

Creación de una Agencia de Viajes Adscrita a la Terminal de Transportes
de la ciudad de San Juan de Pasto

Amalia Rosalía Araque Quiñones

Wilson Alexander Paz Noguera

Universidad del Cauca.

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Departamento de Ciencias del Turismo

Programa de Turismo

Popayán, Colombia

2017

Tabla de Contenido

Introducción	1
Contextualización del Trabajo.....	2
Justificación.....	2
Problema	2
Objetivos	3
Objetivo general.	3
Objetivos específicos.....	3
Contextualización teórica	4
Marco teórico	4
Marco contextual.....	4
Marco legal.....	5
Contextualización metodológica	6
Manual práctico para la creación de una agencia de viajes.....	7
Resultados y análisis de resultados.....	12
Objetivo 1: Revisar estudios de prefactibilidad entregados por parte de la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto	12
Análisis estudio de prefactibilidad para el desarrollo de una Agencia de Viajes adscrita a la Terminal de Transportes de Pasto.	13
<i>Estudio de mercado.</i>	13
<i>Estudio técnico.</i>	14
Resultados	16
Objetivo 2: Analizar tres casos de éxito de agencias de viajes en el país.	16
Análisis de casos de éxito en Agencias de Viajes de Colombia.....	16
<i>Agencia de viajes Avianca Tours.</i>	20
<i>Agencia de viajes y turismo Aviatur S.A.</i>	22
<i>Agencia de viajes online despegar.com.</i>	23
Resultados.	24
Objetivo 3: Determinar plataforma estratégica	25
Propuestas de nombres para la agencia de viajes adscrita a la Terminal de Transportes de Pasto	25
Plataforma estratégica empresarial.....	26
<i>Misión.</i>	26
<i>Visión.</i>	27
<i>Valores corporativos.</i>	27
Resultados.	27

Objetivo 4: Analizar localización de la agencia.....	28
Análisis de localización.....	28
Resultados.....	30
Objetivo 5: Identificar servicios para portafolio empresarial.....	31
Objetivo 6: Aplicar estudio de herramientas de planificación estratégica.....	38
Análisis PEST.....	38
<i>Factores políticos</i>	38
<i>Factores sociales</i>	40
<i>Factores tecnológicos</i>	41
Resultados.....	42
Análisis DOFA.....	43
<i>Análisis interno</i>	43
<i>Análisis externo</i>	44
<i>Estrategias</i>	45
Matriz CAME.....	45
Matriz de las 5 fuerzas de Porter.....	47
<i>Poder de negociación de los proveedores</i>	48
<i>Poder de negociación de los compradores</i>	52
<i>Amenaza de entrada de nuevos competidores</i>	54
<i>Amenaza de productos sustitutos</i>	54
<i>Rivalidad competitiva</i>	55
Objetivo 7: Estructurar modelo de negocios.....	59
Objetivo 8: Elaborar presupuesto.....	67
Objetivo 9: Establecer la estructura organizacional de la Agencia de Viajes.....	70
Organigrama Agencia De Viajes.....	70
Perfiles.....	71
<i>Perfil Administrador</i>	71
<i>Perfil Técnico de ventas</i>	73
<i>Perfil Auxiliar de Aseo</i>	74
Contratación.....	76
Objetivo 10: Desarrollar un sistema de indicadores.....	76
Objetivo 11: Legalizar Agencia de Viajes y Turismo Libertempo.....	80
Conclusiones.....	82
Bibliografía.....	85
Anexos.....	87

Lista de Cuadros

Cuadro 1: <i>Ficha técnica reserva de tiquetes aéreos.</i>	32
Cuadro 2: <i>Ficha técnica de reservas hoteleras.</i>	33
Cuadro 3: <i>Ficha técnica de venta de paquetes turísticos (Local, Nacional e Internacional).</i> 34	
Cuadro 4: <i>Ficha técnica de asesoría y diseño de paquetes turísticos personalizados.</i>	35
Cuadro 5: <i>Ficha técnica de asesoría y diseño de paquetes turísticos corporativos.</i>	36
Cuadro 6: <i>Ficha técnica de turismo receptivo.</i>	37
Cuadro 7: <i>Estrategias análisis DOFA</i>	45
Cuadro 8: <i>Análisis CAME.</i>	46
Cuadro 9: <i>Indicadores de Nivel Estratégico</i>	77
Cuadro 10: <i>Indicadores de Nivel Táctico</i>	78
Cuadro 11: <i>Indicadores de Nivel Operativo</i>	79

Lista de Tablas

Tabla 1: <i>Ponderación casos de éxito</i>	18
Tabla 2: <i>Ponderación análisis de localización</i>	29
Tabla 3: <i>Estructura poblacional municipio de Pasto 2010 – 2011.</i>	40
Tabla 4: <i>Presupuesto.</i>	68

Lista de Figuras

Figura 1: <i>Matriz 5 Fuerzas de Porter.</i>	58
Figura 2: <i>Esquema de organigrama.</i>	70

Lista de Anexos

Anexo A: <i>Encuesta Validación Plataforma Estratégica</i>	87
Anexo B: <i>Reglamento interno</i>	89
Anexo C: <i>Contratos Laborales</i>	120
Anexo D: <i>Certificado de existencia y representación (Cámara de Comercio)</i>	135

Introducción

El presente informe es la recopilación de cada uno de los entregables establecidos para el proyecto “Creación de una Agencia de Viajes adscrita a la Terminal de Transportes de la ciudad de San Juan de Pasto” el cual se realizó por los estudiantes Amalia Rosalía Araque Quiñones y Wilson Alexander Paz Noguera para la obtención del título Profesional en Turismo.

Dentro de dicho informe se hará referencia a las contextualizaciones teórica, metodológica y valorativa que se establecieron en el anteproyecto, además de desarrollar el contenido de cada uno de los entregables y sus respectivas conclusiones.

Contextualización del Trabajo

Justificación

La Terminal de Transportes de Pasto está en un momento de expansión y es su propósito diversificar los servicios actuales y ampliar la cobertura en cuanto a nuevas rutas y la frecuencia de las mismas; también se considera como un fuerte propósito elevar el número de usuarios actualmente existentes. En ese orden de ideas, ésta organización ha realizado un estudio que permitió determinar la factibilidad de crear una agencia de viajes adscrita a esta entidad. Por tal razón el anteproyecto de la práctica planteó la creación y puesta en marcha de dicha agencia.

Para ello se solicitó entregar, además de la constitución legal, el portafolio de servicios, el modelo de negocio, la estructura organizacional, el sistema de indicadores y la contratación del equipo de trabajo; en otras palabras se requirió como resultado de la práctica profesional la puesta en marcha de la agencia de viajes.

Como se puede apreciar, la creación de la agencia de viajes representó una gran escuela en la que se pudieron poner en práctica muchos de los conocimientos adquiridos durante el estudio de la carrera Profesionales en Turismo; y permitió dar un aporte real y cuantitativo a una entidad que ha requerido los servicios de los estudiantes que plantearon el presente documento.

Problema

El concepto general que se tiene acerca de las Terminales de Transporte es el de ser una entidad que se encarga de ubicar a las empresas transportadoras en un punto específico, haciendo de esta función algo plano y sin posibilidades de expansión. Ante dicha situación la Terminal de Transportes de Pasto ha querido generar un cambio en el concepto, diversificando y ampliando su portafolio de servicios. Para ello ha decidido crear a su interior

una agencia de viajes que les permita a los viajeros obtener información de primera mano sobre recorridos turísticos, hospedaje, transporte seguro, paquetes turísticos a la medida, etc.

Lo que se pretende es que los usuarios de la terminal experimenten servicios integrales: que una vez que se bajen de los autobuses de las diferentes empresas transportadoras, en un mismo lugar encuentren soluciones para su alojamiento, alimentación, transporte urbano y recreación, ofertados a través de paquetes o como soluciones individuales.

El problema radica en: **¿Cuál será la mejor forma de poner en marcha la agencia de viajes?**

Objetivos

Objetivo general.

Crear una agencia de viajes adscrita al Terminal de Transportes de la ciudad de San Juan de Pasto.

Objetivos específicos.

- Revisar estudios de factibilidad entregados por parte de la Terminal de Transporte.
- Analizar tres casos de éxito de agencias de viajes en el país.
- Determinar plataforma estratégica
- Analizar localización de la agencia.
- Identificar servicios para portafolio empresarial.
- Estructurar el modelo de negocios.
- Aplicar estudio de herramientas de planificación estratégica.
- Estructurar modelo de negocios.
- Elaborar presupuesto.
- Establecer la estructura organizacional de la agencia de viajes.
- Desarrollar un sistema de indicadores.

- Legalización Agencia de Viajes y Turismo Libertempo.

Contextualización teórica

Marco teórico

Para la realización del proyecto de creación de una Agencia de Viajes adscrita a la Terminal de Transportes de Pasto fue necesario plantear una secuencia de actividades ligadas a la gerencia de proyectos, por lo cual es de vital importancia referirse a la herramienta de Gerencia de Proyectos más conocida en el mundo, que es el PMI, la cual tiene unos lineamientos que permiten alcanzar con mayor precisión las metas establecidas para el proyecto.

Para la realización de los procesos de Concepción del proyecto y de planificación se incluyeron los temas relacionados con el Plan de Negocios, haciendo hincapié en el análisis de los estudios previamente realizados por la Terminal de Transportes y realizando actualizaciones de dichos estudios, basándose en los documentos de Plan de Negocios: Una herramienta indispensable del Profesor Ignacio de la Vega García-Pastor del Instituto de Empresa de España (De la Vega-García-Pastor, 2004) y Metodología para la implementación de buenas prácticas de formulación - Fondo Emprender. (Fondo Emprender, 2014).

Además se tomaron en cuenta los planes de Negocios de Agencias de Viajes que han tenido éxito en el mercado nacional, como son Aviatur, Despegar.com y Avianca.

Marco contextual

El proyecto de implementación de La Agencia de viajes adscrita a la Terminal de Transportes de Pasto se realizó en la Ciudad de Pasto, ubicada en el Departamento de Nariño, al suroccidente de Colombia.

La Ciudad de Pasto posee una población de 417.484 habitantes (DANE, 2005), tanto en la cabecera municipal como en los sectores suburbanos. Esta población se dedica

principalmente al comercio y los servicios, además de poseer gran conocimiento en temas de arte autóctono y tradiciones ancestrales.

En la Ciudad existen cerca de 40 agencias de viajes, dedicadas principalmente a promocionar el turismo externo. Ésta competencia directa se encarga de atender a los turistas internos de la Ciudad de Pasto y en algunas ocasiones brinda servicios de turismo interno, dirigidos a los turistas que arriban a la Ciudad

Marco legal

Las agencias de viajes en Colombia están regidas por los Decretos 502 de 1997 “Por el cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes de que trata el artículo 85 de la Ley 300 de 1996; Decreto 53 de enero 18 de 2002 y el Decreto 2438 de 2010, por los cuales se establece la obligatoriedad por parte de la empresa en el cumplimiento de los servicios ofertados y la consulta al cliente en la realización de cambios y ajustes con respecto al servicio que se brindará.

Por su parte el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo establece la Resolución 0119 de febrero 12 de 2002, por la cual se fija el código de conducta y los mecanismos de control contra el turismo sexual, para el cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos de la obligación contemplada en el artículo 16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001.

A su vez la Norma Técnica de Sostenibilidad (NTS) exige, a las organizaciones que hacen parte del Sector turístico, certificarse en el tema de sostenibilidad ambiental, comprometiéndolas con el cambio de artefactos y sistemas que puedan afectar los recursos naturales.

Finalmente se toma en cuenta que para la creación de la Agencia de viajes adscrita a la Terminal de Transporte de la ciudad de San Juan de Pasto aplica toda la normativa legal que rige a la creación de empresas en Colombia.

Contextualización metodológica

La metodología que se utilizó en el desarrollo del proyecto está basada en la Guía PMBOK del PMI (Project Management Institute, 2013) y los documentos de Planes de Negocios del Profesor Ignacio de la Vega García-Pastor (De la Vega-García-Pastor, 2004), y la Metodología para la implementación de buenas prácticas de formulación - Fondo Emprender. (Fondo Emprender, 2014).

El esquema de trabajo a seguir se basó en las cuatro etapas de la gerencia de Proyectos: Concepto del Proyecto, Planificación, Ejecución y Evaluación y Control.

Dentro del proceso de Concepto del proyecto se recopiló la información primaria y secundaria necesaria para el desarrollo del proyecto, se analizaron los estudios de factibilidad previamente realizados por la entidad y se estudiaron tres casos de éxito de agencias de viajes en Colombia, para obtener como resultado el modelo de funcionamiento que mejor se adecuara a la propuesta planteada para la Agencia de Viajes.

En la fase de Planificación se desarrolló la plataforma estratégica (Misión, Visión y Valores corporativos) de la empresa, se identificó la cadena de valor de ésta, se aplicaron la matriz de las 5 fuerzas de Porter junto con el análisis de las matrices PEST, DOFA y CAME, a su vez se plasmaron estrategias con respecto a los análisis anteriormente realizados. Además se identificaron y describieron los servicios que la Agencia de Viajes va a prestar, se desarrolló el modelo CANVAS, se realizaron las estructuras de costos y organizacional, se elaboró un sistema de indicadores y se seleccionó la personería jurídica de la empresa. Por su parte el proceso de Ejecución abarcó la visita a la Cámara de Comercio de la Ciudad de Pasto para conocer la documentación que se requería para legalizar la empresa, se recolectaron los documentos necesarios para la creación de la empresa, se redactaron los estatutos y el reglamento interno y se legalizó la Agencia de Viajes; se crearon los perfiles

laborales para la futura contratación del personal y se elaboraron las estrategias de promoción y comercialización adecuadas a la empresa.

Manual práctico para la creación de una agencia de viajes

Una Agencia de Viajes es una entidad intermediaria entre el cliente y las Agencias mayoristas, la cual se crea con el fin de generar soluciones inmediatas y personalizadas para el cliente.

Para su correcta planeación y creación es necesario establecer una serie de pasos que le permitan al ejecutor tener un menor porcentaje en el riesgo de cometer errores e incurrir en gastos innecesarios o pérdidas.

A continuación se presenta una guía breve de los pasos básicos que se deben llevar a cabo para la planeación y ejecución de una Agencia de Viajes y turismo.

1. Investigar acerca del Sector Turístico en el País y en la Región

Se realiza un estudio de las distintas tendencias que se han presentado en el ámbito turístico tanto en el país y como en la región, de modo que se pueda generar una idea de los distintos conceptos y entornos que envuelven a la empresa.

A su vez se analizan los distintos casos de éxito presentados por empresas de la misma línea de la organización, de tal manera que se puedan determinar las estrategias más adecuadas para aplicar a la empresa, basándose en las decisiones tomadas por empresas antecesoras.

2. Elaborar un estudio de Prefactibilidad

Esta investigación se aplica en proyectos de inversión y permite conocer la viabilidad de estos, por medio de los siguientes estudios:

Estudio de Mercado: Se elabora una investigación detallada de la oferta para conocer las empresas que ofrecen servicios similares o sustitutos, además se realiza un análisis a la demanda para determinar si la idea de negocio tendrá acogida en la población objetivo.

Estudio técnico: Este estudio permite al desarrollador del proyecto reconocer los aspectos técnicos de la agencia de viajes: tamaño del proyecto (Planta física, tecnología, disponibilidad de insumos, etc.), Localización (Macro y micro localización) y su proceso productivo (Prestación del servicio).

Estudio Financiero: Con este análisis se puede establecer la sustentabilidad, rentabilidad y viabilidad de la agencia de viajes a implementar para determinar si la empresa se mantendrá en el tiempo.

3. Definición de la Razón social

La razón social es el nombre que identificara a la empresa, por ello es importante elegir un nombre atractivo, de fácil recordación, corto y totalmente relacionado con el objetivo principal de la agencia de viajes.

4. Desarrollo de Plataforma estratégica

La Plataforma Estrategia está compuesta por la Misión, Visión y los Valores Corporativos de la empresa y permite establecer la identidad y la dirección integral que se pretende para la agencia de viajes.

5. Definición de Servicios

Los servicios están diseñados para satisfacer una necesidad o requerimiento del cliente, por lo cual deben ser establecidos con el estudio de mercado anteriormente realizado, por medio de estos la empresa adquirirá sus ingresos.

6. Desarrollo de Herramientas de Planeación estratégica

Estos instrumentos son de vital importancia para determinar los factores que influyen en la empresa, permitiendo establecer las estrategias que se deben llevar a cabo para enfrentar cada una de las variables, positivas y negativas, que afectan el buen funcionamiento de la agencia de viajes.

Análisis PEST: Esta herramienta analiza el entorno externo de la agencia, permitiendo conocer de manera detallada los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos que envuelven a la empresa, ofreciendo la oportunidad de aprovechar cada uno de estos.

Análisis DOFA: la Matriz DOFA nos da a conocer las Debilidades, Fortalezas (Entorno Interno), Oportunidades y Amenazas (Entorno Externo), que debe enfrentar la Agencia de viajes, de manera que se puedan obtener diferentes estrategias encaminadas a fortalecerse en los aspectos positivos y mejorar en los negativos.

Matriz CAME: este instrumento se dirige a la creación de estrategias para Corregir las debilidades, Afrontar las amenazas, Mantener las fortalezas y Explotar las oportunidades encontradas en la Matriz DOFA.

7. Establecer la estructura organizacional

Para el correcto funcionamiento de la agencia de viajes es necesario determinar los perfiles del personal que integraron el talento humano, de esta manera se podrá identificar el organigrama adecuado para la empresa.

En este paso es necesario establecer si la estructura será funcional o flexible, obteniendo así organigramas jerárquicos, circulares, horizontales, etc.

Además, basado en la estructura seleccionada, se determinan los cargos y perfiles del personal y con ayuda de un abogado se elaboran los contratos laborales.

8. Definir un sistema de indicadores

Los indicadores hacen parte del proceso de control y son herramientas diseñadas para evaluar los procedimientos llevados a cabo dentro del funcionamiento de la organización, estos pueden ser tácticos, operativos, estratégicos, comerciales, administrativos, de servicio, de gestión, entre otros.

9. Aspectos legales

Los aspectos legales en la constitución de una empresa son requisitos estatales que se cumplen para llevar en orden su funcionamiento.

Para la creación de una agencia de viajes se deben tener en cuenta los siguientes requerimientos:

Ante Cámara de Comercio: Esta institución de carácter mixto es la encargada de organizar a las empresas en Colombia. Ante esta organización se debe realizar la verificación del nombre de la agencia de viajes personalmente o visitando la página web http://www.rues.org.co/RUES_Web/, para que éste no se encuentre registrado a nivel nacional por otra empresa.

Una vez realizado el paso anterior se debe solicitar y diligenciar los formularios de registro y matrícula brindados por Cámara de Comercio, además de anexar cédula de representante legal, estatutos, escritura pública.

