321.875	\$ 321.875	\$ 321.875
Servicios Publicos		3,5%	3,5%	3,5%	3,5%		\$ 440.000	\$ 440.000	\$ 440.000	\$ 440.000	\$ 440.000	\$ 440.000	\$ 440.000
Varios		3,5%	3,5%	3,5%	3,5%		\$ 330.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 330.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 330.000
<b>Total gastos controlables</b>							\$ 11.319.015	\$ 11.169.015	\$ 11.382.765	\$ 11.319.015	\$ 11.169.015	\$ 11.444.265	\$ 11.319.015
<b>Gastos fijos :</b>													
Alquiler		3,5%	3,5%	3,5%	3,5%		\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 1.000.000	\$ 800.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Depreciacion							\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250
Seguro		3,5%	3,5%	3,5%	3,5%		\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Permiso y licencias		6%	6%	6%	6%		\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150
<b>Total de gastos fijos</b>							\$ 3.009.400	\$ 3.009.400	\$ 3.009.400	\$ 3.209.400	\$ 3.009.400	\$ 3.209.400	\$ 3.209.400
<b>Gastos totales</b>							\$ 14.328.416	\$ 14.178.416	\$ 14.392.166	\$ 14.528.416	\$ 14.178.416	\$ 14.653.666	\$ 14.528.416
<b>Beneficios y perdidas netos antes de impuesto</b>							\$ 1.171.584	\$ 1.321.584	\$ 1.107.834	\$ 8.126.584	\$ 1.321.584	\$ 8.001.334	\$ 8.126.584
Impuestos	35%	35%	35%	35%	35%		\$ 410.054	\$ 462.554	\$ 387.742	\$ 2.844.304	\$ 462.554	\$ 2.800.467	\$ 2.844.304
<b>BENEFICIO/ PERDIDA NETOS DESPUES DE IMPUESTOS</b>							\$ 761.530	\$ 859.030	\$ 720.092	\$ 5.282.280	\$ 859.030	\$ 5.200.867	\$ 5.282.280