Finalmente Cámara de Comercio verifica la información suministrada y liquida el valor a ser cancelado por parte del empresario.

Ante Notaria: Ante esta institución se debe autenticar la escritura pública firmada por el o los socios de la empresa a registrar.

Se debe tener en cuenta que las entidades que poseen menos de 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes o máximo 10 trabajadores, no necesitan realizar este trámite ante la Notaria.

Ante DIAN: En la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacional de Colombia (DIAN) se debe solicitar y diligenciar el Registro Único Tributario (RUT) para obtener el Número de Identificación Tributaria (NIT); Este número es la identificación de la empresa para operar en el comercio nacional.

El código CIU para las Agencias de viajes y operadores turísticos es 6340. Este código permite a la organización operar de manera legal en sus actividades.

Ante Alcaldía, Secretaria de Hacienda: En esta Secretaria se realiza el trámite de registro de industria y comercio, uso del suelo, condiciones sanitarias y de seguridad. Para acceder a este registro se debe hacer la respectiva cancelación de estos impuestos.

Ante Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT): En este Ministerio se debe tramitar el Registro Nacional de Turismo (RNT) para operar legalmente en la industria turística. Para ello es necesario ingresar en la página web <http://rnt.confecamaras.co/>, elegir la Cámara de Comercio perteneciente a la ciudad en que está registrada la agencia de viajes y diligenciar el formulario del RNT, se debe tener clara la actividad de turismo a desempeñar por parte de la empresa, ya que éste es obligatorio para agencias de viajes, guías turísticos, hoteles, restaurantes, empresas de transporte turístico, entre otras; se debe realizar la respectiva cancelación del registro en la Gobernación o en Cámara de comercio, finalmente se debe digitalizar el recibo de pago y adjuntarlo en la plataforma del RNT para la validación del mismo.

10. Alianzas con Mayoristas

Las alianzas estratégicas son convenios con otras instituciones u organizaciones para obtener una mayor calidad de los servicios ofertados, además de generar mayor rentabilidad a las dos partes. Para ello las dos empresas deben establecer un convenio que deje en claro las distintas maneras en que van a operar juntas.

Una de las alianzas estratégicas de mayor importancia para el buen funcionamiento de una agencia de viajes nueva es la que se realiza con proveedores mayoristas, como son Avianca Tours y Aviatur, los cuales brindan beneficios a la agencia de viajes minorista, permitiéndole acceder al código IATA con el que se realiza la validación de los tiquetes

aéreos reservados, además de obtener comisión por la venta de paquetes diseñados por estas agencias mayoristas.

11. Adquisición de software para Agencias de viajes

Las agencias de viajes requieren para su operación, contar con un software que le permita realizar la comparación a tiempo real de rutas, sillars, aerolíneas, habitaciones, transacciones y precios, para así validar la compra de un determinado servicio. A su vez esto facilita la contabilidad que llevará la agencia de viajes en la venta de distintos paquetes.

Existen diferentes softwares que brindan este servicio, tales como Amadeus, Zeus, Travelio, entre otros. La compra de estos se puede realizar vía telefónica y de manera online, ingresando a la página web del software de su preferencia.

12. Puesta en marcha de la Agencia

Al Finalizar los procesos de planeación y legalización se puede iniciar la ejecución del proyecto, como parte de este proceso se realiza la compra de muebles y equipos, contratación del personal, aplicación de estrategias de promoción, entre otras actividades que son necesarias para el funcionamiento de la agencia de viajes.

Es de vital importancia aplicar los indicadores establecidos con anterioridad como parte del proceso de control y de esta manera determinar si se continúa con las estrategias planteadas o se aplican mejoras a éstas.

Resultados y análisis de resultados

Objetivo 1: Revisar estudios de prefactibilidad entregados por parte de la Sociedad

Terminal de Transportes de Pasto

Un estudio de prefactibilidad es un informe que se realiza antes del desarrollo de un proyecto, para obtener información suficiente que permita a los inversores estar seguros de que la propuesta tendrá un alto porcentaje de beneficio.

El presente informe detalla los cambios y decisiones a tomar con respecto a la información obtenida del estudio de prefactibilidad realizado por la Terminal de Transportes de Pasto, el cual cuenta con diferentes temas acerca del funcionamiento de la Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto.

Los temas que dicho estudio aborda y los cuales se tomarán en cuenta para la ejecución del proyecto son: Estudio de Mercado, análisis de las cuatro “P”, definición de perfiles de la demanda, análisis de la competencia, estudio técnico, estructura organizacional y conclusiones.

Análisis estudio de prefactibilidad para el desarrollo de una Agencia de Viajes adscrita a la Terminal de Transportes de Pasto.

Estudio de mercado.

ANALISIS DE LAS CUATRO “P”: La empresa trabajará bajo el modelo de Multi-Tours encaminados principalmente al turismo interno realizado en el Departamento de Nariño. A su vez se efectuarán ajustes a los paquetes ofertados dependiendo de los deseos y necesidades del cliente, caracterizando a la organización por su flexibilidad en cuanto al diseño de los paquetes.

El precio se establecerá según el contenido del paquete y los precios establecidos por el mercado.

La distribución se realizará de manera directa tanto en la oferta de los paquetes dentro del establecimiento, como en el diseño y promoción de paquetes ofrecidos a empresas y entidades de la ciudad (visitas a empresas).

La promoción se realizará por medio de Pagina Web, medios de comunicación convencionales (radio, televisión y prensa), aplicación móvil, descuentos en fechas especiales y vallas publicitarias.

Este estudio se basó principalmente en la aplicación de una encuesta dirigida a los usuarios de la Terminal de transportes de Pasto, contando con una muestra de 367 encuestados; dicha encuesta arrojó como resultado la viabilidad para la creación e implementación de una agencia de viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto, además de brindar información relevante para la identificación del nicho de mercado y los posibles servicios a ofertar por la agencia.

La demanda que se identificó por medio del estudio está determinada por un perfil que se dirigirá a hombres y mujeres entre 30 y 59 años con un poder adquisitivo medio, interesados en acceder a paquetes, planes turísticos, entre otros servicios ofertados por la agencia de viajes.

Las agencias de viajes que hacen parte de la oferta en la Ciudad de Pasto, en su mayoría, dirigen sus servicios a actividades ecológicas y culturales realizadas en destinos nacionales e internacionales. Como respuesta a este tipo de oferta la Agencia de Viajes adscrita a la Terminal de Transportes de Pasto diseñará sus primeros paquetes dirigidos a esta tendencia, al mismo tiempo ofertará paquetes a nivel local.

La Ciudad de San Juan de Pasto posee una gran variedad de agencias de viajes como parte de su oferta turística, siendo éstas la competencia directa de la Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto.

Por medio del estudio del estudio de prefactibilidad se ha logrado identificar aproximadamente cincuenta agencias de viajes, las cuales se especializan en diseñar paquetes nacionales e internacionales.

Estudio técnico.

LOCALIZACIÓN: Gracias al estudio realizado por parte de la Terminal de Transportes de Pasto y teniendo en cuenta las diferentes variables que afectan el funcionamiento de la organización, se ha logrado identificar dos posibles lugares para la

ubicación de la Agencia de viajes: La Sede principal de la Terminal de Transporte y el Centro de la Ciudad de Pasto.

OBRAS, EDIFICACIONES Y EQUIPOS: Para las instalaciones se arrendará un espacio con un costo aproximado de dos millones quinientos mil pesos (\$ 2.500.000), incluyendo servicios básicos de agua, energía, teléfono e internet. La distribución de planta de dicho espacio está comprendida por: dos oficinas, una sala de espera, un baño y un cafetín.

Los equipos que se necesitan para el buen funcionamiento de la agencia de viajes son: tres computadores de escritorio, un computador portátil, una impresora de oficina, tres teléfonos, un televisor LED, un video beam, un reproductor de DVD, una cámara de video y una cámara fotográfica; además se debe tener en cuenta software, licencias y papelería como parte de las herramientas y elementos a utilizar.

Como parte de los elementos mobiliarios se adquirirán tres escritorios, tres sillas de oficina, seis sillas interlocutoras, dos sillas grupales para sala de espera, un gabinete, dos archivadores y una caja registradora.

FUNCIONES DE LA AGENCIA Y PERFILES DEL PERSONAL: La información especificada en los estudios de prefactibilidad se utilizará para la construcción del reglamento interno y los contratos laborales.

REQUISITOS Y LEGALIZACIÓN: Para la puesta en marcha de la Agencia de Viajes adscrita a la Terminal de Transportes de Pasto se debe realizar el respectivo proceso de legalización ante Cámara de Comercio, Notaría, DIAN, Secretaría de hacienda de la Alcaldía de Pasto, Registro Nacional de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT).

Resultados

El informe de prefactibilidad adelantado por la Terminal de Transportes de Pasto es un documento que soporta información relevante acerca de los propósitos que tiene la Agencia de Viajes adscrita a la STTP; a pesar de ello cuenta con información incompleta o que requiere ajustes para el desarrollo del proyecto, siendo necesario realizar varios análisis y estudios para complementar la investigación y ejecutar de manera apropiada el plan.

Como complemento del informe de prefactibilidad se realizarán cambios desde los conceptos de los ejecutores del proyecto, se realizara un análisis de localización, se definirán específicamente los productos a ofertar, se ajustará el presupuesto, entre otros cambios a realizarse en el desarrollo de la planeación de la Agencia de viajes.

Objetivo 2: Analizar tres casos de éxito de agencias de viajes en el país.

Un caso de éxito es el ejemplo que se establece al observar el desempeño, estrategias y políticas que una empresa ha desarrollado a lo largo de su estancia en el mercado.

El presente informe es una recopilación y análisis de la información acerca de tres agencias de viajes que a lo largo de su historia han demostrado habilidad para promover su empresa y sostenerla en el tiempo. Estos casos de éxito representan un modelo a seguir para la Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto, respecto a la forma de establecer su agencia, las decisiones que han tomado a lo largo de su aparición en el mercado y su adaptación al cambio.

Este documento estará desarrollado en tres etapas: análisis de las variables y cuadro de ponderación, estudio de casos de éxito y conclusiones.

Análisis de casos de éxito en Agencias de Viajes de Colombia.

En el presente análisis se establecerán las siguientes variables, que permitirán evaluar los casos de éxito seleccionados (Avianca Tours, Aviatur y Despegar.com): Producto, precio, promoción, distribución, mercados, competencia y estructura organizacional.

Para dicho estudio se otorgaron unos valores determinados por el grado de importancia de cada una de las variables citadas anteriormente, de tal modo que el análisis pueda ser cuantitativo y permita generar una toma de decisiones acertadas y establecer estrategias que se implementarán por parte de la Agencia de viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes.

El valor que se le otorgó a las variables es el siguiente: el PRODUCTO es del 17% ya que este genera el valor agregado de cada empresa; el PRECIO es del 19% ya que representa un impacto importante en la decisión del cliente, siendo el que motiva la compra; la PROMOCIÓN es del 17% porque es la responsable de atraer la atención del cliente hacia la empresa; la DISTRIBUCIÓN es del 12% ya que ésta encierra los medios por los cuales las empresas llegan al mercado objetivo, los MERCADOS equivalen al 14%, siendo éstos los segmentos y nichos a los que las empresas se han encaminado y por medio de los cuales cada una define su producto y dirige sus medios de promoción y distribución; la INNOVACIÓN es del 9% porque ésta determina las respuestas novedosas que la agencia establece ante los cambios del mercado y por último la ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL es del 12% ya que ésta genera el correcto funcionamiento de la entidad y determina la eficiencia con la que se desempeñará el equipo de trabajo.

A continuación se presenta la tabla de ponderación con la que se trabajó para establecer el caso de éxito que será una guía para la toma de decisiones, la organización interna, las estrategias y demás temas que en un futuro enfrentará la Agencia de Viajes adscrita a la Terminal de Transportes de Pasto. Los valores y puntajes establecidos en esta tabla fueron determinados por los autores del presente trabajo, bajo su criterio y tomando en cuenta la experiencia y conocimientos de éstos.

Tabla 1: Ponderación casos de éxito

Nº	VARIABLES	%	AVIANCA TOURS	Punt	AVIATUR	Punt	DESPEGAR. COM	Punt
1	Producto	17%	0.765	4.5	0.765	4.5	0.765	4.5
2	Precio	19%	0.76	4	0.817	4.3	0.798	4.2
3	Promoción	17%	0.765	4.5	0.731	4.3	0.731	4.3
4	Distribución	12%	0.54	4.5	0.54	4.5	0.516	4.3
5	Mercados	14%	0.63	4.5	0.63	4.5	0.63	4.5
6	Innovación Estruct.	9%	0.405	4.5	0.405	4.5	0.387	4.3
7	Organizacional	12%	0.516	4.3	0.54	4.5	0.516	4.3
TOTAL		100%	4.38		4.43		4.34	

Producto:

La calificación otorgada para esta variable fue de 4,5 siendo igual en los tres casos de éxito, ya que estas agencias cuentan con los mismos productos y servicios, sin diferenciación en cuanto a sus catálogos.

Precio

AVIANCA TOURS: la calificación de esta agencia es de 4,0, al contar con precios más altos entre los tres casos de éxito.

AVIATUR: el factor precio que maneja esta agencia se evaluó en un 4,3 por contar con precios flexibles, además de ser propietarios de hoteles y restaurantes en sectores estratégicos, lo cual le permite manejar precios más bajos.

DESPEGAR.COM: como calificación se estipula 4.3, ya que ésta agencia posee un motor de búsqueda especializado que permite obtener los precios más bajos en el mercado.

Promoción

AVIANCA TOURS: el puntaje que obtuvo esta agencia fue de 4.5, porque posee estrategias de ocupación completa de sus vuelos utilizando estrategias como outlets y financiación con entidades bancarias para obtener vuelos.

AVIATUR: su calificación es de 4.3, ya que cuenta con estrategias de outsourcing para promocionar a la entidad; a pesar de ello no opta por realizar campañas de promoción en medios masivos.

DESPEGAR.COM: la apreciación para esta agencia es de 4.3, pues posee campañas publicitarias en medios masivos que la han posicionado en el mercado, pero no realiza estrategias de promoción innovadoras.

Distribución

AVIANCA TOURS Y AVIATUR: su calificación es de 4.5, ya que las dos poseen una distribución directa vía internet y también la realizan a través de sus sedes, ubicadas en distintas ciudades del país, generando un contacto personal con los usuarios.

DESPEGAR.COM: el puntaje de esta agencia es 4.3, porque posee contacto con el mercado objetivo vía internet, pero no cuenta con sedes en los territorios en los que opera, generando insatisfacción en algunos clientes de su segmento de mercado.

Mercados

La calificación se otorgó de manera igualitaria a las tres agencias (4.5), porque éstas se dirigen a muchos nichos de mercado y no optan por centrarse en ninguno en específico, prefiriendo ampliar sus campañas de promoción para alcanzar mayor reconocimiento.

Innovación

AVIANCA TOURS: su puntaje es de 4.5, ya que esta agencia permanentemente realiza estudios de tendencias en los mercados y alianzas con entidades bancarias, permitiendo así responder de mejor manera a las dificultades de las temporadas bajas.

AVIATUR: la calificación que obtuvo esta agencia es de 4.5, gracias al outsourcing al que acuden para lograr llegar a lugares en los que la agencia no ha podido ingresar, de tal manera que se realizan alianzas con agencias minoristas y se reducen los costos operativos de la organización.

Además pretende generar una alianza entre ATH, Avianca y Viajes Univia para lograr establecer un cajero automático que emita tiquetes aéreos.

DESPEGAR.COM: ésta agencia de viajes obtuvo una calificación de 4.3, al ser la agencia que menos estrategias de innovación ha realizado en los últimos tiempos, conservando aun sus métodos de promoción y relación con el cliente.

Estructura organizacional

AVIANCA TOURS Y DESPEGAR.COM: el puntaje que obtuvieron estas dos agencias fue de 4.3, ya que poseen una estructura organizacional tradicional, lo cual hace que su equipo de trabajo sea eficaz pero no eficiente.

AVIATUR: esta variable se calificó en 4.5 para esta agencia de viajes, pues su organigrama es circular y permite el contacto y la comunicación de manera más sencilla entre los distintos cargos de la organización.

Agencia de viajes Avianca Tours.

Esta agencia nace en Colombia en el año 1997 con el nombre de DESKUBRA y en sus principios buscó generar solución a la problemática de sillas sin ocupación en los vuelos de Avianca.

Ante los cambios de mercado, se hicieron ajustes y su razón social pasó a ser Avianca Tours, una de las agencias de viajes más importantes del país, con una trayectoria y una adaptación que ha permitido su expansión y permanencia en la industria turística.

PRODUCTO: Esta organización se especializa en generar planes turísticos a nivel nacional e internacional y se caracteriza por poseer la facilidad de flexibilizar y reducir sus costos en tiquetes aéreos para el diseño de sus paquetes turísticos, gracias a la compañía a la que pertenecen: Avianca.

Dentro de sus paquetes se ofrecen servicios de transporte aéreo y terrestre, hospedaje y alimentación, actividades recreativas y renta de autos.

PRECIO: Los precios de los paquetes que oferta Avianca Tours varían de acuerdo a factores como: la duración del viaje, la temporada, los costos de hospedaje y restauración, entre otros. Ante dichas variaciones la empresa responde con acuerdos y alianzas para disminuir los costos y generar paquetes que se ajusten a las necesidades y capacidad adquisitiva del cliente.

DISTRIBUCIÓN: El canal de distribución que Avianca Tours utiliza para ofertar sus productos es *directo*, ya que además de permitir al cliente diseñar sus paquetes turísticos por vía internet, la agencia también cuenta con sedes en casi todas las capitales de los departamentos de Colombia, generando así mayores facilidades para la adquisición de sus productos por parte de los clientes.

PROMOCIÓN: Como estrategias de promoción y comercialización Avianca Tours cuenta con un ideal de ocupación completa de sus rutas, para lo cual generan descuentos que incentiven a los clientes a acceder a los paquetes ofertados por la agencia. Además mantienen un proceso investigativo para conocer las promociones y estrategias de la competencia, de manera que puedan generar ofertas que contrarresten los efectos de las otras empresas.

Una de sus nuevas estrategias a implementar es el “Outlet Avianca Tours”: Descuentos, promociones y financiación a través de aliados bancarios.

Finalmente ofrecen productos especializados para las partes aliadas, generando alianzas y convenios más estables y amenos.

MERCADOS: Avianca Tours ha apuntado sus esfuerzos al diseño de paquetes especializados, en los cuales el cliente puede elegir todos los servicios de manera que se ajuste a sus necesidades. Su segundo mercado es el mercado vacacional de ocio, el cual se dirige a los turistas que acuden a la agencia para adquirir planes turísticos en temporadas altas del año. Su tercer mercado es el de Tendencias, siendo este la clave de adaptación de la empresa, ya que Avianca Tours permanece a la vanguardia de los gustos de los turistas.