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Total anual	%Anual									
\$ 28.500.000	\$ 28.500.000	\$ 36.000.000	\$ 44.550.000	\$ 44.550.000	\$ 418.500.000		\$ 439.425.000	\$ 461.396.250	\$ 484.466.063	\$ 508.689.366	
\$ 13.000.000	\$ 13.000.000	\$ 16.300.000	\$ 19.795.000	\$ 19.795.000	\$ 188.325.000	45,00%	\$ 197.741.250	\$ 207.628.313	\$ 218.009.728	\$ 228.910.215	
\$ 15.500.000	\$ 15.500.000	\$ 19.700.000	\$ 24.755.000	\$ 24.755.000	\$ 230.175.000	55,00%	\$ 241.683.750	\$ 253.767.938	\$ 266.456.334	\$ 279.779.151	
\$ 6.744.825	\$ 6.744.825	\$ 6.744.825	\$ 6.744.825	\$ 6.744.825	\$ 80.937.900	59,66%	\$ 85.794.174	\$ 90.941.824	\$ 96.398.334	\$ 102.182.234	
\$ 2.100.000	\$ 2.100.000	\$ 2.100.000	\$ 2.100.000	\$ 2.100.000	\$ 25.200.000	18,57%					
\$ 1.402.854	\$ 1.402.854	\$ 1.402.854	\$ 1.402.854	\$ 1.402.854	\$ 16.834.248	12,41%					
\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 12.967.884	9,56%					
\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 12.967.884	9,56%					
\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 1.080.657	\$ 12.967.884	9,56%					
\$ 3.282.315	\$ 3.282.315	\$ 3.282.315	\$ 3.282.315	\$ 3.282.315	\$ 39.387.786	29,03%	\$ 46.672.031	\$ 49.472.352	\$ 52.440.694	\$ 55.587.135	
\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000	1,77%	\$ 2.484.000	\$ 2.570.940	\$ 2.660.923	\$ 2.754.055	
\$ -	\$ 244.500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 312.750	0,77%	\$ 1.098.563	\$ 1.153.491	\$ 1.211.165	\$ 1.271.723	
\$ 321.875	\$ 321.875	\$ 321.875	\$ 321.875	\$ 321.875	\$ 3.862.500	2,85%	\$ 3.862.500	\$ 3.862.500	\$ 3.862.500	\$ 3.862.500	
\$ 440.000	\$ 440.000	\$ 440.000	\$ 440.000	\$ 440.000	\$ 5.280.000	3,89%	\$ 5.464.800	\$ 5.656.068	\$ 5.854.030	\$ 6.058.921	
\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 330.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 2.760.000	2,03%	\$ 2.856.600	\$ 2.956.581	\$ 3.060.061	\$ 3.167.163	
\$ 11.169.015	\$ 11.413.515	\$ 11.319.015	\$ 11.169.015	\$ 11.481.765	\$ 135.674.436	78,52%	\$ 148.232.667	\$ 156.613.757	\$ 165.487.707	\$ 174.883.733	
\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 10.600.000	28,56%	\$ 10.971.000	\$ 11.354.985	\$ 11.752.409	\$ 12.163.744	
\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 1.836.250	\$ 22.035.000	59,37%	\$ 22.035.000	\$ 22.035.000	\$ 22.035.000	\$ 22.035.000	
\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 3.600.000	9,70%	\$ 3.726.000	\$ 3.856.410	\$ 3.991.384	\$ 4.131.083	
\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 73.150	\$ 877.803	2,37%	\$ 930.471	\$ 986.299	\$ 1.045.477	\$ 1.108.206	
\$ 3.009.400	\$ 3.009.400	\$ 3.009.400	\$ 3.209.400	\$ 3.209.400	\$ 37.112.803	21,48%	\$ 37.662.471	\$ 38.232.694	\$ 38.824.271	\$ 39.438.033	
\$ 14.178.416	\$ 14.422.916	\$ 14.328.416	\$ 14.378.416	\$ 14.691.166	\$ 172.787.239	41,29%	\$ 185.895.138	\$ 194.846.451	\$ 204.311.979	\$ 214.321.765	
\$ 1.321.584	\$ 1.077.084	\$ 5.371.584	\$ 10.376.584	\$ 10.063.834	\$ 57.387.761	13,71%	\$ 55.788.612	\$ 58.921.486	\$ 62.144.356	\$ 65.457.386	
\$ 462.554	\$ 376.979	\$ 1.880.054	\$ 3.631.804	\$ 3.522.342	\$ 20.085.716	4,80%	\$ 19.526.014	\$ 20.622.520	\$ 21.750.525	\$ 22.910.085	
\$ 859.030	\$ 700.105	\$ 3.491.530	\$ 6.744.780	\$ 6.541.492	\$ 37.302.045	8,91%	\$ 36.262.598	\$ 38.298.966	\$ 40.393.831	\$ 42.547.301	



Teniendo en cuenta el estudio financiero realizado anteriormente para la agencia EDAD DE ORO, se estima una utilidad aproximada de \$37.302.045 treinta y siete millones trecientos dos mil cuarenta y cinco pesos MCTE durante el primer año equivalente al 8,91% de los ingresos brutos de la empresa y para el año 5 de operación se estima una utilidad de \$42.547.501, y una recuperación de más del 60% de la inversión inicial.



## 7.7 ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 12 ESTADO DE RESULTADOS

EDAD DE ORO SAS ESTADO DE RESULTADOS De Enero 1 a Diciembre 31 de 2020		
Ingresos Operacionales	A C U M U L A D O	%
INGRESOS	\$ 418.500.000	
<b>Total Ventas Netas</b>	<b>\$ 418.500.000</b>	
<b>Costo de Ventas</b>	<b>\$ 188.325.000</b>	<b>45,00%</b>
COSTOS DE VENTAS	\$ 188.325.000	
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>\$ 230.175.000</b>	<b>55,00%</b>
<b>Gastos Operacionales de Administracion</b>	<b>\$ 117.283.587</b>	<b>28,02%</b>
GASTOS DE PERSONAL	\$ 81.422.034	
CONTRIBUCIONES Y AFILIACIONES	\$ 4.908.750	
SERVICIOS	\$ 5.280.000	
GASTOS LEGALES	\$ 877.803	
DEPRECIACIÓN	\$ 22.035.000	
DIVERSOS	\$ 2.760.000	
<b>Gastos Operacionales de Ventas</b>	<b>\$ 55.503.652</b>	<b>13,26%</b>
GASTOS DE PERSONAL	\$ 38.903.652	
ARRENDAMIENTOS	\$ 10.600.000	
SEGUROS	\$ 3.600.000	
DIVERSOS	\$ 2.400.000	
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 57.387.761</b>	<b>13,71%</b>
<b>Egresos No Operacionales</b>	<b>\$ 20.085.716</b>	<b>4,80%</b>
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEMENTARIOS	\$ 20.085.716	
<b>Utilidad (+) Pérdida (-) Neta</b>	<b>\$ 37.302.045</b>	<b>8,91%</b>
RESERVA LEGAL 10%	\$ 3.730.204	
RESERVA ESTATUTARIA 5%	\$ 1.865.102	
<b>Utilidad (+) Pérdida (-) Del Ejercicio</b>	<b>\$ 31.706.738</b>	<b>7,58%</b>