COMPETENCIA: La Agencia de Viajes Avianca Tours reconoce como su competencia principal a LAN Tours, Aviatur y Despegar.com.

Agencia de viajes y turismo Aviatur S.A.

La Agencia de viajes Aviatur nace en el año 1957 y es fundada por el Señor Victor Bessudo; su principal eje de negocios ha sido el de Agencia de viajes y ha complementado posteriormente su oferta con Unidades Estratégicas de Negocio como Transporte de carga, Seguros, Aduanas, Servicios médicos, entre otros.

Actualmente esta agencia es administrada por el Señor Jean Claude Bessudo, quien ha adaptado a la empresa a los cambios y exigencias del mercado y ha buscado posicionarla como una de las mejores agencias de viajes gracias a sus certificaciones de calidad en cada una de las unidades de negocio y la gran cobertura que tiene alrededor de Colombia.

Otro tema que ha permitido a la organización mantenerse como una de las agencias más importantes del país es su interés en la innovación y el buen servicio, lo cual le permite acceder a nuevos mercados y conservar a sus clientes.

PRODUCTO: Los productos que la Agencia de viajes y turismo Aviatur oferta a su mercado objetivo son: tiquetes aéreos, hoteles, renta de autos, cruceros, paquetes corporativos, casas navegantes y paquetes turísticos.

Como punto a favor del crecimiento y autonomía de esta agencia se ha dado la creación de hoteles de propiedad del Grupo Aviatur, lo cual le permite a la empresa tomar decisiones propias acerca del diseño de sus paquetes.

DISTRIBUCIÓN: Esta agencia de viajes cuenta con gran variedad de sedes, las cuales están ubicadas en veintitrés ciudades del país, en su mayoría capitales de departamentos, además de poseer un portal web para la venta de servicios, haciendo de este un canal de distribución directo con el cliente.

PROMOCIÓN: Esta organización ha generado sus propias Unidades de Negocio especializadas en marketing y promoción turística, lo cual le ha permitido posicionarse en el área específica en que se desempeña Aviatur.

Por otra parte su posicionamiento se debe a sus estrategias de outsourcing, que le han permitido aliarse con distintas agencias de viajes alrededor del país y así reducir los costos de creación de nuevas sucursales, permitiendo también a las agencias no incurrir en gastos administrativos.

A su vez, como parte de la promoción que maneja Aviatur, se encuentran estrategias innovadoras como la alianza con Avianca, ATH y Viajes Univia, para generar la posibilidad de adquirir tiquetes aéreos por medio de cajeros automáticos.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: El organigrama que posee la Agencia de Viajes y turismo Aviatur, tiene un diseño circular, de manera que todas las dependencias y cargos están relacionados entre sí y enlazados directamente con los stakeholders de la empresa.

Agencia de viajes online despegar.com.

La principal motivación del fundador de Despegar.com, el especialista en Master Bussines Administration Roberto Souviron, fue evitar que los clientes de las aerolíneas tuvieran que hacer filas para adquirir sus tiquetes aéreos.

El modelo que se eligió para alcanzar ese objetivo fue la venta de vuelos vía online, facilitando la adquisición de éstos. Por otra parte, su eslogan: “El mejor precio garantizado o le devolvemos la diferencia”, generó confianza e interés en los clientes.

Poco después de su fundación, la empresa aumentó su oferta a hoteles, paquetes turísticos, alquiler de casas y autos, cruceros, actividades, seguros y más servicios, atrayendo así nuevos clientes y mercados.

PRODUCTO: los productos ofertados por Despegar.com son: venta de tiquetes aéreos online, paquetes turísticos, cruceros, renta de automóviles, reserva de hoteles y restaurantes, a costos bajos.

PRECIO: esta organización basa sus políticas de precios en la búsqueda de la oferta más baja en el mercado, teniendo en cuenta las variables de tiempo de estadía, temporada, actividades, entre otros.

PROMOCIÓN: Despegar.com tiene como estrategias de promoción y comercialización el uso del internet y la televisión para ofertar sus servicios.

ALIANZAS: Esta empresa reconoce como sus aliados a Ciudades.com, Viajeros.com, Disney World Resort, Bancos, Restaurantes y Hoteles.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: El organigrama que Despegar.com utiliza para el buen funcionamiento de la empresa es centralista y jerárquico, ya que la oficina principal está ubicada en la Ciudad de Buenos Aires y desde allí se administra y controla la mayoría de las sedes y call centers ubicados en los distintos países en que la organización opera.

En su organización jerárquica se toma en cuenta que existe un Gerente, un Jefe de Recursos Humanos, una Gerencia Tecnológica, Ventas y Costumer Services para cada sede principal (Argentina, México y Brasil).

Resultados.

Para finalizar el presente análisis se concluye que las agencias de viajes tomadas como casos de éxito serán una guía que le permita a la Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto tomar medidas necesarias para abordar los distintos ámbitos que le van a influir.

Como resultado del análisis de la tabla de ponderación se obtuvo una mayor afinidad con las decisiones que ha tomado la Agencia de Viajes y turismo AVIATUR, la cual posee un manejo de la entidad basado en la flexibilidad, las alianzas y la innovación.

Cabe resaltar que las Agencias de Viajes AVIANCA TOURS y DESPEGAR.COM poseen características que serán tenidas en cuenta para el funcionamiento de la Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto, de tal manera que la entidad genere un manejo integral de las variables que se destacaron en este estudio, tomando en cuenta el buen manejo que cada uno de los casos de éxito analizados le ha dado a su organización.

Objetivo 3: Determinar plataforma estratégica

Propuestas de nombres para la agencia de viajes adscrita a la Terminal de Transportes de Pasto

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO NOMADA TOURS: La palabra nómada se asocia a la persona que dista de estar mucho tiempo en un mismo lugar, característica que se asocia a los clientes de la Terminal de Transportes, los cuales por diversas razones viajan con frecuencia. Por tal motivo se propone este nombre para la Agencia de Viajes adscrita a la Terminal de Transportes de Pasto, ya que este hace atribución al perfil de los usuarios potenciales de esta organización.

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO TROTAMUNDOS: El significado que encierra esta palabra es el de los viajeros que realizan sus travesías alrededor del mundo, los cuales buscan siempre el modo de emprender un nuevo viaje; por esta razón Trotamundos caracteriza el perfil de los clientes que acudirían a la Agencia de Viajes adscrita a la Terminal de Transportes.

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO RUTUR: Este acrónimo es un compuesto de las palabra RUTA y la palabra TURISMO; la primera hace referencia a la misión que tiene la Terminal de Transportes de Pasto de facilitar a los clientes rutas por medio de las empresas de transporte ubicada dentro de sus instalaciones, la segunda se relaciona con la misión de la

agencia de viajes, la cual busca fomentar la actividad turística. En conjunto este acrónimo significa: Rutas del Turismo.

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO LIBERTEMPO: Esta palabra proviene del lenguaje Esperanto y significa Ocio. La palabra ocio es la clave de la actividad turística, ya que este genera en la población la búsqueda de nuevos rumbos, conocimientos y experiencias. Por esta razón la agencia de viajes adscrita a la Terminal de Transportes será una organización especializada en gerenciar de manera adecuada el ocio de los usuarios de la Terminal de Transportes de Pasto.

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CULTOUR: Este nombre es un compuesto de la palabra CULTURA y la palabra TOUR, formando un acrónimo que fonéticamente atrae a los clientes potenciales de la Agencia de Viajes adscrita a la terminal, al generar una fácil recordación y permitir al turista interesarse en temas relacionados con la ampliación de su cultura por medio del turismo.

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO KULTUUR: La palabra Kultuur proviene de la lengua afrikáans y significa cultura. Se decidió tomar esta palabra de la lengua afrikáans ya que este idioma es un verdadero representante de la unión de muchas culturas, pues esta nace de la mezcla de los dialectos neerlandés, inglés, nativo africano, alemán, francés, entre otros.

La cultura tiene un trasfondo que provee la verdadera esencia al turismo, por lo cual es una palabra que encierra un importante significado para la actividad turística y a su vez atrae a clientes con un perfil abierto, con intereses de conocimiento y ávidos de experiencias.

Plataforma estratégica empresarial.

Misión.

Somos una Unidad Estratégica de Negocio perteneciente a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto, interesados en ofrecer el disfrute de un turismo local, nacional e

internacional, por medio de planes, paquetes y servicios turísticos, dirigidos al sector corporativo de la región y al público en general.

Visión.

En el año 2025 la Agencia de Viajes y Turismo será una unidad estratégica de negocio exitosa, que genere utilidades a la sociedad terminal de transportes, por medio de sus productos y servicios innovadores y competitivos en el mercado regional.

Valores corporativos.

Personalización: El valor agregado que poseemos es el de brindar a nuestro clientes servicios especializados basados en sus necesidades y expectativas.

Innovación: La creatividad será el lineamiento constante con el que el talento humano de la agencia trabajará, para brindar servicios nuevos y atractivos que satisfagan las nuevas tendencias del mercado.

Calidad Humana: Nuestro talento humano estará a disposición de los requerimientos y necesidades de los clientes, trabajando con amabilidad, respeto y responsabilidad.

Agilidad: Los colaboradores de nuestra organización trabajarán de manera eficaz y efectiva para alcanzar los requerimientos y plazos establecidos entre los clientes y la Agencia.

Resultados.

Para la elección de la Misión, Visión, los Valores corporativos y el nombre de la Agencia de Viajes adscrita a la Terminal de Transportes de Pasto se formuló una encuesta (Anexo A: Encuesta Validación Plataforma Estratégica) dirigida a la Junta Directiva de la Sociedad; a pesar de que cada encuesta se entregó formalmente a los representantes del órgano superior de la Sociedad, en la Junta Directiva realizada a finales del año 2016 fue aprobada por unanimidad la plataforma estratégica y la razón social Agencia de Viajes y Turismo Libertempo.

Objetivo 4: Analizar localización de la agencia

Un estudio de localización es un análisis para evaluar los factores que afectarán la ubicación de la empresa, permitiendo conocer el espacio adecuado para instalar la planta física de la organización.

El presente análisis de localización permite a la Sociedad Terminal de Transportes poseer los soportes para determinar la ubicación de la sede de la Agencia de Viajes.

Este estudio es realizado bajo los criterios de los ejecutores del proyecto, dando valores y porcentajes según las variables que afectan los dos sectores a evaluar: Sector Terminal de Transportes y Sector Centro de la Ciudad.

Análisis de localización.

Las variables que se van a evaluar y sus respectivos porcentajes de influencia son: CERCANÍA CON LA OFERTA es del 20% porque esta variable determina la posibilidad de la sede de estar cerca a la competencia y poder evaluar sus servicios, precios y promociones; el COSTO DE SERVICIOS BÁSICOS es del 15% y permite evaluar el costo en el que debe incurrir la empresa para su funcionamiento; la DISPONIBILIDAD DEL ESPACIO es del 15% porque este factor nos permite determinar si existe el lugar apropiado para instalar la Agencia de Viajes; la CERCANÍA CON LA DEMANDA es del 30% porque esta determina la probabilidad de que los clientes adquieran los productos y servicios que oferta la organización; el COSTO DE TRANSPORTE DE LOS CLIENTES es del 10% y define la facilidad que tendrán los usuarios de trasladarse al lugar en el que se encuentra ubicada la Agencia; y los FACTORES AMBIENTALES son del 10% ya que permiten evaluar el medio ambiente que rodea a los dos sectores seleccionados para este análisis.

A continuación se presenta la tabla de ponderación para evaluar los factores establecidos anteriormente:

Tabla 2: Ponderación análisis de localización

N°	VARIABLES	VALORES	SEDES			
			S. TERMINAL	PUNT.	S. CENTRO	PUNT.
1	Cercanía con la oferta	20%	0,6	3	0,9	4,5
2	Costo servicios básicos	15%	0,675	4,5	0,6	4
3	Disponibilidad del espacio	15%	0,675	4,5	0,6	4
4	Cercanía con la demanda	30%	1,35	4,5	1,35	4,5
5	Costos de transporte clientes	10%	0,45	4,5	0,45	4,5
6	Factores ambientales	10%	0,4	4	0,45	4,5
TOTAL		100%	4,2		4,4	

Las calificaciones otorgadas a cada variable por parte de los expertos son las siguientes:

Cercanía con la oferta

SEDE TERMINAL: la calificación determinada para esta variable es de 3, puesto que la no existencia de competencia en este sector dificulta la evaluación de servicios, precios y promociones.

SEDE CENTRO: para este factor se otorgó un puntaje de 4.5, ya que en esta zona se encuentra ubicada la mayor parte de la competencia a la que se enfrentará la agencia.

Costo de servicios básicos

SEDE TERMINAL: el puntaje que obtuvo esta sede es de 4.5, porque en este punto los costos de servicios básicos son menores.

SEDE CENTRO: la apreciación que se estableció para esta variable es de 4, a causa de que la zona centro posee los servicios básicos más elevados de la ciudad.

Disponibilidad del espacio

SEDE TERMINAL: su calificación es de 4.5, ya que la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto cuenta con espacios dentro de su sede para ubicar a la agencia de viajes.

SEDE CENTRO: el puntaje establecido para esta variable es de 4, porque esta zona es altamente comercial, por lo cual existe dificultad para conseguir el espacio apropiado.

Cercanía con la demanda

SEDE TERMINAL: la calificación definida para este factor es de 4.5, puesto que la Terminal de Transportes es el epicentro de la llegada de turistas a la ciudad de Pasto.

SEDE CENTRO: la valoración impuesta para esta variable es de 4.5, porque los clientes poseen un fácil acceso a este sector, además de poder comparar con mayor facilidad los precios de la oferta.

Costo de transporte de clientes

La calificación determinada para esta categoría es de 4.5 para los dos sectores, puesto que el costo del transporte público en que incurrirán los clientes es igual en todos los sectores de la ciudad.

Factores ambientales

SEDE TERMINAL: la calificación determinada para esta variable es de 4, porque cerca a esta zona fluye el caudal del río Pasto, generando en ocasiones el cierre de vías de acceso y daños en la infraestructura.

SEDE CENTRO: para este factor se otorgó un puntaje de 4.5, pues en este punto se evidencian pocos daños provocados por causas ambientales, además de poseer una buena infraestructura que facilita el correcto desempeño de la agencia de viajes.

Resultados.

Con base en el análisis anteriormente realizado se puede concluir que la zona adecuada para la ubicación de la Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto es la SEDE CENTRO, pues esta cuenta con las características apropiadas para instalar la organización.

Se toma en cuenta que de acuerdo a la calificación de las variables de la SEDE TERMINAL en un futuro existe la posibilidad de implementar un punto de información de la agencia en esta zona, puesto que su puntaje también fue positivo y este lugar permitiría ampliar la adquisición de los productos y servicios de la entidad.

Objetivo 5: Identificar servicios para portafolio empresarial

Un servicio es una agrupación de operaciones brindadas por el talento humano de una empresa para satisfacer las necesidades y expectativas del usuario que lo adquiere.

Para una organización es indispensable la identificación y descripción de los servicios que va a ofertar, pues por medio de estos se podrá determinar el alcance y la calidad que tendrá la empresa.

Los ejecutores del presente proyecto han establecido desarrollar una ficha técnica para realizar la identificación y descripción de los servicios que ofertará la agencia de viajes, para ello se elaborará un documento con la siguiente información: Nombre del servicio, especificaciones técnicas, descripción del servicio, flujograma.

La Agencia de Viajes es una entidad cuyo fin es la prestación de servicios de ámbito turístico, siendo un espacio al cual grupos empresariales y personas naturales pueden acudir para realizar actividades de ocio, vacaciones, esparcimiento, viajes corporativos, entre otras.

Nuestra oferta se basa en brindar servicios turísticos asesorados por profesionales y con las herramientas necesarias, para que la prestación de los servicios sea de alta calidad.

La Agencia de Viajes contará con 6 servicios, los cuales buscan acomodarse a las expectativas y necesidades de nuestros clientes corporativos y personas naturales.

Cuadro 1: *Ficha técnica reserva de tiquetes aéreos.*

Nombre del Servicio	Reserva de tiquetes aéreos.
Descripción del Servicio	La Agencia de Viajes contará con este servicio con el fin de proveer a nuestro nicho de mercado los tiquetes aéreos que soliciten.
Descripción del Proceso	La prestación de este servicio comienza con el recibimiento del cliente en la Agencia de viajes; el asesor comercial pregunta al usuario el destino y la fecha en que quiere reservar el vuelo. A continuación se consulta en los motores de búsqueda la disponibilidad de vuelos. En caso de haber disponibilidad de vuelos, se realiza la reserva, se recibe el pago por parte del cliente y finalmente se da la despedida al cliente. A partir de ese momento se da el seguimiento de la prestación del servicio y se realiza la retroalimentación de todo el proceso. En el caso de no presentarse disponibilidad de vuelos en los motores de búsqueda se sugiere al cliente el cambio de fechas o de destino para su viaje.
Flujograma	<pre> graph TD INICIO[INICIO] --> 1((1)) 1 --> 2((2)) 2 --> 3((3)) 3 --> 1{1} 1 -- No --> 9((9)) 9 --> 3 1 -- Si --> 4((4)) 4 --> 5((5)) 5 --> 6((6)) 6 --> 7((7)) 7 --> 8((8)) 8 --> Fin[Fin] </pre> <p> 1 Recepción del Cliente 2 Consultar destino y fecha de reserva de vuelo 3 Consultar disponibilidad de vuelo en motores de búsqueda. 4 Reserva del vuelo 5 Pago del servicio por parte del cliente. 6 Despedida del cliente. 7 Seguimiento de la prestación del servicio. 8 Retroalimentación 9 Cambio de destino o fecha por parte del cliente. 1 ¿Existe disponibilidad de vuelo en los motores de búsqueda? 1 Documento de reserva de vuelo. </p>

Cuadro 2: Ficha técnica de reservas hoteleras.