En la tabla 12 se presenta el estado de resultados que obtuvo EDAD DE ORO al finalizar el periodo grabable comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del 2020; en la cual se observa que los ingresos son de \$ 418.500.000, con un costo de ventas de \$ 188.325.000 que realizando un análisis vertical de este estado de resultados se evidencia que estos costos de ventas equivalen al 45% de los ingresos netos, obteniendo una utilidad bruta de \$ 230.175.000, en la que vemos que tiene una participación del 55% sobre los ingresos.

Siguiente a esto, se encuentran los gastos operacionales de administración que están compuestos por gastos de personal, contribuciones y afiliaciones, servicios, gastos legales, depreciaciones y gastos diversos que equivalen a \$ 117.283.587 con un 28.02% sobre los ingresos; de igual forma los gastos operacionales de ventas están conformados en estado de resultados por los gastos de personal, arrendamientos, seguros y gastos diversos que a su vez equivalen al 13.26% teniendo como referencia los ingresos.

Después de restarle a la utilidad bruta nuestros gastos operacionales obtenemos una utilidad operacional de \$ 57.387.761 que equivalen al 13.71% de los ingresos, teniendo en cuenta que este porcentaje está por encima del 10% establecido para la utilidad operacional el cual se acordó por los socios accionistas al momento de conformar la empresa.

Después de la utilidad operacional se aplica un impuesto a la renta del 35% que es equivalente a \$ 20.085.716 en el que realizando el análisis vertical se evidencia que es el 4.8% de los ingresos netos durante este periodo grabable; siguiente a esto, se observa una reserva legal del 10% sobre la utilidad después de aplicar el impuesto a la renta y una reserva estatutaria establecida al momento de conformación de la empresa EDAD DE ORO

por los socios accionistas determinada en un 5% sobre la utilidad después de ser aplicado el impuesto a la renta, arrojando como resultado del ejercicio una utilidad de \$ 31.706.738 equivalentes al 7.58% de los ingresos netos de la empresa.

## 7.8 BALANCE GENERAL

La tabla 13 corresponde al balance general de la empresa EDAD DE ORO al 31 de diciembre del 2020, en donde se analiza, interpreta e identifica el estado de situación financiera de la misma.