Nombre del Servicio	Reservas hoteleras.
Descripción del Servicio	La Agencia de Viajes brindará el servicio de reserva hotelera de forma individual a los clientes que lo soliciten.
Descripción del Proceso	<p>La prestación de este servicio comienza con el recibimiento del cliente en la Agencia de viajes; el asesor comercial pregunta al usuario el destino y la fecha en que quiere reservar la habitación. A continuación se consulta en los motores de búsqueda la disponibilidad de habitaciones de hotel. En caso de haber disponibilidad, se realiza la reserva, se recibe el pago por parte del cliente y finalmente se da la despedida al cliente. A partir de ese momento se da el seguimiento de la prestación del servicio y se realiza la retroalimentación de todo el proceso. En el caso de no presentarse disponibilidad de habitaciones en los motores de búsqueda se sugiere al cliente el cambio de fechas o destino para su estancia en el hotel.</p>
Flujograma	<pre> graph TD INICIO[INICIO] --> 1((1)) 1 --> 2((2)) 2 --> 3((3)) 3 --> 1{1} 1 -- No --> 9((9)) 9 --> 3 1 -- Si --> 4((4)) 4 --> Doc1[1] Doc1 --> 5((5)) 5 --> 6((6)) 6 --> 7((7)) 7 --> 8((8)) 8 --> Fin[Fin] </pre> <p> 1 Recepción del Cliente. 2 Consultar destino y fecha de reserva del hotel. 3 Consultar disponibilidad de hoteles en motores de búsqueda. 4 Reserva de habitación de hotel. 5 Pago del servicio por parte del cliente. 6 Despedida del cliente. 7 Seguimiento de la prestación del servicio. 8 Retroalimentación. 9 Cambio de destino, fecha o clasificación del hotel por parte del cliente. 1 ¿Existe disponibilidad de habitaciones para la fecha deseada? 1 Documento de reserva de habitación del hotel. </p>

Cuadro 3: *Ficha técnica de venta de paquetes turísticos (Local, Nacional e Internacional).*

Nombre del Servicio	Venta de paquetes turísticos (Local, Nacional e Internacional).
Descripción del Servicio	La Agencia de Viajes ofertará paquetes turísticos propios y de los aliados estratégicos que esta posee, los cuales se desarrollarán en destinos locales, nacionales e internacionales.
Descripción del Proceso	Este servicio comienza con la recepción del cliente en la Agencia de Viajes y la asesoría acerca de los paquetes con los que cuenta la empresa y que están abiertos al público en general. Si al cliente le interesa alguna de las propuestas de paquetes turísticos que le ha ofrecido el asesor comercial, se continúa con el diligenciamiento de las reservas de vuelos, habitaciones de hotel y actividades complementarias en el destino turístico. El siguiente paso es el pago del servicio por parte del cliente, la despedida de éste y el seguimiento de la prestación del servicio, acompañada de una retroalimentación del proceso.
Flujograma	<pre> graph TD INICIO[INICIO] --> 1((1)) 1 --> 2((2)) 2 --> D{1} D -- No --> 7((7)) D -- Si --> 3((3)) 3 --> D1[1] D1 --> 4((4)) 4 --> 5((5)) 5 --> 6((6)) 6 --> 7((7)) 7 --> FIN[Fin] </pre> <p> 1 Recepción del Cliente. 2 Asesoría acerca de los paquetes turísticos que oferta la agencia. 3 Diligenciamiento de reserva de vuelos, hospedaje y actividades según el paquete seleccionado. 4 Pago del servicio por parte del cliente. 5 Despedida del cliente. 6 Seguimiento de la prestación del servicio. 7 Retroalimentación. 1 ¿Le interesa al cliente algún paquete ofertado por la agencia? 1 Documentos de reserva de vuelos, hotel y actividades complementarias. </p>

Cuadro 4: Ficha técnica de asesoría y diseño de paquetes turísticos personalizados.

Nombre del Servicio	Asesoría y diseño de paquetes turísticos personalizados.
Descripción del Servicio	La Agencia de Viajes brindará el servicio de asesoría acerca de los distintos destinos y las posibles actividades a realizar en ellos, permitiendo al cliente elegir los de su preferencia y de esta manera diseñar el paquete turístico que más se ajuste a sus expectativas.
Descripción del Proceso	Este proceso inicia con la recepción del cliente en la Agencia de Viajes. El asesor comercial consulta el destino y la fecha en la que el cliente desea viajar y lo asesora acerca de las actividades que se pueden realizar en el destino seleccionado. Si el cliente está interesado en el paquete que el asesor ha diseñado para él, el proceso continúa con la reserva de vuelos, hospedaje y actividades complementarias en el destino turístico. Después de la reserva se realiza el pago del servicio por parte del cliente y se le da la despedida. Finalmente se efectúa el seguimiento de la prestación del servicio y la retroalimentación del proceso.
Flujograma	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;"> <ul style="list-style-type: none"> 1 Recepción del Cliente. 2 Consultar destino y fecha en la que el cliente desea viajar. 3 Asesorar acerca de hoteles, restaurantes y actividades en el destino, acordes a los gustos y necesidades del cliente. 4 Diligenciamiento de la reserva de vuelos, hoteles y otras actividades complementarias 5 Pago del servicio por parte del cliente. 6 Despedida del cliente. 7 Seguimiento de la prestación del servicio. 8 Retroalimentación. 9 Propuesta de un nuevo paquete turístico personalizado 1 ¿El cliente está interesado en el paquete turístico personalizado? 1 Documentos de reserva de vuelos, hotel y actividades complementarias. </div> <div style="flex: 1; text-align: right;"> <pre> graph TD INICIO[INICIO] --> 1((1)) 1 --> 2((2)) 2 --> 3((3)) 3 --> D1{1} D1 -- Si --> 4((4)) D1 -- No --> 9((9)) 4 --> 5((5)) 5 --> 6((6)) 6 --> 7((7)) 7 --> 8((8)) 8 --> FIN[Fin] 9 --> 2 </pre> </div> </div>

Cuadro 5: Ficha técnica de asesoría y diseño de paquetes turísticos corporativos.

Nombre del Servicio	Asesoría y diseño de paquetes turísticos corporativos.
Descripción del Servicio	La Agencia de Viajes visitará a sus clientes corporativos ofertando paquetes turísticos diseñados para recrear e incentivar a su talento humano.
Descripción del Proceso	Este proceso comienza con la visita a la empresa por parte de un asesor comercial de la Agencia de Viajes para ofertar los servicios. Se realiza la presentación de la agencia, los servicios y los paquetes a ofertar. Si el cliente está interesado, se presupuesta el paquete turístico para el número de trabajadores que desee la empresa, se estipula la fecha de pago del servicio y se despide del cliente. El siguiente paso es la realización de las reservas de vuelos, hoteles y actividades complementarias en el destino. Al realizarse el pago del servicio por parte del cliente se da inicio al seguimiento de la prestación del servicio y la retroalimentación del proceso.
Flujograma	<pre> graph TD INICIO[INICIO] --> 1((1)) 1 --> 2((2)) 2 --> 1{1} 1 -- No --> 10((10)) 10 --> 1 1 -- Si --> 3((3)) 3 --> 4((4)) 4 --> 5((5)) 5 --> 6((6)) 6 --> 7((7)) 7 --> 8((8)) 8 --> 9((9)) 9 --> Fin[Fin] </pre> <p> 1 Visita a la empresa para ofertar los paquetes turísticos diseñados por la agencia. 2 Presentación de la agencia, servicios y paquetes turísticos ante el cliente. 3 Se presupuesta el paquete turístico para el número de trabajadores que desee la empresa. 4 Se define con el cliente la fecha de pago. 5 Despedida del cliente 6 Diligenciamiento de reservas de vuelos, hoteles y actividades complementarias 7 Pago del servicio por parte del cliente. 8 Seguimiento de la prestación del servicio. 9 Retroalimentación. 10 Propuesta de un nuevo paquete turístico personalizado 1 ¿El cliente está interesado en el paquete turístico? 1 Documentos de reserva de vuelos, hotel y actividades complementarias. </p>

Cuadro 6: *Ficha técnica de turismo receptivo.*

Nombre del Servicio	Turismo receptivo.
Descripción del Servicio	La Agencia de Viajes contará con alianzas estratégicas para la recepción de turistas de otras regiones y países, ofreciéndoles paquetes turísticos locales y regionales.
Descripción del Proceso	Este proceso inicia con el contacto de la Agencia de viajes con agencias de todo el país. Se realiza la presentación de la agencia y de sus servicios y se propone generar una alianza con cada una de las agencias contactadas. De presentarse algún interés por parte de las agencias para realizar la alianza, se formaliza y se documenta esta. Después de establecer las alianzas, se ofertan los servicios por medio de las agencias aliadas y en caso de que existan turistas interesados en la compra de los paquetes ofertados, se realiza el diligenciamiento de la reserva de vuelos, hoteles y actividades complementarias. A continuación se realiza la recepción de los turistas en el destino local, se da la prestación del servicio y realiza la despedida de los turistas. El siguiente paso es el pago de la comisión por parte de la agencia aliada, el seguimiento de la prestación del servicio y la retroalimentación del proceso.
Flujograma	<pre> graph TD INICIO --> 1((1)) 1 --> 2((2)) 2 --> D1{1} D1 -- Si --> 3((3)) D1 -- No --> 1 3 --> 4((4)) 4 --> D2{2} D2 -- Si --> 5((5)) D2 -- No --> 2 5 --> 6((6)) 6 --> 7((7)) 7 --> 8((8)) 8 --> 9((9)) 9 --> 10((10)) 10 --> 11((11)) 11 --> FIN[Fin] </pre> <p> 1 Contactar con agencias de otras ciudades. 2 Presentación de la agencia. 3 Generar una alianza entre agencias. 4 Ofertar por medio de las agencias aliadas paquetes turísticos locales. 5 Diligenciamiento de reservas de vuelos, hoteles y actividades complementarias 6 Recepción del turista. 7 Prestación del servicio. 8 Despedida del cliente. 9 Pago de comisión por parte de la agencia aliada. 10 Seguimiento de la prestación del servicio. 11 Retroalimentación. 1 ¿Está interesada alguna agencia en hacer una alianza? 2 ¿Los turistas han adquirido los paquetes turísticos locales? 1 Documento de alianza 2 Documentos de reserva de vuelos, hotel y actividades complementarias. </p>

Objetivo 6: Aplicar estudio de herramientas de planificación estratégica

Análisis PEST.

El análisis PEST es una herramienta que permite observar el mercado en que la Empresa, Proyecto o Producto se va a desarrollar, para evaluar su entorno por medio de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos.

El presente documento le permitirá a los ejecutores del proyecto “Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto” observar todas las variables que afectarán a la empresa, de tal manera que se puedan elaborar estrategias que den respuesta al mercado y sus diversos cambios.

La estructura de este informe será la explicación de cada una de las variables del análisis y la esquematización de estas en el diagrama PEST.

Factores políticos.

Los factores políticos que influirán en la Agencia de Viajes adscrita a la STTP, varían entre normas, decretos, leyes y resoluciones que velan por el buen funcionamiento de este tipo de establecimientos, acompañando a la organización para que brinde un servicio adecuado y de calidad.

Las agencias de viajes en Colombia están regidas por los Decretos 502 de 1997 “Por el cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes de que trata el artículo 85 de la Ley 300 de 1996; Decreto 53 de enero 18 de 2002 y el Decreto 2438 de 2010, por los cuales se establece la obligatoriedad por parte de la empresa en el cumplimiento de los servicios ofertados y la consulta al cliente en la realización de cambios y ajustes con respecto al servicio que se brindará.

Por su parte el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo establece la Resolución 0119 de febrero 12 de 2002, por la cual se fija el código de conducta y los mecanismos de control contra el turismo sexual, para el cumplimiento por parte de los prestadores de

servicios turísticos de la obligación contemplada en el artículo 16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001.

A su vez la Norma Técnica de Sostenibilidad (NTS) exige, a las organizaciones que hacen parte del Sector turístico, certificarse en el tema de sostenibilidad ambiental, comprometiéndolas con el cambio de artefactos y sistemas que puedan afectar los recursos naturales.

Finalmente se toma en cuenta que para la creación de la Agencia de viajes adscrita a la Terminal de Transporte de la ciudad de San Juan de Pasto aplica toda la normativa legal que rige a la creación de empresas en Colombia.

Factores económicos.

El turismo es una actividad económica muy viable tanto en el mercado nacional como internacional, el cual ha crecido de manera vertiginosa en las últimas décadas, afectando de manera directa a las Agencias de Viajes y su economía. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo internacional ha crecido un 4,4% en el año 2015 respecto al año inmediatamente anterior, siendo esta cifra una prueba de que esta actividad es beneficiosa para la economía de la mayoría de países en el mundo.

El turismo en Colombia, para el año 2015 registró un crecimiento de 9% con respecto al año anterior, siendo mayor que el crecimiento del turismo internacional (4,4%. OMT, 2015).

Por su parte, según las estadísticas presentadas por el DANE en el mes de Octubre de 2016, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) y su variación anual respecto al periodo anterior a su evaluación, arroja un margen de inflación del 6,48%; a pesar de ello el turismo nacional no se ha visto afectado por dicho porcentaje.

El cambio en las divisas es un factor que influye directamente a las Agencias de viajes, ya que de acuerdo a la moneda de los destinos turísticos varía el costo de los paquetes

que se ofertan. Por esta razón la agencia de viajes generará estrategias dirigidas al turismo receptivo extranjero, enfatizando en la proximidad con la frontera ecuatoriana. Otra estrategia a aplicar será dirigida al turismo interno, ya que el alza de las divisas obliga a la población nacional a realizar viajes dentro del territorio.

Factores sociales.

Para la definición de la demografía del presente estudio, se tomará como base la información brindada por la Alcaldía Municipal de Pasto, especificada en la siguiente tabla:

Tabla 3: *Estructura poblacional municipio de Pasto 2010 – 2011.*

Indicador	2010		2011	
	Número	%	Número	%
Población total	411.137	100	417.484	100
Población urbana	337.818	82.2	343.939	82.4
Población rural	73.319	17.8	73.545	17.6
Población femenina	213.596	52.0	216.676	51.9
Población masculina	197.541	48.0	200.808	48.1
Población menor de 5 años	32.405	7.9	32.086	7.7
Población menor de 15 años	104.611	25.4	103.833	24.9
Población de mujeres en edad fértil (10 - 49 años)	137.594	33.5	139.218	33.3
Población de 60 y más años	41.358	10.1	42.869	10.3
Población menor de 13 años	89.318	21.7	88.569	21.2
Población de adolescentes (13-18 años)	45.097	11.0	45.399	10.9
Tasa de crecimiento anual de la población	1.01		1.02	

Fuente: DANE. Proyecciones de municipales de población por sexo y grupos de edad.

La población de la Ciudad de Pasto se caracteriza en su mayoría por poseer una cultura religiosa católica, siendo este un factor que denota gran apreciación de la arquitectura religiosa de la ciudad y alta participación en fiestas patronales. Con respecto a este atributo, la agencia diseñará paquetes especializados en este tipo de eventos dirigidos al turismo emisor, al generarse gran interés por destinos como Popayán, Buga, las Lajas, la Catedral de sal de Zipaquirá, entre otros.

En cuanto a la estratificación, el Municipio de Pasto está dividido en: Estrato 1 (22,6), Estrato 2 (42,4%), Estrato 3 (24,3%), Estrato 4 (7,9%), Estrato 5 (2,8%) y Estrato 6 (0,3). Frente a esta categorización, la agencia de viajes encaminará sus esfuerzos al segmento de mercado de población general definido por los estratos 4, 5 y 6, ya que estos poseen un

mayor poder adquisitivo y una disposición a realizar viajes con un nivel de frecuencia más elevado que los otros estratos (1, 2 y 3).

El nivel educativo de la población de Pasto para el año 2010 fue de: Preescolar (4,4%), Básica primaria (38,5%), Secundaria (31,6%), Media Técnica (3,6%), Normalista (0,2%), Superior y Postgrado (15,9%) y Ninguna (5,8%). Con respecto a la información anterior, la agencia se enfocará en los segmentos de secundaria, media técnica y superior y postgrado, ya que estos poseen una mejor percepción de lo que implica un viaje y la importancia del aprovechamiento del tiempo libre.

Factores tecnológicos.

La Ciudad de Pasto cuenta con iniciativas tecnológicas lideradas por los entes territoriales y empresas privadas que buscan generar oportunidades y soluciones a la población; dentro de estas iniciativas se encuentra un trabajo conjunto con Parque Soft, quien hace parte de las organizaciones que generan proyectos dirigidos a la población nacional y local. Dentro de sus proyectos se encuentra ViveLab Nariño, Nariño Vive Digital, Plan Minga Tic y diferentes programas sociales en los que la prioridad es capacitar a la población para el manejo de las tecnologías, generando innovación tecnológica en la región.

A su vez, los entes estatales y el sector privado relacionado con las tecnologías de la región han desarrollado el “Plan Industria TIC y Contenidos digitales de Nariño”, el cual busca generar espacios apropiados para la sinergia entre el gobierno, la academia y las empresas, dando como resultado oportunidades para los jóvenes de Pasto y Nariño y la posibilidad de crear nuevas tecnologías que impulsen al territorio.

Con respecto a lo anterior la agencia de viajes toma en cuenta la importancia del desarrollo de nuevas tecnologías en la región, lo cual incentiva al turista a visitar a la Ciudad de Pasto, pues muchos visitantes prefieren acudir a destinos que posean tecnologías informáticas. Además la organización buscará estar informada acerca de los programas que

generen estos entes públicos para acceder a ellos en temas de capacitación, tratando siempre de estar actualizados tecnológicamente por medio de la implementación de dichos avances al funcionamiento de la agencia.

Finalmente estos adelantos tecnológicos facilitan la adquisición de los programas con los cuales operará la agencia de viajes, puesto que Amadeus y las plataformas tecnológicas de reservas online, requieren una estructura especializada de telecomunicaciones.

Resultados.

El análisis PEST realizado anteriormente ha sido una herramienta que permite a la Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto obtener las bases necesarias para examinar el mercado que la rodea, las variables positivas y negativas que la pueden afectar, los posibles cambios poblacionales y económicos, algunos probables variaciones en las normas y políticas empresariales y las oportunidades en materia tecnológica que se pueden presentar a nivel local y nacional.

Con base en este análisis se puede observar que la población de la Ciudad de Pasto posee una estratificación y un nivel educativo que posibilita la entrada de la Agencia de Viajes al mercado local, pues los ciudadanos cuentan con una apreciación adecuada del ocio y el tiempo libre.

A su vez las normas generales que rigen al Sector turístico nacional y local permiten la entrada de esta empresa al medio del turismo.

Además se ha presentado sinergia entre los entes públicos y privados para el trabajo en conjunto por la mejora del sector turístico en la región y la generación de desarrollo tecnológico que beneficia a la población y a las industrias del Departamento de Nariño y de la Ciudad de Pasto, por medio de capacitaciones, talleres y programas para promover la innovación y el emprendimiento.

Por su parte el ámbito económico denota un crecimiento en el turismo receptivo a nivel nacional, a causa del cambio en las divisas, lo cual favorece a la entrada de turistas al territorio y beneficia a la realización de turismo interno.

Finalmente se puede decir que el entorno externo que rodea a la organización es favorable, tomando en cuenta que los factores económicos, sociales, tecnológicos y políticos pueden cambiar, pero no afectarían de manera notoria el desarrollo de las actividades de la empresa.

Análisis DOFA.

La matriz DOFA o FODA es una herramienta utilizada para realizar análisis de los entornos (Interno y Externo) que rodean a la empresa y de esta manera desarrollar estrategias adecuadas a las necesidades de la organización.