*Tabla 13 BALANCE GENERAL*

EDAD DE ORO S.A.S			
Balance general a 31 de Diciembre de 2020			
ACTIVO		Diciembre 31 2020	
<b>Activo Corriente</b>			
DISPONIBLE	\$ 256.208.598	\$ 256.208.598	
DEUDORES		\$ 40.000.000	
CLIENTES	\$ 40.000.000		
ANTICIPOS Y AVANCES	\$ -		
ANTIC. DE IMPOTOS Y CONTRIBUCIONES O SALDOS/	\$ -		
CUENTAS POR COBRAR A TRABAJADORES	\$ -		
DEUDORES VARIOS	\$ -		
INVENTARIOS		\$ -	
MATERIA PRIMA	\$ -		
PRODUCTOS EN PROCESO	\$ -		
PRODUCTOS TERMINADOS	\$ -		
PRODUCTOS NO FABRICADOS POR LA EMPRESA	\$ -		
INVENTARIO DE REPUESTOS Y HERRAMIENTAS	\$ -		
<b>Total Activo Corriente</b>		<b>\$ 296.208.598</b>	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$ 180.000.000	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 4.650.000		
EQUIPO DE OFICINA	\$ 4.850.000		
EQUIPO DE COMPUTACION Y COMUNICACION	\$ 18.500.000		
FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE	\$ 62.000.000		
COSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES	\$ 90.000.000		
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ (22.035.000)		
<b>Total Activo No Corriente</b>		<b>\$ 180.000.000</b>	
<b>Otros Activos</b>		\$ -	
INVERSIONES	\$ -		
DIFERIDOS	\$ -		
OTROS ACTIVOS	\$ -		
<b>Total Otros Activos</b>		\$ -	
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>\$ 476.208.598</b>	
<b>PASIVO</b>		Diciembre 31 2020	
<b>Pasivo Corriente</b>			
BANCOS NACIONALES	\$ -		
PROVEEDORES	\$ 30.000.000		
COSTOS Y GASTOS POR PAGAR	\$ 6.000.000		
DEUDAS CON ACCIONISTAS	\$ -		
RETENCIONES EN LA FUENTE	\$ -		
RETENCIONES Y APORTES DE NOMINA	\$ 80.937.900		
ACREEDORES VARIOS	\$ -		
IMPUESTOS GRAVAMENES Y TASAS	\$ -		
INDUSTRIA Y COMERCIO	\$ -		
OBLIGACIONES LABORALES	\$ 21.968.653		
ANTICIPOS Y AVANCES RECIBIDOS	\$ -		
<b>Total Pasivo Corriente</b>		<b>\$ 138.906.553</b>	
<b>OTROS PASIVOS</b>			
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ -		
ARRENDAMIENTO FINANCIERO	\$ -		
<b>Total Otros Pasivos</b>		\$ -	
<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>\$ 138.906.553</b>	
<b>PATRIMONIO</b>		Diciembre 31 2020	
CAPITAL SOCIAL	\$ 300.000.000		
RESERVAS	\$ 5.595.307		
RESULTADOS DEL EJERCICIO	\$ 31.706.738		
RESULTADOS DE EJERCICIOS ANTERIORES	\$ -		
<b>Total Patrimonio</b>		<b>\$ 337.302.045</b>	
<b>TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO</b>		<b>\$ 476.208.598</b>	



**Activos:**

EDAD DE ORO cuenta con un activo corriente por \$ 296.208.598 equivalente al 62.2% del total de los activos de la empresa; a su vez este activo corriente está conformado por un disponible con un valor de \$ 256.208.598. equivalentes al 86.5% de ese activo corriente, siendo este el principal y mayor rubro de participación dentro de los activos corrientes, también tenemos unos deudores que son los clientes, correspondientes a nuestras ventas a crédito que están por un valor de \$40.000.000 con una participación de 13.5% en la totalidad del activo corriente de EDAD DE ORO.

Seguido a esto, tenemos el total de los activos no corrientes por un valor de \$180.000.000 equivalentes al 37.8% del total de los activos de la empresa, este porcentaje está conformado en un 100% por la propiedad planta y equipo, es decir que no tenemos un activo corriente diferente a nuestros activos fijos; a su vez la propiedad planta y equipo la tenemos distribuida en maquinaria y equipo que equivale al 2.6% por un valor de \$4.650.000, un equipo de oficina que equivale al 2.7% por un valor de \$ 4.850.000, un equipo de cómputo por un valor de \$ 18.500.000 equivalente al 10.3 %, flota y equipo de transporte por \$62.000.000 con un 34.4% y tenemos el mayor rubro de participación en nuestros activos no corrientes que es la edificación por 90.000.000 que equivalen al 50% de la propiedad planta y equipo; cabe aclarar que todos los activos corrientes fueron adquiridos gracias a la inversión inicial con los aportes sociales de los tres accionistas al momento de conformar la empresa.

**Pasivos:**

Los pasivos de EDAD DE ORO al 31 de diciembre del 2020, están conformados en un 100% por pasivos corrientes, es decir que la empresa no tiene pasivos a largo plazo o no corrientes, sino que sus pasivos son circulantes en donde se evidencia que el pasivo corriente tiene un porcentaje del 100% sobre el total del pasivo y a su vez está conformado por los proveedores que ascienden a una suma de \$ 30.000.000 al final del periodo equivalentes al 21.6%.

EDAD DE ORO también cuenta con unos costos y gastos por pagar equivalentes al 4.3% por un valor de \$ 6.000.000, tiene unas retenciones y aportes de nómina por un valor de \$80.937.900 siendo este el mayor rubro de participación dentro del pasivo corriente con una porcentaje de 58.3%, donde encontramos la carga prestacional pendiente por cancelar a los empleados y están las obligaciones laborales correspondientes a los salarios por pagar a la fecha de corte del estado financiero equivalentes a un 15.8% por un valor de \$21.968.653 sobre el total de los pasivos corrientes.

**Patrimonio:**

EDAD DE ORO al final del corte del año gravable, tiene un patrimonio con un valor de \$ 337.302.045 trescientos treinta y siete millones trescientos dos mil cuarenta y cinco pesos MCTE conformado por \$ 300.000.000 correspondientes a los aportes iniciales de los socios al momento de crear la empresa equivalente al 88.9%; unas reservas legales y estatutarias por un valor de \$ 5.595.307 equivalentes al 1.7% del total de patrimonio al final de periodo y tenemos una utilidad acumulada del resultado del ejercicio del 9.4% por un valor de \$ 31.706.738 sobre el total del patrimonio.

## 7.9 FLUJO DE CAJA

Tabla 14 FLUJO DE CAJA

<b>EDAD DE ORO S.A.S</b>	
<b>FLUJO DE CAJA A 31 DIC 2020</b>	
<b>INGRESOS</b>	
Ventas	\$ 418.500.000
Aportes	\$ -
Prestamos	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 418.500.000</b>
<b>EGRESOS</b>	
Inversiones	\$ -
personal	\$ 120.325.686
Materiales	\$ -
Maquinaria	\$ -
Gasto de Ventas	\$ 16.600.000
Servicios	\$ 5.280.000
Impuestos	\$ 20.085.716
Credito	\$ -
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 162.291.402</b>
<b>INGRESOS-EGRESOS</b>	<b>\$ 256.208.598</b>
<b>DISPONIBLE</b>	<b>\$ 256.208.598</b>

En la tabla 14 se presenta el informe de flujo de efectivo el cual arroja como resultado un superávit en el disponible de EDAD DE ORO al final del periodo grabable, sobre el cual se están presentando los informes financieros, esto quiere decir que EDAD DE ORO cuenta con una disponibilidad de fondos para suplir todas las necesidades que requieran una erogación de dinero.

## 7.10 INDICADORES DE EVALUACIÓN

A continuación, en la tabla 15 se presentan los siguientes ítems de rentabilidad adoptados en la política financiera de EDAD DE ORO para medir los resultados y la generación de ingresos en comparación con las diferentes áreas de la empresa.

Tabla 15 INDICADORES DE EVALUACIÓN

<b>MARGEN DE GANANCIA BRUTA</b>						
Margen de ganancia bruta = $\frac{\text{Ingresos} - \text{Costo de bienes vendidos}}{\text{Ingresos}} \times 100$						
						<b>TOTAL</b>
<b>MGB</b>	<b>418.500.000</b>	<b>-</b>	<b>188.325.000</b>	<b>0,55</b>	<b>100</b>	<b>55</b>
	<b>418.500.000</b>					
<b>MARGEN DE GANANCIA OPERATIVA</b>						
Margen de ganancia operativa = $\frac{\text{Ganancia operativa}}{\text{Ingresos}} \times 100$						
						<b>TOTAL</b>
<b>MGO</b>	<b>57.387.761</b>	<b>0,14</b>	<b>100</b>			<b>13,71</b>
	<b>418.500.000</b>					
<b>MARGEN DE GANANCIA NETA</b>						
Margen de ganancia neta = $\frac{\text{Ganancias netas}}{\text{Ingresos}} \times 100$						
						<b>TOTAL</b>
<b>MGN</b>	<b>37.302.045</b>	<b>0,09</b>	<b>100</b>			<b>8,91</b>
	<b>418.500.000</b>					