En el entorno interno se estudian las Debilidades y Fortalezas que posee la compañía, y en el entorno externo se observan las Amenazas y Oportunidades que este le brinda a la entidad para el desarrollo de sus actividades.

Con base en la aplicación de la Matriz DOFA, se formularán estrategias que permitan a la Agencia de Viajes sobresalir en el entorno cambiante de la industria turística.

Análisis interno.

Debilidades:

1. La Agencia de viajes no cuenta con un Código IATA propio.
2. Ser una empresa nueva en un mercado establecido.
3. Los productos son semejantes a los de la competencia.
4. Disponer de recursos económicos limitados.
5. No se contará con la tecnología adecuada para competir con los motores de búsqueda online

Fortalezas:

1. La Agencia de viajes hace parte de un grupo empresarial de gran importancia en la ciudad de Pasto.
2. El proyecto cuenta con buena planeación para ser implementado.
3. Se contará con personal calificado para cada uno de los perfiles diseñados.
4. Afiliación a agencias mayoristas.
5. Los productos serán adquiridos por parte de los accionistas de la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto.
6. Desarrollo de productos de turismo local.

Análisis externo.**Amenazas:**

1. Poca aceptación por parte de la demanda.
2. Amplia competencia en la industria.
3. Variación constante en las divisas.
4. Precios elevados en temporadas altas por parte de nuestros proveedores.
5. Motores de búsqueda online especializados y con trayectoria en el mercado.
6. Recesión económica por reformas tributarias en Colombia.
7. Problemas sociales y políticos a nivel nacional e internacional.

Oportunidades:

1. Crecimiento de la industria a nivel regional, nacional e internacional.
2. Incremento del presupuesto nacional para la promoción del turismo.
3. La competencia cuenta con poca oferta de turismo local.
4. Participación en eventos empresariales que facilitan la consolidación de alianzas.
5. Apertura del turismo en las zonas de post-conflicto.

Estrategias.

Cuadro 7: Estrategias análisis DOFA

		INTERNO	
		DEBILIDADES	FORTALEZAS
INTERNO	OPORTUNIDADES	DO 1: Generación de Alianzas con agencias mayoristas para acceder al código IATA.	OF 1: Participación en eventos empresariales como representantes de la STTP, facilitando las alianzas con otros operadores nacionales.
		DO 2: Crear productos a nivel local y en zonas de Post-conflicto, diferenciados de los que ofrece la competencia.	OF 2: Generación de valor agregado por medio de la calidad en el servicio, para una industria en crecimiento.
	AMENAZAS	DA 1: Establecimiento de una alianza con empresas mayoristas que posean motores de búsqueda online especializados.	FA 1: Realizar una campaña publicitaria para dar a conocer que la Agencia de viajes pertenece a la STTP
		DA 2: Investigar detalladamente el mercado para identificar las tendencias y añadir valor agregado a los productos ofertados.	FA 2: Desarrollar una alianza con agencias mayoristas con trayectoria en el sector; de esta manera la Agencia de viajes competirá con mayor firmeza en la industria.

Matriz CAME.

El análisis CAME es una herramienta que busca generar actividades que permitan Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar las variables obtenidas a partir de la aplicación de la Matriz DOFA.

Con base en este estudio los ejecutores del proyecto Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transporte de Pasto desarrollaran las acciones pertinentes para gestionar los distintos entornos que afectan positiva y negativamente a la organización, permitiendo así proyectar un posible plan de mejoramiento.

A continuación se desarrolla un esquema en el que se aprecia las variables de la Matriz DOFA y las acciones del Análisis CAME:

Cuadro 8: *Análisis CAME.*

CAME	Matriz DOFA		ACCIÓN
Corregir	Debilidad	La Agencia de viajes no cuenta con un Código IATA propio.	Afiliar a la agencia a Octopus Travel para validar las reservas aéreas.
		Ser una empresa nueva en un mercado establecido.	Realizar una campaña de Marketing especializada en el mercado corporativo.
		Disponer de recursos económicos limitados.	Incrementar nuestros recursos por medio de turismo receptivo.
		No se contará con la tecnología adecuada para competir con los motores de búsqueda online	Afiliar a la Agencia a Octopus Travel para acceder a sus motores de búsqueda online.
Afrontar	Amenaza	Poca aceptación por parte de la demanda.	Analizar e investigar las tendencias del mercado
		Amplia competencia en la industria.	Afiliar a la Agencia a la Asociación Nacional de Agencias de Viajes y Turismo - ANATO.
		Precios elevados en temporadas altas por parte de nuestros proveedores.	Realizar alianzas con los proveedores para mantener precios estables en temporadas altas.
		Recesión económica por reformas tributarias en Colombia.	Diseñar paquetes turísticos locales de bajo costo.
Mantener	Fortaleza	El proyecto cuenta con buena planeación para ser implementado.	Realizar formulación y ejecución de planes de mejoramiento y retroalimentación constantes.
		Se contará con personal calificado para cada uno de los perfiles diseñados.	Capacitar periódicamente al personal de la entidad para mejorar la calidad de su perfil.
		Los productos serán adquiridos por parte de los accionistas de la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto.	Desarrollar planes de incentivos, ofertas y programas de ahorro para viajes.
		Desarrollo de productos de turismo local.	Realizar constante investigación de destinos locales para diseño de nuevos paquetes turísticos.

Explotar	Oportunidad	Incremento del presupuesto nacional para la promoción del turismo.	Realizar paquetes turísticos dirigidos a los destinos promovidos por el Gobierno Nacional.
		Participación en eventos empresariales que facilitan la consolidación de alianzas.	Asistir a los eventos nacionales programados por el Estado y las Agremiaciones del sector turístico.
		Apertura del turismo en las zonas de post-conflicto.	Crear paquetes turísticos especializados en el Post-Conflicto o en sus zonas.

Matriz de las 5 fuerzas de Porter.

La matriz de las 5 fuerzas es una teoría propuesta por el economista e investigador Michael Porter, la cual ayuda a analizar la industria y el mercado por medio de las siguientes variables: Poder de Negociación de los Proveedores, Poder de Negociación de los Compradores, Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores, Amenaza de productos sustitutos y Rivalidad Competitiva.

Con base en lo anteriormente dicho, se desarrollará un análisis que permitirá identificar el entorno que rodea a la Agencia de Viajes, y por lo tanto reconocer las oportunidades y amenazas a las que se enfrentará.

Los autores del presente documento han identificado como parte clave para el desarrollo del proyecto realizar la identificación de las diferentes variables que hacen parte de las 5 fuerzas de Porter, de tal manera que se pueda obtener información clara acerca de los entornos que influyen a la Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto.

A continuación se presenta la descripción de las 5 fuerzas de Porter aplicadas al proyecto.

Poder de negociación de los proveedores.

Los proveedores que influirán en el funcionamiento de la Agencia de Viajes adscrita a la STTP son: Medios de Transporte aéreo y terrestre, restaurantes, hoteles, guías turísticos, entre otros.

MEDIOS DE TRANSPORTE AÉREO: Avianca, Satena, LAN, Copa Airlines, TACA, Viva Colombia, Aires, Easy Fly, entre otros.

Avianca: Esta aerolínea posee uno de los servicios de lujo más reconocidos del país, por ello maneja precios muy altos en el mercado. A su vez tiene como fortaleza contar con rutas a las Capitales de la mayoría de departamentos en Colombia y a destinos de difícil acceso para otras aerolíneas, además de contar con vuelos regionales, nacionales e internacionales.

La capacidad de negociación que tiene esta aerolínea se relaciona con la reserva de tiquetes de lujo con anticipación, permitiendo al cliente obtener descuentos en estos servicios.

Satena: Esta empresa posee vuelos a algunos destinos comerciales, pero se caracteriza por poseer rutas a destinos de difícil acceso en el país, siendo este su valor agregado. Además maneja tarifas de tiquetes de valor medio en el mercado, lo cual atrae una alta demanda. A pesar de ello cuenta con muy pocos aviones para realizar sus viajes, lo cual genera dificultades en el momento de reservar o de obtener los vuelos.

Su capacidad de negociación radica en contar con rutas de difícil acceso, haciéndola una agencia importante para paquetes turísticos dirigidos a destinos poco comerciales.

Viva Colombia: Esta aerolínea se caracteriza por contar con vuelos de muy bajo costo en el mercado dirigidos a destinos altamente comerciales en el país. No cuenta con rutas internacionales y no posee rutas alternas a destinos de difícil acceso.

El poder de negociación de esta empresa reside en los bajos costos de sus vuelos, lo cual le da gran importancia para la Agencia de viajes, pues por medio de esta se pueden diseñar paquetes turísticos de muy bajo costo.

LAN: Esta empresa posee rutas regionales, nacionales e internacionales, además de contar con servicios de lujo y precios medios según la temporada de estos. Esta aerolínea es muy importante para la Agencia y su poder de negociación es medio, ya que sus precios y sus vuelos generan comodidad y economía para el cliente.

Poder de Negociación de proveedores de transporte aéreo: las aerolíneas con las que se relacionará en un futuro la Agencia de Viajes, tienen un poder de negociación medio, ya que existen varias aerolíneas que compiten entre sí en temas de costos, calidad de servicio y rutas complementarias, por lo tanto, la agencia de viajes tienen posibilidades de obtener los tiquetes de acuerdo a los requerimientos de nuestros clientes de manera sencilla.

MEDIOS DE TRANSPORTE TERRESTRE: Transipiales, Cootranar, Fronteras, Expreso Bolivariano, Magdalena, Valle de Atríz, Transandoná, entre otros.

Transipiales: Esta empresa dirige sus servicios al transporte de pasajeros a rutas locales e interdepartamentales, expandiendo cada vez más sus trayectos a departamentos alejados de Nariño. Cuenta con tarifas de nivel medio en el mercado y la calidad de sus servicios varían según recorrido, destino y tipo de vehículo.

El grado de negociación con el que cuenta esta empresa es medio, ya que existen empresas competidoras que ofrecen los mismos servicios y al mismo precio, pero muchas no poseen las rutas con las que cuenta Transipiales.

Cootranar: Las rutas que esta empresa maneja son dirigidas a municipios del Departamento de Nariño, a excepción de Cali y Popayán, haciéndola una de las que cuenta con servicios de alta calidad en el Departamento. Su grado de negociación es medio, ya que

existen otras empresas en el mercado que ofrecen las mismas rutas, pero se diferencia por sus vehículos, servicios novedosos y calidad en la atención al cliente.

Expreso Bolivariano: Esta empresa dirige sus rutas a destinos nacionales y algunos internacionales, convirtiéndola en la única empresa de transporte terrestre ubicada en Nariño con recorridos a lugares fuera del país, además de contar con servicios de lujo y excelente calidad en la atención al público. El nivel de negociación de Expreso Bolivariano es alto, puesto que los productos que este ofrece tienen un gran diferenciador con respecto a los que se encuentra en el mercado nariñense.

Valle de Atríz: El servicio que ofrece esta compañía está dirigido a municipios cercanos a la capital del departamento de Nariño, especializándose en estos, con bajos costos, excelente servicio y vehículos cómodos para los clientes. Su capacidad de negociación es medio, ya que poseen rutas comerciales y otras alternas a las que la competencia no se dirige.

Transandoná: Las rutas a las cuales se dirige esta organización son de gran reconocimiento en el departamento de Nariño, haciendo a esta empresa la clave para llegar a estos destinos, puesto que otras compañías no realizan trayectos a estos lugares. Su nivel de negociación alto, ya que al no existir competencia que oferte estas rutas, Transandoná puede modificar los costos del transporte y sus horarios en cualquier momento del año.

Poder de Negociación de proveedores de transporte terrestre: Las empresas de transporte terrestre con las que posiblemente cuente la agencia de viajes tienen un poder de negociación medio, ya que todas ofrecen distintos trayectos y calidad de servicio, además de que en conjunto elevan sus tarifas en las temporadas altas del año, por lo cual la agencia deberá realizar convenios o alianzas con dichas empresas para obtener estabilidad en los precios en temporadas altas y descuentos en los servicios especiales o de alta calidad.

RESTAURANTES Y HOTELES: Las empresas hoteleras y de restauración varían en cuanto a categorías, calidad y precios en el mercado de cada ciudad, por lo tanto el

presente análisis no profundizará en establecimientos concretamente, sino que se tomará en cuenta la afluencia futura de turistas a las distintas empresas turísticas.

Este tipo de proveedores distan un poco de la relación directa con la agencia, por lo que los convenios y alianzas quedarán descartadas en un principio, tomando en cuenta que la contratación de este tipo de servicios se realizará de acuerdo a las necesidades de los clientes, basándose en la calidad, disponibilidad y precios que cada uno de estos maneje.

Como estrategia futura se tomará en cuenta la continuidad con que se contraten los servicios en determinados hoteles y restaurantes, de tal manera que al convertirnos en sus clientes frecuentes, se pueda establecer un convenio que permita acceder a sus servicios de una manera más fácil y económica.

Poder de Negociación de proveedores de restaurantes y hoteles: Los proveedores de este tipo de servicios poseen una capacidad de negociación media, a causa de la dificultad de acceder a estos en las temporadas altas, independientemente de sus categorías, calidad y precios.

GUÍAS TURÍSTICOS: A nivel nacional, existen asociaciones que trabajan en el tema de guianza turística, pero en cada región se dificulta encontrar guías turísticos certificados, siendo este un problema para generar convenios en la prestación de este servicio; a su vez los paquetes turísticos sólo contarán con el servicio de guianza, en el caso de ser solicitados explícitamente por los usuarios.

Adicionalmente es necesario tomar en cuenta que los servicios de guianza turística estarán ligados al destino al que se dirija el paquete, por lo cual los guías turísticos deberán ser habitantes o nativos de dichos lugares.

Poder de Negociación de proveedores de Guías turísticos: Este tipo de prestadores de servicios poseen una capacidad de negociación baja, a causa de que existen pocos guías

certificados tanto nacional como internacionalmente, además de que sus servicios en muchos casos no son solicitados por los usuarios.

La agencia de viajes buscará identificar a este tipo de prestadores de servicios en los destinos turísticos más visitados y generará convenios con ellos para acceder a sus servicios de manera estable, sin importar la temporada en que se soliciten.

Poder de negociación de los compradores.

Los compradores de los servicios de la agencia de viajes están divididos en dos tipos de clientes: corporativos y público en general, lo cual divide su capacidad de negociación.

Este tipo de división se ha realizado a causa de la diferencia de estrategias que requerirá cada uno de estos clientes, además de la relevancia que tendrán los clientes corporativos adscritos a la STTP, al ser nuestros principales compradores.

CLIENTES CORPORATIVOS: Este tipo de compradores están catalogados principalmente en socios de la Terminal de Transportes de Pasto, sede administrativa de la STTP, empresas interesadas en adquirir paquetes turísticos corporativos.

Socios Terminal de Transportes de Pasto: los accionistas de esta sociedad están divididos en: Alcaldía Municipal, Ministerio de Transporte, Particulares, Empresas de transporte adscritas al Terminal, Gobernación de Nariño, Empresas de transporte urbano y Empresas particulares.

Estas empresas asociadas a la STTP serán unos de los principales clientes a los cuales se dirigirá la agencia de viajes, puesto que estas entidades al ser reconocidas y al requerir dentro de sus actividades el desplazamiento de su talento humano, dirigen un porcentaje de presupuesto para viajes de reuniones, capacitaciones, negocios, entre otros.

Poder de Negociación de Socios Terminal de Transportes de Pasto: La capacidad de negociación de este tipo de clientes es alta, ya que este es nuestro público objetivo y su

decisión de contratar los viajes por medio de la agencia afecta de manera significativa el funcionamiento de esta.

Por ello la agencia dirigirá incentivos y convenios a este tipo de entidades para generar una fidelización que establezca la compra de nuestros servicios.

Otras empresas interesadas en adquirir paquetes turísticos corporativos: En la ciudad de San Juan de Pasto existe una cantidad importante de organizaciones que están interesadas en adquirir tiquetes aéreos o realizar viajes de incentivos, reuniones, negocios, entre otros, por lo cual la agencia de viajes los tiene en cuenta como usuarios potenciales a los cuales se puede dirigir determinadas estrategias de ventas.

Poder de Negociación de Otras empresas interesadas en adquirir paquetes turísticos corporativos: El nivel de negociación de estas empresas es medio, ya que pueden no contar con un presupuesto dirigido a los servicios que la agencia de viajes oferta o dentro de sus actividades de recreación no están estipulados los viajes, haciendo que este público sea variable y que sus compras no sean seguras.

Para ello la agencia de viajes visitará a las entidades para ofertar los servicios y persuadir a los clientes corporativos para que adquieran los planes y paquetes que la agencia dirige a ellos.

PÚBLICO EN GENERAL: Este público es catalogado por la agencia de viajes como la población de la ciudad de San Juan de Pasto económicamente activa y que pertenezca a los estratos 3, 4,5 y 6, los cuales posean la disponibilidad de tiempo e interés en realizar viajes de negocio, visita de familiares o recreación.

Poder de Negociación de público en general: La capacidad de negociación de este nicho de mercado es media, pues pueden realizar comparación de precios con respecto a la competencia y pueden no estar interesados en nuestros servicios por diversos motivos. A

pesar de ello, al no ser el público principal de la agencia de viajes, no afecta en gran medida el funcionamiento de esta.

En el presente caso, la agencia realizara campañas publicitarias que permitan captar un mayor porcentaje de este tipo de clientes, permitiéndole incrementar la visita de estos y la adquisición de los servicios.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

La amenaza de entrada de nuevos competidores al mercado es alta, ya que existen barreras de entrada al gremio de las Agencias de Viajes, pero por medio de convenios y alianzas se pueden superar. Algunas barreras de entrada para las operadoras de turismo son: Obtención de código IATA, Normas Técnicas de Sostenibilidad para Agencias de Viajes, Impuestos para creación de empresas, Registro Nacional de Turismo, entre otros.

Por otra parte, el turismo en Colombia está creciendo exponencialmente y esto abre puertas a la creación de nuevas empresas en el sector. Según Confecámaras en el año 2014 se registraron 5.148 agencias de viajes y turismo, en 2015 se matricularon 5.864 y en el presente año existen 6.201 agencias en todo el país, las cuales obtienen cerca de 3.000 millones de dólares anuales en venta de tiquetes aéreos, hoteles y paquetes turísticos (Anato, 2016).

Amenaza de productos sustitutos

Los productos sustitutos que pueden representar una amenaza para la Agencia de Viajes adscrita a la STTP son: los Motores de búsqueda online para vuelos, restaurantes, hoteles y otros servicios turísticos, siendo estos una amenaza alta para la empresa.

MOTORES DE BÚSQUEDA ONLINE: Este servicio permite a los clientes potenciales comprar por si mismos los servicios turísticos que deseen, sin necesidad de acudir a ningún intermediario, por lo tanto son un producto sustituto que ha tomado gran fuerza con respecto a la población joven que maneja de manera adecuada las TIC.

Dentro de los motores de búsqueda más reconocidos nacionalmente se encuentran: Despegar.com, Aviatur, Avianca, Atrápalo, Trivago, entre otros. Estas herramientas ofrecen gran variedad de servicios tales como: reservas de tiquetes aéreos, hoteles, restaurantes, alquiler de vehículos, cruceros y actividades complementarias.

Ante estos sistemas de búsqueda la agencia no puede competir con servicios tradicionales y presenciales, por lo tanto implementará la estrategia de desarrollar un motor de búsqueda online o generar una alianza para contar con este servicio.

Rivalidad competitiva.

La rivalidad competitiva a la que se enfrentará la Agencia de Viajes es alta, ya que en la ciudad de Pasto existen gran variedad de agencias dedicadas a la prestación de servicios turísticos, habiendo una oferta que deriva entre agencias mixtas (mayorista y minorista a la vez) como Avianca Tours y Aviatur, y minoristas tales como la Guaneña, Comfamiliar, Camino del Viento, Viajar y Volar, Fajardo Tours, Venecia Tours, Gualcalá, Galeras, Proturna, entre otras.

AGENCIAS MIXTAS: Estas agencias de viaje son empresas que ofertan servicios dirigidos a agencias minoristas y a consumidores finales.

Avianca Tours: Es una agencia de viajes de escala nacional, cuya oferta se basa en la venta de tiquetes aéreos de la empresa Avianca y el diseño de paquetes turísticos dirigidos al público en general y a las agencias minoristas.

Los servicios con los que cuenta Avianca Tours son: Reserva de tiquetes aéreos, paquetes turísticos, reservas hoteleras y alquiler de autos y sus precios varían según temporada, destino y duración del viaje.

Esta entidad dirige sus trayectos a destinos nacionales e internacionales, generando así paquetes turísticos amplios y variados, lo cual le permite ser una de las agencias mixtas de mayor reconocimiento en el país.

Aviatur: Es una de las organizaciones con mayor recorrido y renombre en el sector turístico colombiano; cuenta con agencias de viajes en todo el país, hoteles y un grupo de empresas especializadas y dirigidas al desarrollo del turismo en Colombia, lo cual la hace una empresa integral en el tema turístico.

Dentro de sus servicios como agencia de viajes mixta se encuentran: Reserva de vuelos y hoteles, renta de autos, paquetes turísticos, cruceros, asistencia médica y servicios corporativos.

Los precios de los servicios ofertados por la agencia de viajes Aviatur tienen una variación muy amplia gracias a que esta cuenta con alianzas estratégicas con gran cantidad de aerolíneas a nivel nacional e internacional, además de que el grupo Aviatur es propietario de algunos hoteles en destinos representativos del país, lo cual reduce los costos de estos servicios para poder ofertarlos a precios bajos.

Rivalidad competitiva de las Agencias de viajes mixtas: La rivalidad de estas agencias de viajes es media, puesto que en la ciudad de Pasto existen pocas agencias que se dirigen al sector corporativo, haciendo que los empresarios acudan a este tipo de agencias mixtas para adquirir sus servicios. Sin embargo, estas agencias diseñan paquetes dirigidos a agencias minoristas, lo cual no hace parte de nuestra oferta.

Como respuesta a esta rivalidad, la agencia de viajes adscrita a la STTP realizará periódicamente investigaciones acerca de la oferta de servicios corporativos de la competencia; de esta manera se actualizarán los servicios de la agencia y estando a la vanguardia del sector corporativo.

AGENCIAS MINORISTAS: Estas empresas distribuyen paquetes diseñados por agencias mayoristas y en algunos casos diseñan sus propios paquetes y los ofertan al consumidor final.

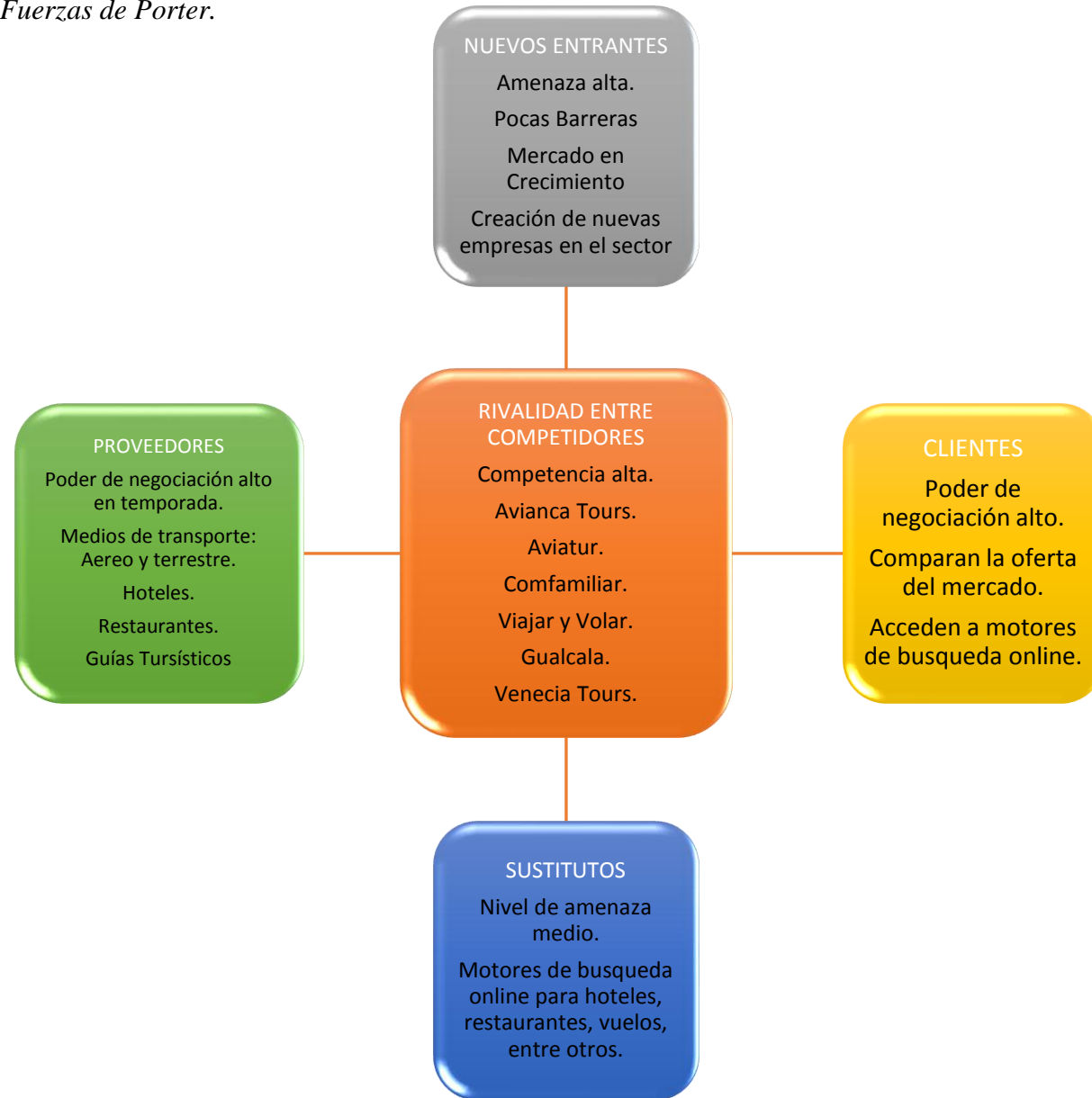
En la ciudad de San Juan de Pasto existen gran variedad de agencias minoristas que ofertan servicios locales, nacionales y en algunos casos internacionales. A continuación se analizarán tres agencias minoristas que según los ejecutores del presente proyecto se consideran rivales para la agencia de viajes adscrita a la STTP.

Comfamiliar: La agencia de viajes Comfamiliar es una unidad estratégica de negocio de la Caja de Compensación Familiar de Nariño, la cual se dedica a generar planes turísticos que promuevan la recreación y bienestar de sus afiliados, siendo este su principal segmento de mercado; sin embargo oferta todos sus servicios al público en general.

Esta agencia posee un portafolio con servicios destinados a la recreación familiar y paquetes corporativos, además oferta la reserva de tiquetes aéreos nacionales e internacionales y créditos por libranza para la compra de planes turísticos.

Viajes Gualcalá: El modelo de negocio con el que trabaja esta agencia de viajes está dirigido principalmente a la intermediación entre los usuarios y las agencias mayoristas para la adquisición y venta de planes y paquetes turísticos, reservas aéreas y hoteleras.

Rivalidad competitiva de las Agencias de viajes minoristas: Existe una rivalidad media con las agencias de viajes minoristas de la ciudad de Pasto, puesto que estas ofrecen los mismos servicios que la agencia a implementar; a pesar de esto la mayoría de agencias no dirigen sus productos o servicios al sector corporativo, siendo este un plus para la agencia de viajes de la Sociedad Terminal de Transporte.

Figura 1: *Matriz 5 Fuerzas de Porter.*

Objetivo 7: Estructurar modelo de negocios

La herramienta Canvas es un modelo de negocio diseñado para observar la forma en que va a operar una organización y de qué manera obtendrá sus ingresos. El esquema de este modelo contiene nueve elementos claves relacionados entre sí, los cuales nos permiten visualizar la rentabilidad, las actividades y socios claves, la propuesta de valor, entre otros.

Con base en esta metodología la agencia de viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes logrará obtener una visión clara de las variables con mayor relevancia en la operación de la agencia, lo cual permitirá a los ejecutores actuar de manera estratégica frente a su entorno interno y externo.

Aliados Clave	Recursos clave	Propuesta de valor	Relación con los clientes	Clientes
Alianza estratégica con Socios de la STTP	Alianza con Octopus Travel. Talento Humano. Planta física. Recursos tecnológicos. Muebles. Herramientas publicitarias.	Brindar a nuestros clientes corporativos la posibilidad de acceder a paquetes turísticos empresariales diseñados y ajustados perfectamente a sus necesidades, además de permitirles obtener tiquetes aéreos a bajos costos y en la fecha y hora deseada.	Personalización del servicio Correo Electrónico Seguimiento del servicio Merchandising Buzón de PQRS	Socios del Terminal de Transportes de Pasto (STTP) y empresas interesadas en los productos de la agencia.
Alianza estratégica con Octopus Travel Alianzas Estratégicas con competidores locales y nacionales.	Actividades clave	Nuestra agencia diseña y promociona paquetes turísticos locales que resaltan la majestuosidad del Departamento de Nariño, además de permitirles a nuestros clientes acceder a destinos Nacionales e internacionales por medio de paquetes innovadores y de fácil acceso.	Canales de distribución	Población que pertenezca a los estratos 4, 5 y 6, con un nivel de formación que varíe entre técnico, tecnólogo y profesional; con una edad entre los 18 y 50 años.
Alianzas comerciales con proveedores: Empresas de transporte, alojamiento, restaurantes, artesanos, Guías turísticos	Planeación de la agencia de viajes Análisis del mercado Evaluación económica Implementación de la agencia Alianzas con proveedores y competidores Identificación del mercado objetivo Capacitaciones Diseño de paquetes especializados Venta de productos y servicios.		Relación directa con los clientes. Página Web. Redes sociales. Stan ANATO. Revistas.	
Estructura de costos		Fuentes de ingreso		
Planta física Equipos tecnológicos Plataforma Amadeus Talento Humano Diseño de Marca Herramientas publicitarias Pago de dominio Pagina Web		Inversión inicial por parte de la STTP Venta de paquetes turísticos individuales y corporativos Venta de tiquetes aéreos, reservas hoteleras.		

Aliados clave:

Alianza Estratégica con socios de la STTP: La Sociedad Terminal de Transportes de Pasto está compuesta por socios que, en su mayoría, hacen parte de entidades estatales, las cuales como parte de sus actividades de desarrollo y operación requieren de traslados a diferentes partes del país por diversas razones. Este tipo de traslados son tomados por la Agencia de Viajes Libertempo como una oportunidad clave para la venta de su servicio de tiquetes aéreos.

Los socios de la STTP hacen parte de los aliados claves, ya que al sostener un convenio con ellos de obtención directa de tiquetes aéreos, planes turísticos y demás servicios que ofrezca la agencia, se beneficiarían las dos partes al obtener el servicio requerido y la utilidad de este.

Alianza estratégica con Octopus Travel: Octopus Travel es una empresa que hace parte del Grupo Aviatur, la cual ofrece sus servicios como consolidador turístico para agencias de viajes y agentes de viajes independientes.

La alianza con esta empresa tiene como fin la obtención del Código IATA, pues éste es necesario para vender tiquetes aéreos y sólo se puede adquirir si la Agencia de Viajes posee al menos diez años de antigüedad. Al no contar con ese requisito para su obtención, es necesario generar una alianza con una agencia que lo pueda facilitar. Para este caso, Aviatur, por medio de Octopus Travel, brinda el Código IATA, permitiendo así a la Agencia de Viajes Libertempo brindar su servicio de venta de tiquetes aéreos.

Alianzas estratégicas con Competidores locales y nacionales: la función de realizar este tipo de alianzas está relacionada con el trabajo en redes, que es una de las nuevas estrategias que utilizan las empresas del Sector turístico para operar de manera fácil, económica y segura en pro del buen servicio y la calidad.

Las alianzas con competidores nacionales permiten a la Agencia de Viajes Libertempo ofrecer paquetes de turismo local en otras ciudades, de tal manera que las agencias aliadas pertenecientes a otras ciudades envíen turistas interesados en el destino Nariño y sean atendidos por Libertempo.

Del mismo modo las alianzas con Agencias locales actúan en caso de contar con un número elevado de turistas y no poder brindar la cantidad de servicios requeridos, de tal manera que no se pierda la oportunidad de recibir a los turistas y se realice una adaptación por parte de las agencias aliadas.

Alianzas comerciales con Proveedores: Este tipo de alianzas buscan generar algún tipo de descuentos o “plus” en la entrega de los servicios a los turistas, por lo cual se espera crear alianzas con empresas de transporte aéreo y terrestre, hoteles y hostales, restaurantes y bares, artesanos y guías turísticos, entre otros.

Estructura de costos

Los elementos que representan un costo o un gasto para la Agencia de viajes Libertempo son: Planta física, Equipos tecnológicos, Plataforma Amadeus, Talento Humano, Diseño de Marca, Herramientas publicitarias, Pago de dominio Pagina Web.

Recursos clave:

Alianza con Octopus Travel: Este recurso permitirá a la Agencia de Viajes Libertempo validar la Venta de Tiquetes Aéreos, por medio del código IATA brindado por la empresa Octopus Travel del Grupo Aviatur.

Talento Humano: Este recurso es uno de los más importantes para la Agencia, ya que el talento humano es clave en todos los procesos que hacen parte de la operación de la organización; sus habilidades y buena atención generarán en el cliente un vínculo con la empresa.

Para que este recurso funcione de manera adecuada, es indispensable la constante capacitación y el control de cada uno de los procesos del que es responsable el talento humano de la empresa.

Planta Física y Muebles: El recurso de planta física se encuentra proyectado para ser ubicado en el Centro de la Ciudad de Pasto y contará con un espacio adecuado para la buena prestación del servicio de la Agencia. En el tema de muebles se contará con escritorios, sillas ergonómicas, sillas interlocutoras, sillas grupales, archivadoras, entre otros, los cuales permitirán al talento humano trabajar de manera cómoda en su espacio de trabajo.

Recursos tecnológicos: La Agencia de Viajes Libertempo contará con recursos tecnológicos tales como computadores de escritorio y portátiles, impresora, video beam, cámara fotográfica, televisor, teléfonos y datafono, software de Amadeus y licencia del paquete Office, todo esto con el fin de acceder a las redes y realizar procesos de manera actualizada y eficiente.

Herramientas publicitarias: estos recursos generarán la imagen de la Agencia de Viajes Libertempo, por lo cual es de vital importancia prestar atención a cada una de las herramientas que pueden hacer a la empresa visible en el mercado físico y virtual. Dentro de las herramientas que se utilizarán está el diseño de la marca, el diseño del portafolio de servicios, la impresión del portafolio, el diseño y puesta en marcha de la Página Web, la elaboración de pendones y tropezones, la elaboración de elementos de merchandising, entre otros instrumentos para promocionar los servicios de la empresa.

Clientes:

Los clientes que se han definido como nicho de mercado para la Agencia de Viajes Libertempo son: Socios del Terminal de Transportes de Pasto (STTP) y empresas interesadas en los productos de la agencia.

Población que pertenezca a los estratos 4, 5 y 6, con un nivel de formación que varíe entre técnico, tecnólogo y profesional; con una edad entre los 18 y 50 años.

Actividades clave:

Planeación de la Agencia de Viajes: Esta actividad es la que da inicio a la formación y creación de la empresa, ya que en ella se realizan estudios y estrategias que le permiten a los encargados de administrar la organización visualizar el entorno y las variables que afectan el funcionamiento y los procesos de la empresa.

Análisis del Mercado: Este análisis le permite a la Agencia conocer el medio en el cual se va a desempeñar, el tipo de clientes que pueden acceder a sus servicios y la competencia a la que se enfrentará.

Evaluación económica: este estudio permite al administrador o ejecutor del proyecto conocer los costos y gastos en que se debe incurrir para la puesta en marcha de la Agencia.

Implementación de la Agencia: Este es uno de los procesos más importantes para el proyecto, ya que en él se pone en marcha a la agencia y se aplican todos los análisis y estudios realizados en el proceso de planeación.

Alianzas con proveedores y competidores: La visita a proveedores y competidores para generar alianzas es una actividad muy importantes, pues esta permite a la agencia contar con empresas que le permitan trabajar de manera más eficiente y efectiva, obteniendo beneficios para los clientes, para los proveedores, competidores y para sí misma.

Diseño de paquetes especializados: El diseño de paquetes permite a la Agencia ofertar productos, servicios y destinos requeridos específicamente por el cliente y adaptados a sus necesidades. Este servicio genera fidelización en los clientes ya que existe una relación más cercana entre el asesor y el usuario, permitiendo conocer sus gustos, perfil de compra, preferencias, etc.

Identificación del mercado objetivo: esta actividad clave permite a la Agencia conocer a qué tipo de clientes dirigirá sus servicios, logrando así establecer un perfil de cliente y las estrategias para llegar a él.

Capacitaciones: Esta actividad genera como resultado un talento humano adaptado a las necesidades de la empresa, del cliente y del mercado. Para ello es necesario analizar en qué temas se requiere capacitar y reforzar a los colaboradores de la organización, de tal manera que las capacitaciones sean efectivas.

Venta de productos y servicios: Esta actividad es la que permitirá a la empresa obtener las utilidades que requiere para seguir funcionando.