MARGEN DE FLUJO DE EFECTIVO				
Margen de flujo de efectivo = $\frac{\text{Flujos de efectivo}}{\text{Ingresos}} \times 100$				
				<b>TOTAL</b>
MFE	<u>256.208.598</u>	0,61	100	61,22
	418.500.000			
RETORNO DE LOS ACTIVOS				
Retorno de los activos = $\frac{\text{Ganancias netas}}{\text{Activos}} \times 100$				
				<b>TOTAL</b>
RTA	<u>37.302.045</u>	0,08	100	7,83
	476.208.598			
RETORNO SOBRE EL PATRIMONIO				
Retorno sobre el patrimonio = $\frac{\text{Ganancias netas}}{\text{Patrimonio de los accionistas}}$				
				<b>TOTAL</b>
RSP	<u>37.302.045</u>	0,12	100	12,43
	300.000.000			
RETORNO DEL CAPITAL INVERTIDO				
Retorno del capital invertido = $\frac{\text{Ganancia operativa neta tras impuestos}}{\text{Capital invertido}}$				
				<b>TOTAL</b>
RCI	<u>31.706.738</u>	0,11	100	10,57
	300.000.000			

**Margen de ganancia bruta**

El siguiente margen de ganancia bruta muestra el óptimo resultado de la empresa EDAD DE ORO en donde se evidencia que la empresa es capaz de pagar sus facturas y a la vez obtener ganancia viéndose reflejado un margen del 55% en ganancia bruta en el año.

**Margen de ganancia operativa y neta**

Se puede observar la favorable probabilidad de la empresa EDAD DE ORO al momento de superar una recesión y competir con los rivales de su industria, obteniendo como resultado un porcentaje de 13,71% y un margen de ganancia neta del 8,91% en el año

**Margen de flujo de efectivo**

En este margen de flujo de efectivo se evidencia la alta capacidad que tiene EDAD DE ORO para generar efectivo a partir de sus ventas de planes turísticos, obteniendo una cifra positiva al finalizar el periodo, dando como resultado un margen del 61,22 %.

**Retorno en los activos**

Este indicador muestra el rendimiento que genero EDAD DE ORO con relación a los activos, obteniendo como resultado un 7,83% que hace notar la optimización en la utilización de estos activos.

**Retorno sobre el patrimonio**

Este indicador muestra la óptima utilización del dinero que proporcionaron los socios accionistas al iniciar las operaciones en EDAD DE ORO, midiendo la proporción entre los ingresos y el patrimonio de los accionistas arrojando como resultado un 12,43%.

**Retorno del capital invertido**

Este indicador muestra una cifra que evidencia cuánto dinero gana EDAD DE ORO más allá de los costos del capital y la deuda generando un índice de retorno del 10,57%.

## 8. CONCLUSIONES

Se puede concluir que el emprendimiento de la agencia EDAD DE ORO S.A.S está basado en una propuesta de negocio sustentable y viable según los resultados obtenidos a lo largo de este proyecto; las encuestas hechas a la población objetivo nos evidencian el interés que tienen los clientes potenciales para adquirir nuestros servicios turísticos ofertados; así mismo, se evidencia una gran oportunidad para la población en tanto se contribuye a mejorar su calidad de vida y para la empresa en el sector económico y turístico. .

Si bien, actualmente son muy pocas las agencias de viajes que se dedican a prestar servicios turísticos a este tipo de cliente objetivo, EDAD DE ORO tiene una gran ventaja competitiva ya que ofrece servicios diferenciales y exclusivos para esta población; además de esto, trabajando constantemente en la innovación, reinversión y cumplimiento de sus objetivos y metas propuestas, esta empresa se puede convertir en el negocio de referencia a nivel nacional para el turismo del adulto mayor, generando así un alto grado de aceptación y fidelización de nuestros clientes hacia la empresa.

Por otra parte, con respecto a los estudios de inversión y financiación de EDAD DE ORO realizados a lo largo de este proyecto, observamos que es una empresa con un buen índice de rentabilidad y que puede conseguir su equilibrio financiero anticipadamente, ya que en el plan de inversión de EDAD DE ORO se evidencia que fue muy favorable para la empresa no tener que generar endeudamientos con entidades financieras o externas al momento de conformarla, al obtener un 100% de inyección de capital, gracias a los aportes sociales que se convirtieron en fondos propios para la compra de activos y la generación del capital de trabajo para poner en marcha la idea de negocio.