Propuesta de valor:

La propuesta de valor que diferenciará a la Agencia de Viajes Libertempo es: “Brindar a nuestros clientes corporativos la posibilidad de acceder a paquetes turísticos empresariales, diseñados y ajustados perfectamente a sus necesidades, además de permitirles obtener tiquetes aéreos a bajos costos y en la fecha y hora deseada.

Nuestra agencia diseña y promociona paquetes turísticos locales que resaltan la majestuosidad del Departamento de Nariño, además de permitirles a nuestros clientes acceder a destinos Nacionales e internacionales por medio de paquetes innovadores y de fácil acceso.”

Relación con los clientes:

Personalización del servicio: la personalización del servicio es una de las actividades por medio de la cual se relacionará la empresa con sus clientes, ya que este servicio permite que el cliente, acompañado del asesor comercial, cree el paquete que él considere adecuado a sus necesidades. Este proceso genera una relación más directa con el usuario, permitiendo que se creen lazos de fidelización.

Correo Electrónico: esta herramienta digital permitirá a la Agencia resolver y atender cualquier inquietud, queja o solicitud, sin necesidad de que el cliente visite el local comercial para recibir información.

Seguimiento del servicio: el seguimiento del servicio entregado le ayudará a la Agencia a conocer cualquier contratiempo que se presente en el proceso, de tal manera que se conozca el nivel de satisfacción del cliente, cualquier sugerencia y se puedan aplicar mejoras en los servicios.

Merchandising: esta estrategia de fidelización hace referencia a la entrega de regalos con la marca de la empresa a los clientes, de tal manera que se genere un recuerdo de la experiencia y de quien se las facilitó.

Buzón de PQRS: El buzón de preguntas, quejas, reclamos y sugerencias es una herramienta que permite a la empresa generar cambios y mejoras a los procesos que están desarrollándose dentro de esta. Por medio de este buzón se puede brindar información más detallada de los servicios, resolver cualquier inconveniente surgido en la prestación de un servicio y mejorar en cuanto a las recomendaciones que han hecho los clientes.

Fuentes de ingreso:

Las fuentes de ingreso que permitirán la puesta en marcha y la operación apropiada de la Agencia de Viajes Libertempo son: Inversión inicial por parte de la STTP, Venta de paquetes turísticos individuales y corporativos, Venta de tiquetes aéreos, reservas hoteleras.

Canales de distribución:

Relación directa con los clientes: La agencia de viajes Libertempo utilizará como canal de distribución la relación directa con los clientes, por medio de la atención personalizada en el local comercial, correo electrónico y la página web.

Página Web. Redes sociales: la Pagina web y las redes sociales generarán una imagen más dinámica de la agencia, subiendo en ellas fotografías y videos de los servicios que se

prestan, tips de viajero, información interesante acerca de distintos destinos turísticos, entre otros contenidos que llamarán la atención de los clientes potenciales y reales.

Stan ANATO: La Vitrina Turística ANATO es una feria que se realiza anualmente en la capital del país, en la cual diversas empresas públicas y privadas del sector turístico presentan sus productos y servicios. Este evento es vital para cualquier empresa que haga parte del sector turismo en Colombia, por lo cual es indispensable que la Agencia de Viajes Libertempo programe visitas con muestras de su portafolio, para generar alianzas con proveedores y competidores de diferentes partes del país.

Revistas: las revistas harán parte de los canales de distribución que utilizará la Agencia de Viajes Libertempo, por lo cual se requiere realizar un análisis adecuado de cuáles son las más apropiadas para acercarse al público objetivo y pautar de manera exitosa.

Objetivo 8: Elaborar presupuesto

Un presupuesto es una herramienta que le permite a los planificadores y ejecutores de un proyecto tener claro cuáles serán los costos fijos y variables en los que se debe incurrir para el correcto funcionamiento de la empresa.

Para la Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto, los planificadores del proyecto diseñaron una tabla de costos fijos y variables que abarca cada uno de los gastos en equipos, software especializado, mobiliario, gastos operativos, entre otros.

Tabla 4: *Presupuesto.*

ACTIVOS FIJOS			
Equipos de oficina			
Detalle	Cant	Valor Unitario	Valor Total
Computador Escritorio	3	1.300.000	3.900.000
Computador Portátil	1	1.300.000	1.300.000
Impresora	1	1.500.000	1.500.000
Televisor Led	1	2.000.000	2.000.000
Teléfonos	3	50.000	150.000
TOTAL		6.150.000	8.850.000
Mobiliario			
Detalle	Cant	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios	4	700.000	2.800.000
Sillas Ergonómicas	4	236.000	944.000
Sillas Interlocutoras	6	125.000	750.000
Sillas Grupales	2	285.000	570.000
Archivadores	2	318.000	636.000
Mesa de Centro	1	150.000	150.000
TOTAL		1.814.000	5.850.000
ACTIVOS VARIABLES			
Gastos Operativos			
Detalle	Meses	Valor Unitario	Valor Total
Arrendamiento	6	1.000.000	6.000.000
Servicios públicos	6	300.000	1.800.000
Nomina OPS	6	4.800.000	28.800.000
Papelería	6	150.000	900.000
Programa Amadeus		1.100.000	1.100.000
Otros	6	100.000	600.000
TOTAL		7.450.000	39.200.000

Legalización

Detalle	Valor Unitario	Valor Total
Cámara de Comercio	350.000	350.000
Notaria	10.000	10.000
RNT	150.000	150.000
Secretaria de Hacienda	200.000	200.000
Banco	50.000	50.000
TOTAL	760.000	760.000

Diseño y Publicidad

Detalle	Valor Unitario	Valor Total
Diseño Marca y logotipo		
Diseño Portafolio		
Diseño de Folletos	500.000	500.000
Diseño Tarjetas		
Diseño de Pendones		
Diseño Pagina Web	1.200.000	1.200.000
Personalización Redes Sociales	50.000	50.000
Impresiones Portafolios	1000 1.400	1.400.000
Impresiones Tarjetas Presentación	1000 90	90.000
Impresión folletos	1000 1.000	1.000.000
Impresión pendón	1 150.000	150.000
ANATO	2.000.000	2.000.000
TOTAL	3.902.490	6.390.000

TOTAL PRESUPUESTO PUESTA EN MARCHA

21.850.000

PROYECTO

TOTAL ACTIVOS VARIABLES 1 MES

7.450.000

TOTAL

29.300.000

TOTAL PRESUPUESTO FUNCIONAMIENTO

39.200.000

(6 meses)

Objetivo 9: Establecer la estructura organizacional de la Agencia de Viajes

La Terminal de Transportes de Pasto, con base en la asesoría brindada por la Cámara de Comercio de Pasto, decidió no crear una empresa adscrita a la Sociedad, sino generar un bien perteneciente a la entidad, de tal manera que éste sea una rama dependiente de los administrativos de la Terminal, por lo cual poseerá el mismo reglamento interno (Anexo B: Reglamento interno).

Organigrama Agencia De Viajes.

Un organigrama empresarial hace referencia a un esquema que permite comprender fácilmente cual será el nivel jerárquico de los cargos dentro de una empresa y cuál es la relación entre cada uno de ellos.

Por decisión de la administración de la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto, la Agencia de Viajes contará con una división organizacional funcional, iniciando en la parte superior con el cargo del Administrador, el cual depende directamente del Jefe del Área administrativa y financiera de la Sociedad. A continuación se encuentra el cargo de técnico administrativo y por último el auxiliar de aseo.

Figura 2: *Esquema de organigrama.*



Perfiles.

Los perfiles laborales permiten a los administradores de una empresa establecer las características que debe tener el talento humano perteneciente a la organización, de tal manera que puedan contar con la experiencia y las habilidades necesarias para desarrollar de manera eficiente el cargo que se les asignará.

Para el buen funcionamiento de la Agencia de viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes, se establecieron los siguientes perfiles:

Perfil Administrador.

1. Identificación del empleo.

NIVEL:	Profesional
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Administrador
DEPENDENCIA:	Agencia de Viajes y Turismo Libertempo
CARGO DEL JEFE INMEDIATO:	Jefe Área Administrativa y Financiera

2. Propósito Principal.

Analizar, planificar, ejecutar, controlar, liderar, negociar y tomar decisiones en pro del buen funcionamiento y el cumplimiento de los objetivos de la Agencia de Viajes y Turismo Libertempo.

3. Obligaciones Esenciales.

- 1.** Administrar, dirigir, controlar y evaluar el desarrollo de los programas, los proyectos y las actividades de la agencia de viajes y del personal a su cargo.
- 2.** Proponer e implementar estrategias que fortalezcan el proceso de presentación de los servicios de la agencia de viajes.
- 3.** Asistir a las reuniones, cuando sea solicitado, presentando siempre los informes referentes a la agencia de viajes.

4. Preparar y presentar a Gerencia, en conjunto con el jefe del área administrativa y financiera, informes periódicos, sobre los aspectos financieros y presupuestales de la agencia de viajes.
5. Diseñar y presentar estrategias para optimizar el capital de la agencia de viajes.
6. Dirigir la ejecución y el control del Presupuesto de la agencia de viajes.
7. Elaborar, con el Jefe Administrativo y financiero y el Contador, el proyecto de presupuesto de ingresos, gastos e inversiones de la agencia de viajes.
8. Orientar, supervisar y coordinar el desarrollo de las actividades laborales del personal a su cargo.
9. Reportar oportunamente al Jefe Administrativo y Financiero lo referente a novedades en la nómina del personal de la agencia de viajes.
10. Controlar y verificar diariamente, las novedades relacionadas con el cumplimiento del horario, las ausencias injustificadas y el incumplimiento del Reglamento Interno de Trabajo del talento humano a su cargo.
11. Adelantar dentro del marco propio de su dependencia, las gestiones necesarias para asegurar el oportuno cumplimiento de los planes, programas y proyectos.
12. Informar oportunamente al Jefe Administrativo y Financiero sobre las novedades o irregularidades de la agencia de viajes.
13. Coordinar, controlar y verificar la presentación de información administrativa y financiera.
14. Preparar y presentar los informes requeridos por sus superiores, con la oportunidad y periodicidad indicados.
15. Implementar y realizar la evaluación de desempeño de los trabajadores de la agencia de viajes.
16. Coordinar, controlar y ejecutar los trámites para la contratación de bienes y servicios.

17. Cumplir lo dispuesto en las disposiciones que rigen a la Entidad.
18. Las demás que le sean asignadas por su superior y las que reciba por delegación, acordes con su dependencia.

4. Requisitos de estudios y experiencia

Estudios:

- Título Universitario en Turismo, Administración de Empresas, Administrador Financiero o afines
- Posgrado o especialización, en áreas afines

Experiencia:

Tres (3) años en el desempeño de actividades afines con el cargo, jefe de oficina, asesor o asistente.

Perfil Técnico de ventas.

1. Identificación del empleo.

NIVEL:	Técnico
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Técnico de Ventas
DEPENDENCIA:	Agencia de Viajes y Turismo Libertempo
CARGO DEL JEFE INMEDIATO:	Administrador

2. Propósito Principal.

Asesorar al cliente en temas referentes a planes y paquetes turísticos y el diseño de estos; además de ejercer como apoyo del administrador de la entidad, para el correcto funcionamiento de la agencia de viajes.

3. Obligaciones Esenciales.

- 1.** Prestar a los clientes una asesoría, ofertando lo servicios de la agencia de viajes, de acuerdo a las necesidades de estos.

2. Analizar e identificar opciones de mercado y mejoras de los productos y servicios de la agencia.
3. Realizar transacción, proceso y cierre de venta.
4. Asistir a las reuniones, cuando sea solicitado, presentando siempre los informes referentes a su cargo.
5. Diseñar y presentar estrategias para optimizar las ventas de la agencia de viajes.
6. Adelantar dentro del marco propio de su cargo, las gestiones necesarias para asegurar el oportuno cumplimiento de los planes, programas y proyectos.
7. Preparar y presentar los informes requeridos por sus superiores, con la oportunidad y periodicidad indicados.
8. Cumplir lo dispuesto en las disposiciones que rigen a la Entidad.
9. Las demás que le sean asignadas por su superior y las que reciba por delegación, acordes con su dependencia.

4. Requisitos de estudios y experiencia

Estudios:

- Título técnico en Hotelería y Turismo, Auxiliar administrativo o afines

Experiencia:

Un (1) año en el desempeño de actividades afines con el cargo asesor o asistente.

Perfil Auxiliar de Aseo.

1. Identificación del empleo.

NIVEL:	Auxiliar
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	Auxiliar de aseo
DEPENDENCIA:	Agencia de Viajes y Turismo Libertempo
CARGO DEL JEFE INMEDIATO:	Administrador

2. Propósito Principal.

Desempeñar las labores de aseo y cafetería de la oficina administrativa de la Agencia de Viajes, contribuyendo a la conservación de la excelente imagen de las instalaciones de la entidad.

3. Obligaciones Esenciales.

1. Limpieza general de pisos en los horarios establecidos.
2. Mantenimiento permanente correcto de pisos.
3. Aseo general de muebles, enseres, vidrios, columnas, muelles, topes metálicos, basureros y en general de todas las estructuras existentes en áreas operativas.
4. Mensualmente realizar el desmanche de pisos en salas de espera en los turnos programados para tal fin.
5. Asear los sanitarios, accesos a oficinas y la oficina administrativa en general como pisos, ventanería, aseo de materas, puertas, tapete, gradas de acceso a las oficinas etc.
6. Las labores de aseo suponen barrido, trapeado, despercudido, desmanchado, recogida de chicles, limpieza con trapos húmedos, limpieza, brillo con máquinas destinadas para este fin.
7. Las demás funciones que le sean asignadas y correspondan a la naturaleza de su dependencia.

4. Requisitos de estudios y experiencia

Estudios:

- Título Bachiller

Experiencia:

Seis (6) meses en el desempeño de actividades afines con el cargo.

Contratación.

La contratación del personal para la Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes se realizará con base en los perfiles anteriormente descritos para cada cargo a desempeñarse dentro de la empresa (Anexo C: Contratos Laborales).

Este proceso se realizará por medio de los diferentes métodos de selección que posee la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto, dando como resultado la elección del personal idóneo para cada uno de los oficios a realizarse.

Objetivo 10: Desarrollar un sistema de indicadores

Los indicadores son una herramienta que permite a los planificadores y ejecutores de un proyecto medir de manera objetiva los resultados que están teniendo cada uno de los procesos dentro de la empresa.

Cada uno de los indicadores debe ir íntimamente relacionado con el objetivo que desea medir, mientras más claro y preciso sea el objetivo, más claro, monitoreable y adecuado será el indicador.

Para la aplicación de los indicadores a la Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto, se definieron las variables que serán evaluadas pero las metas que se desean establecer para determinados periodos de funcionamiento están sujetas a la decisión del administrador o gerente de la agencia.

Cada indicador expresa la relación de la variable del logro alcanzado frente a la que representa el objetivo o meta a alcanzar, en un período de tiempo y en un área geográfica o segmento determinados.

Como ya se ha dicho, las cantidades exactas o cuantificación de las variables la definirá la administración de la agencia en el momento en que empiece a operar, teniendo en cuenta el capital operacional o recursos de la agencia y las tendencias y condiciones objetivas del sector.

La Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto debe contar con tres niveles de indicadores que sirvan para monitorear su desempeño, a saber: Estratégico, Táctico y Operativo.

Cuadro 9: *Indicadores de Nivel Estratégico*

OBJETIVO	INDICADOR	FÓRMULA
Cuota de mercado esperada	Porcentaje de Clientes captados por Libertempo en el mercado de Nariño	$(\text{Clientes captados y/o atendidos/Clientes potenciales}) \times 100$
Diversificación de servicios	Cantidad de Servicios Nuevos o innovados ofertados por Libertempo	$(\text{Servicios nuevos ofertados por Libertempo/Portafolio de servicios presente en el mercado}) \times 100$
Ampliación del mercado	Incremento de usuarios de servicios turísticos en el departamento	$[(\text{usuarios período actual/usuarios período anterior}) - 1] \times 100$

Nivel Estratégico, para conocer la direccionalidad y efectividad de la organización. (Diversificar los servicios actuales y ampliar la cobertura en cuanto a las nuevas rutas y frecuencia de las mismas. Elevar el número de usuarios existentes), todo ello enmarcado dentro de su misión y visión para el sector.

Cuadro 10: *Indicadores de Nivel Táctico*

OBJETIVO	INDICADOR	FORMULA
Medir cobertura	Cantidad de usuarios atendidos por Libertempo de la total de usuarios en Nariño	(Número de usuarios atendidos/Número de usuarios potenciales)X100
Cumplimiento de pronóstico de ventas de paquetes locales	Cantidad de paquetes locales vendidos en relación a la cantidad presupuestada	(Número de paquetes locales vendidos/pronóstico de ventas)X100
Cumplimiento de pronóstico de ventas de paquetes nacionales	Cantidad de paquetes nacionales vendidos en relación a la cantidad presupuestada	(Número de paquetes nacionales vendidos/pronóstico de ventas)X100
Cumplimiento de pronóstico de ventas de tiquetes aéreos	Cantidad de tiquetes aéreos vendidos en relación a la cantidad presupuestada	(Número de tiquetes aéreos vendidos/pronóstico de ventas)X100
Cumplimiento de pronóstico de reservas hoteleras realizadas	Cantidad de reservas hoteleras realizadas en relación a la cantidad presupuestada	(Número de reservas hoteleras realizadas/pronóstico formulado)X100
Cumplimiento de paquetes turísticos locales diseñados por la agencia	Cantidad de paquetes turísticos diseñados en relación a la cantidad presupuestada	(Número de paquetes turísticos diseñados/pronóstico formulado)X100
Cumplimiento de venta de paquetes turísticos corporativos	Cantidad de paquetes turísticos corporativos vendidos en relación a la cantidad presupuestada	(Número de paquetes turísticos corporativos vendidos/pronóstico formulado)X100
Cumplimiento de alianzas realizadas por la agencia	Cantidad de alianzas realizadas por la agencia en relación a la cantidad presupuestada	(Número de alianzas realizadas por la agencia/pronóstico formulado)X100

Nivel Táctico, para hacer seguimiento y medir la efectividad en el cumplimiento de los objetivos, hacer ajustes y/o tomar medidas correctivas.

Cuadro 11: Indicadores *de Nivel Operativo*

OBJETIVO	INDICADOR	FÓRMULA
Satisfacción del cliente frente al servicio recibido	Nivel de satisfacción de los clientes de Libertempo con el servicio suministrado	$(\text{Cantidad de clientes satisfechos con Calidad recibida} / \text{Cantidad de clientes atendidos}) \times 100$
Medir el nivel de insatisfacción de los clientes con el servicio suministrado	Cantidad de clientes insatisfechos con relación al total de clientes atendidos en el período	$(\text{Reclamos recibidos} / \text{Total de clientes atendidos}) \times 100$
Relación utilidades en ventas realizadas frente a costos operativos	Tasa de retorno por utilidad en ventas	$(\text{Utilidades netas por ventas en el período} / \text{Costos Operativos en el período})$

Nivel Operativo, para verificar, rendimiento, eficiencia y calidad.