Teniendo en cuenta el estudio financiero realizado para la agencia EDAD DE ORO, se estima una utilidad aproximada del 13.71% sobre los ingresos, teniendo en cuenta que este porcentaje está por encima del 10% establecido para la utilidad operacional el cual se acordó por los socios accionistas al momento de conformar la empresa; lo quiere decir que las utilidades están por encima del margen que se esperaba y para el año cinco de operación se estima una recuperación de más del 60% de la inversión inicial.

Así mismo, haciendo uso de los indicadores financieros, podemos evidenciar que la empresa tiene una buena utilización de los recursos monetarios y una adecuada circulación de cartera y efectivo, generando así una excelente administración con base a estos recursos, en donde se logró optimizar los costos para obtener una utilidad favorable para los accionistas y la misma empresa, así como un crecimiento porcentual con tendencia al alza en las ventas, de acuerdo a la proyección realizada en el mercado.

Cada uno de los análisis realizados en las diferentes etapas del proyecto, los resultados han sido positivos y nos confirman que el proyecto es viable, manteniendo una proyección a mediano y largo plazo, corroborando que cada uno de los objetivos planteados son realizables y con una excelente ejecución se pueden cumplir.

Para finalizar, podemos afirmar que EDAD DE ORO es una empresa con perspectiva de crecimiento, altos estándares de calidad y con buenas bases para mantenerse en el mercado activamente y así generar grandes beneficios para los accionistas, la población objetiva y además fomentar oportunidades labores para la sociedad.



## 9. LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES

Entre las lecciones aprendidas a lo largo de este proyecto nos podemos dar cuenta que por un lado la materia de opción de grado, permite analizar y comprender todos los factores que influyen en la creación de una empresa, en temas como escoger el nicho de mercado al que se quiere llegar, el trasfondo y estructura de los estados financieros y todo el plan de inversión que se debe realizar para tener un buen manejo y funcionamiento de la idea de negocio que se quiera emprender.

Por otra parte, teniendo en cuenta que nuestra idea de negocio fue pensada para una población poco estudiada e incluida en el sector turístico como lo es el adulto mayor, nos pudimos dar cuenta que esta población tiene necesidades e interés frente a temas y actividades que tal vez están pensadas para la gente joven, pero que para ellos es importante ser partícipes de estas experiencias de manera incluyente pero siempre pensando en los factores que influyen a esta edad.

Lo que nos hizo primero que todo, estudiar e investigar a cerca de las leyes y normas que existen en el país y que acogen a la población del adulto mayor, para así tener en cuenta y enfocar nuestra idea de negocio en las necesidades e intereses que ellos tienen, para lograr una adecuada implementación de actividades pensadas exclusivamente para esta población, ya a su edad ellos tienen las capacidades para realizar dichas actividades, además de aprovechar de estos servicios y así permitir que ellos disfruten de estas experiencias y les ayuden a distraerse y mantener una calidad de vida más activa.

Con este proyecto logramos poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera profesional como lo es la administración turística y el diseño gráfico, en donde se logró intercambiar conocimientos e ideas desde cada profesión, para poder diseñar y plantear este proyecto de la mejor manera, esperando resultados óptimos y enriquecedores para nuestra vida profesional y laboral, donde nos queda la iniciativa de crear y hacer realidad nuestras futuras ideas de negocio.

### **Recomendaciones**

Para las futuras ideas de negocio sugerimos plantear objetivos claros y aterrizados en donde se identifique el sector y el cliente al cual se quiere llegar, así como implementar estrategias acordes para la ejecución del proyecto, con el fin de obtener un resultado lo más viable y sustentable posible.

Por otra parte, en cuanto a el desarrollo de la materia opción de grado, sugerimos un apoyo y acompañamiento más constante y personalizado para cada proyecto, donde se puedan despejar dudas y fortalecer conocimientos acerca de las distintas etapas que se deben llevar a cabo en el mismo, como lo es el estudio financiero y el desarrollo de la idea de negocio para que desde un principio se puedan tener metas y objetivos claros que permitan llevar un hilo conductor y un adecuado proceso académico.

## 10. BIBLIOGRAFIA Y ANEXOS

Araque, F., & Suárez, O. (2017). Reflexiones teóricas y legales del adulto mayor y la discapacidad en Colombia. Recuperado de:

<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2413/Reflexiones%20teoricas%20legales%20del%20adulto%20mayor%20y%20la%20discapacidad%20en%20Colombia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carrasco, M., Martínez, G., Foradori, A., Hoyl, T., Valenzuela, E., Quiroga, T., ... & Marín, P. P. (2010) Identificación y caracterización del adulto mayor saludable. Revista médica de Chile, 138(9), 1077-1083. Recuperado de:

[https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=s003498872010000900001&script=sci\\_arttext](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=s003498872010000900001&script=sci_arttext)

Colombia. Ministerio de Salud y Protección Social. Resolución 1378 de 2015. (2015) Recuperado de:

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-1378-de-2015.pdf.aspx>

Decreto 2063 de 2018 (2018) recuperado de:

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2018/decreto-2063-de-2018-por-el-cual-se-modifican-los/decreto-2063-de-2018.pdf.aspx>

Decreto 229 de 2017 (2017) recuperado de:

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2017/decreto-229-de-2017-por-el-cual-se-establecen-las/decreto-229-de-2017.pdf.aspx>

Decreto 2158 de 2017 (2017) recuperado de:

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2017/%E2%80%8Bdecreto-2158-de-2017-por-el-cual-se-adiciona-el-c/%E2%80%8Bdecreto-2158-de-2017.pdf.aspx>

Diferenciados. (s.f.). *Diferenciador*. Obtenido de Diferenciador. Recuperado de:

<https://www.diferenciador.com/colores-calidos-y-frios/>

JIMENEZ ABAD, C. E. (2006). Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viaje. Editorial Paraninfo. Recuperado de:

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=GT8HmdnzufuC&oi=fnd&amp;pg=PR3&dq=agencia+de+viajes+definicion&ots=2654HoQ0hg&sig=hHBg\\_it5\\_v4WarlcAFBW7KCWpLQ#v=onepage&q=agencia%20de%20viajes%20definicion&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=GT8HmdnzufuC&oi=fnd&amp;pg=PR3&dq=agencia+de+viajes+definicion&ots=2654HoQ0hg&sig=hHBg_it5_v4WarlcAFBW7KCWpLQ#v=onepage&q=agencia%20de%20viajes%20definicion&f=false)

Ley 1850 de 2017. (2017) Recuperado de:

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/INEC/IGUB/ley-1850-de-2017.pdf.aspx>

Ministerio de Comercio de Colombia. (24 de 02 de 2020). Recuperado de:

<https://www.mincit.gov.co/:https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019elturismoencolombiarompiorecords#:~:text=En%20ingresos%20nominales%20de%20las,720%25%20con%20respecto%20a%202018.>

Minsalud. (2018). <https://www.minsalud.gov.co/>. Recuperado de:

<https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/promocionsocial/Paginas/envejecimiento-vejez.aspx>

Morris, Ch. (2020). como calcular los índices de rentabilidad de tu empresa, Camino financiero. Recuperado de: <https://www.caminofinancial.com/es/como-calcular-los-indices-de-rentabilidad-de-tu-empresa/>

Montero, M. (2017). Como calcular el punto de equilibrio, Emprende pyme. Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/como-calcular-el-punto-de-equilibrio.html>

Moreno, J. A. P., Núñez, N. I. M., & Aguilar, F. L. M. (2011). Manual de práctica básica del adulto mayor. Editorial El Manual Moderno. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=rxPHCQAAQBAJ&oi=fnd&amp;pg=PP1&amp;dq=adulto+mayor+definicion&amp;ots=zYyNFJYkrP&amp;sig=YuIx8uEHTEKHLzkZMF3smDsvrh8#v=onepage&amp;q&amp;f=false>

Murcia, E. U. D. T. (2012). El turismo, conceptos y definiciones e importancia actual. Técnico, Murcia. Recuperado de: <https://www.semanticscholar.org/paper/EL-TURISMO-TurismoDEFINICIONES/f6aa680fb4fc328f090d28109098402494e3ccab?p2df>

Norma técnica sectorial NTS AV03-infraestructura en agencia de viajes, (2002) recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales/nts-agencias-de-viajes-1/norma-tecnica-sectorial-nts-%E2%80%93av-003-infraestructu/norma-tecnica-sectorial-nts-%E2%80%93av-003.pdf.aspx>