Los indicadores deben ser *claros*, es decir, deben ser precisos e inequívocos, no admiten duda sobre lo que se está midiendo. *Relevantes*, deben permitir verificar el logro del objetivo. *Económicos*, el costo de la información para generarlos debe ser razonable, el beneficio debe ser superior a la inversión. *Monitoreables*, sujetarse a verificación independiente, cualquier persona puede verificar sus resultados. *Aporte marginal*, medir aspectos no considerados en otros indicadores.

Las metas son la medida cuantificable de los logros que se quieren alcanzar en torno a los objetivos previamente definidos. Sirven para la medición y evaluación, retroalimentación y adopción de medidas correctivas. Deben ser alcanzables de acuerdo a los recursos de la agencia y las condiciones del sector.

Objetivo 11: Legalizar Agencia de Viajes y Turismo Libertempo

La legalización de la empresa es un trámite que se realiza ante las autoridades competentes para validar la existencia de una entidad, dicha validación brinda a los clientes de la organización confianza para que éstos adquieran sus productos o servicios.

Para la formalización de la Agencia de viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto (STTP) se realizaron visitas a la Cámara de Comercio de Pasto sede Sur, donde los planificadores del presente proyecto contaron con la asesoría jurídica personalizada por parte de los funcionarios de ésta.

En las mencionadas consultorías se brindó información acerca del tipo de empresa que se debe crear, la documentación necesaria y el monto a cancelar por el registro ante Cámara de Comercio.

Con la información obtenida, los directivos de la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto tomaron decisiones de vital importancia para la Agencia de Viajes, determinando que la entidad a legalizar debe ser un establecimiento de comercio (Bien adscrito a la STTP) y su representante legal será la misma persona que se encuentre en el cargo de Gerente la STTP.

Gracias a las decisiones mencionadas anteriormente, los planificadores del proyecto realizaron la recolección de la documentación solicitada por Cámara de Comercio (Formularios Cámara de Comercio, Copia cedula representante legal, Cámara de Comercio de la STTP, RUT, Certificado de Activos firmado por contador, tarjeta profesional del contador y recibo predial) y realizaron la visita a los jurídicos de la Cámara de Comercio para verificar y validar la documentación.

Una vez realizada la verificación por parte de Cámara de Comercio, fue entregado un recibo de pago, el cual se canceló por la STTP para continuar con el registro de la Agencia.

A finales del mes de Marzo de 2017 se obtendrá formalmente el certificado del registro del establecimiento comercial, el cual acreditará la existencia de la Agencia de Viajes y Turismo Libertempo.

Conclusiones

Como resultado del proceso investigativo y de planeación realizado durante el desarrollo del proyecto “Creación de una Agencia de Viajes adscrita a la Terminal de Transportes de la Ciudad de San Juan de Pasto”, los autores del presente documento concluyen:

La presente investigación se basó en un principio en el Estudio de Prefactibilidad realizado por la Terminal de Transportes de Pasto, el cual fue modificado y complementado por los planificadores del proyecto, obteniendo información más detallada del portafolio de servicios, el presupuesto requerido por la agencia, el organigrama, la localización, los perfiles laborales, además de elaborar análisis estratégicos para el buen funcionamiento de la empresa.

Los casos de éxito de Agencias de viajes estudiados, arrojaron como resultado la mezcla de las características positivas de cada una de las empresas analizadas, generando así un modelo flexible e integral para que la Agencia Libertempo tome como modelo.

La Plataforma estratégica (Misión, Visión, Valores corporativos) y el Nombre de la Agencia, fueron elaborados de manera adecuada por los planificadores de este proyecto, ya que la Junta Directiva de la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto no realizó ninguna propuesta, ajuste o cambio para estos.

La ubicación de la agencia, definida por medio de los estudios de localización, en un principio será la del Centro de la Ciudad, ya que ésta posee una mayor afinidad con las variables que se estudiaron; a pesar de ello la localización de la Sede Terminal de Transportes no de ser descartada, pues también cuenta con características positivas para acceder a nuevos clientes y economizar en gastos operativos

Se realizaron cuatro estudios de herramientas de planificación estratégica (Análisis PEST, Matriz DOFA, Matriz CAME y Matriz de la 5 Fuerzas de Porter), las cuales arrojaron estrategias aplicadas y personalizadas al caso de la agencia de viajes a implementar; de ser aplicadas de manera adecuada a la Agencia de Viajes y Turismo Libertempo, aportarán a la empresa un menor porcentaje de incertidumbre.

La Agencia de Viajes adscrita a la Terminal de Transportes de Pasto, cuenta con grandes posibilidades de generar utilidades desde el comienzo de su funcionamiento, ya que los socios de esta entidad continuamente están viajando y destinan gran parte de su presupuesto al traslado de su talento humano por diversas razones (Capacitaciones, eventos deportivos, viajes de incentivo, entre otras).

A su vez cabe resaltar que las empresas dedicadas a la venta y distribución de paquetes de viajes, son unas de las más rentables en el Sector turístico y comercial, al requerir una inversión reducida para su puesta en marcha y funcionamiento.

Uno de los diferenciadores que poseerá la agencia de viajes Libertempo será el diseño de paquetes locales, ya que pocas agencias en la ciudad brindan este servicio; por otra parte al ser el Terminal de Transportes el ente que organiza a las empresas transportadoras de pasajeros por vía terrestre, tiene mayor posibilidad de generar alianzas y convenios que beneficien en mayor porcentaje a los clientes de la agencia.

El personal mínimo para el buen funcionamiento de la Agencia de Viajes, según la estructura organizacional diseñada para este caso, es: Administrador de la Agencia, Técnico en Ventas y Auxiliar de aseo.

Las alianzas son una necesidad básica para el buen funcionamiento de la agencia de viajes, ya que el turismo funciona mejor en redes.

El sistema de indicadores diseñado por los planificadores del presente proyecto, se elaboró para ser aplicado por los administradores de la agencia de manera periódica, de tal manera que se evalúe integral y continuamente a la empresa.

Bibliografía

- Benavides, Santiago, 2010. Plan estratégico para la Agencia de Viajes Solcanela Travel & Tours. Quito, Ecuador. Universidad de Especialidades Turísticas UCT. PDF
- Bryan, Freddy Nelson. Ángel Ochoa, David. Mercadeo estratégico y operativo para la Unidad de Negocio de Avianca Tours – AVIANCATACA S.A”. Bogotá D.C. 2012. Universidad EAN. Recuperado de <http://repository.ean.edu.co>
- Certoma, Mariel. Machicote, Santiago. Moreno, Bárbara. Trabajo Práctico Final. Plan Integral de comunicación interna para Despegar.com. Universidad de Palermo.
- De la Vega, Ignacio, 2004. Plan de Negocios: una Herramienta Indispensable. Madrid, España. Instituto de Empresa.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Censo General 2005, Pasto. Perfil Pasto, Nariño. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/>
- Fondo Emprender, 2014. Metodología para la implementación de buenas prácticas de formulación. Recuperado de <http://www.fondoemprender.com/>
- Grupo Avianca (2017). Avianca Tours Colombia, Colombia. Recuperado de <http://aviancatours.com.gt/nosotros/>
- Grupo Aviator (2017). Aviator, Colombia. Recuperado de <http://www.grupoaviatur.com/>
- Martínez, Edna. Estudio de Prefactibilidad para la creación de Agencia de Viajes adscrita a la Terminal de Transportes de Pasto. Terminal de Transportes de Pasto S.A. 2015.
- Organización Despegar.com (2015), Despegar.com. Argentina. Recuperado de <https://prezi.com/tioj9ammos-n/despegarcom/>
- Parque Soft (2011). Nariño Vive Digital, Colombia. Recuperado de <http://www.parquesoftpasto.com/narino-vive-digital/>

Project Management Institute, 2013. Guía de Fundamentos de Gestión de Proyectos.

Recuperado de <https://ameralatina.pmi.org>

Anexos

Anexo A: Encuesta Validación Plataforma Estratégica.

ENCUESTA DE VALIDACIÓN DE PLATAFORMA ESTRATÉGICA

Como parte del proceso de creación de la Agencia de Viajes adscrita a la Sociedad Terminal de Transportes es de vital importancia la participación activa de los integrantes de la Junta Directiva de esta sociedad, por lo cual se solicita a usted comedidamente la apreciación de las propuestas para la elección del Nombre, Misión, Visión y Valores corporativos que representarán a la organización ante el mercado.

Con base en este documento se realizarán los ajustes pertinentes y se definirá la plataforma estratégica de la empresa.

Nombre: _____

Cargo: _____

Entidad: _____

- 1** Marque con una X el nombre que considere más apropiado para la AGENCIA DE VIAJES adscrita a la STTP:

1	Agencia de Viajes y Turismo NOMADA TOURS	
2	Agencia de Viajes y Turismo TROTAMUNDOS	
3	Agencia de Viajes y Turismo RUTUR	
4	Agencia de Viajes y Turismo LIBERTEMPO	
5	Agencia de Viajes y Turismo CULTOUR	
6	Agencia de Viajes y Turismo KULTUUR	
7	Otro? Cual: _____	

- 2** Está usted de acuerdo con la MISIÓN propuesta para la AGENCIA DE VIAJES adscrita a la STTP:

Somos una Unidad Estratégica de Negocio perteneciente a la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto, interesados en ofrecer el disfrute de un turismo local, nacional e internacional, por medio de planes, paquetes y servicios turísticos, dirigidos al sector corporativo de la región y al público en general.

1	SI	
2	NO	
3	Por qué? _____	

- 3 Está usted de acuerdo con la VISIÓN propuesta para la AGENCIA DE VIAJES adscrita a la STTP:

En el año 2025 la Agencia de Viajes y Turismo será una unidad estratégica de negocio exitosa, que genere utilidades a la sociedad terminal de transportes, por medio de sus productos y servicios innovadores y competitivos en el mercado regional.

1	SI	
2	NO	
3	Por qué? _____	

- 4 Considera usted los siguientes valores corporativos representan el objetivo de la Agencia de Viajes adscrita a la STTP?

		SI	NO
1	Personalización: El valor agregado que poseemos es el de brindar a nuestro clientes servicios especializados basados en sus necesidades y expectativas.		
2	Innovación: La creatividad será el lineamiento constante con el que el talento humano de la agencia trabajará, para brindar servicios nuevos y atractivos que satisfagan las nuevas tendencias del mercado.		
3	Calidad Humana: Nuestro talento humano estará a disposición de los requerimientos y necesidades de los clientes, trabajando con amabilidad, respeto y responsabilidad.		
4	Agilidad: Los colaboradores de nuestra organización trabajarán de manera eficaz y efectiva para alcanzar los requerimientos y plazos establecidos entre los clientes y la Agencia.		
5	Otro? Cual: _____		

Responsables:

Amalia Araque Quiñones

Wilson Alexander Paz Noguera


Ejecutores Proyecto Agencia de Viajes STTP

Gracias por su colaboración.

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		89

Anexo B: Reglamento interno.

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DE LA SOCIEDAD TERMINAL DE TRANSPORTES

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		90

INTRODUCCIÓN

El presente es el Reglamento Interno De Trabajo adoptado por la Sociedad Terminal de Transporte de Pasto S.A., creada mediante escritura pública número 7231 de 17 de Diciembre de 1988 de la Notaría Segunda del Círculo de Pasto.

NATURALEZA JURÍDICA DE LA SOCIEDAD

La Sociedad Terminal de Transportes de Pasto S.A., es una Sociedad de Economía Mixta, con la forma de Sociedad Anónima, formada con aportes de personas de derecho público y privado, con domicilio principal en Pasto Departamento de Nariño. Carrera 6 N° 16D-50 de la ciudad de San Juan de Pasto.

CAPÍTULO I

CAMPO DE APLICACIÓN


ARTÍCULO 1: El presente es el Reglamento Interno de Trabajo adoptado por la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto S.A., que en adelante se denominará la sociedad, cuyo domicilio es la ciudad de Pasto (Nariño), en la Carrera 6 N° 16D-50 de la ciudad de San Juan de Pasto a sus disposiciones queden sometidos tanto la Sociedad como todos sus empleados o trabajadores. Así mismo, este reglamento hará parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario que puedan ser favorables al trabajador.

CAPÍTULO II

CONDICIONES DE ADMISIÓN

ARTÍCULO 2: El aspirante a desempeñar un cargo en la Sociedad Terminal de Transporte de Pasto S.A., debe hacer la solicitud por escrito para su registro como aspirante presentando los siguientes documentos:

- a) Documento de identidad.
- b) Tarjeta Profesional si a ello hubiere lugar.
- c) Autorización por escrito del Ministerio de Protección Social o, en su defecto, de la primera autoridad local a solicitud de los padres, y a falta de estos, el Defensor de familia cuando el aspirante sea un menor de dieciocho (18) años.
- d) Certificación del último empleador con quien haya trabajado donde conste el tiempo de servicio, la índole de la labor ejecutada y el salario devengado.
- e) Certificado de personas honorables que se expresen sobre su conducta y capacidad, y en su caso, del plantel de educación donde hubiere estudiado.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		91

f) Certificados de estudios y constancias de experiencia laboral, según el caso.

PARÁGRAFO: El empleador podrá solicitar, además de los documentos mencionados, todos aquellos que considere necesarios para admitir o no al aspirante. Sin embargo, tales exigencias no deben incluir documentos, certificaciones o datos prohibidos expresamente por las normas jurídicas para tal efecto, tales como las contempladas en el artículo 1° de la Ley 13 de 1972; Artículo 43 C.N., Art 1° y 2° del Convenio N° 111 de la OIT, Resolución N° 003941 de 1994 del Ministerio de Trabajo; Decreto Reglamentario N° 559 de 1991 Art. 22°.

CAPÍTULO III

CONTRATO DE APRENDIZAJE

ARTÍCULO 3: La Sociedad dará cumplimiento a todas las disposiciones legales vigentes y a las que las deroguen, modifiquen o complementen en relación con el contrato de aprendizaje. Igualmente la proporción de aprendices y las obligaciones que corresponden a la Sociedad y a aquellos, se regirán por las disposiciones legales vigentes.

PARÁGRAFO: El contrato de aprendizaje debe celebrarse por escrito, por cualquier tiempo determinado no superior a dos (2) años y por esto el aprendiz recibirá un apoyo de sostenimiento mensual, el cual en ningún caso constituye salario. En caso contrario los servicios se entenderán regulados por las normas del contrato de trabajo.


ARTÍCULO 4: Se consideran modalidades especiales de formación técnica, tecnológica, profesional y teórico práctica empresarial las siguientes:

Las practicas con estudiantes universitarios, técnicos o tecnólogos que las empresas establezcan directamente o con instituciones de educación aprobadas por el estado; la realizada en las empresas por jóvenes que se encuentren cursando los dos (2) últimos grados de educación secundaria en instituciones aprobadas por el estado; el alumno matriculado en los cursos dictados por el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, de acuerdo al artículo 5° del Decreto 2838 de 1960; el aprendiz de capacitación de nivel semicalificado, y por lo regulado en el artículo 81 y subsiguientes de C.S.T.

CAPITULO IV

PERIODO DE PRUEBA

ARTÍCULO 5: La sociedad a todo aspirante preseleccionado para cualquier cargo, le realizara una inducción por el término que considere necesario, sin exceder el de una (1) semana, En cuanto a la inducción propia del cargo, se dará una descripción del trabajo a

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		92

realizar, socializar manual de funciones, procedimientos propios del área, indicadores del área, metas específicas de las funciones, hacer entrega de herramienta de trabajo asegurándose que quede claro cómo utilizarlas. Seguido a esto culmine con un recorrido a las instalaciones de la empresa haciendo una breve reseña del funcionamiento de las diferentes áreas y la presentación del personal que labora en cada una de estas., Una vez admitido el aspirante, la Sociedad podrá estipular con él, un periodo inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de la Sociedad, las aptitudes del trabajador y por parte de éste, las conveniencias de las condiciones de trabajo. (Art. 76 C.S.T.).

ARTÍCULO 6: El periodo de prueba debe ser estipulado por escrito, y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo (numeral 1°, Art. 77 C.S.T.).

ARTÍCULO 7: El periodo de prueba no puede exceder de dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a un (1) año, el periodo de prueba no podrá ser superior a la quinta (1/5) parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que exceda de dos (2) meses. Cuando entre un mismo empleador y trabajador se celebren contratos de trabajos sucesivos no es válida la estipulación del período de prueba, salvo para el primer contrato.

ARTÍCULO 8: Durante el periodo de prueba, el contrato puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento y sin previo aviso, pero, si expirado el periodo de prueba y el trabajador continuará al servicio de la Sociedad con consentimiento expreso o tácito por ese solo hecho los servicios prestados por aquel a este, se considerarán regulados por las normas del contrato del trabajo desde la iniciación de dicho periodo de prueba. Los trabajadores en periodo de prueba gozan de todas las prestaciones (Artículo 80, C.S.T.).

CAPÍTULO V


TRABAJADORES OCASIONALES O TRANSITORIOS

ARTÍCULO 9: Son trabajadores ocasionales o transitorios, los que se ocupen en labores de corta duración no mayor de un mes y de índole distinta a las actividades normales de la Sociedad.

CAPÍTULO VI

HORARIO DE TRABAJO

ARTÍCULO 10: La hora de entrada y salida de los trabajadores, son las siguientes:

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		93

PERSONAL ADMINISTRATIVO: El personal administrativo laborará de lunes a viernes, así sustentado en el artículo 161 del C.S.T.:

MAÑANA:

- Hora de Ingreso (ocho) 8:00 a.m. Hora de Salida (doce) 12:00 m.

TARDE:

- Hora de Ingreso (dos) 2:00 p.m. Hora de Salida: (seis) 6:00 p.m.

El personal administrativo tendrá derecho al disfrute de veinte (20) minutos de descanso, en la jornada laboral de ocho horas diarias, los cuales podrán ser aprovechados (10) minutos en la mañana y (10) en la tarde.

PERSONAL OPERATIVO Y PERSONAL DE AUXILIAR DE CAJA DE CONDUCTORES:

El personal operativo laborará en turnos rotativos los siete días de la semana, según lo establezca Gerencia, recibiendo el correspondiente día de descanso remunerado; aun laborando el domingo, tendrán su respectivo descanso de un (1) día en la semana


Previo al disfrute de los veinte (20) minutos de descanso, el personal operativo debe coordinar con el Jefe Operativo, a fin de no causar alteración en la actividad en el punto o puesto de trabajo.

PARÁGRAFO PRIMERO. Cuando la Sociedad tenga más de cincuenta (50) trabajadores que laboren cuarenta y ocho (48) horas a la semana, éstos tendrán derecho a que dos (2) horas de dicha jornada, por cuenta del empleador, se dediquen exclusivamente actividades recreativas, culturales, deportivas o de capacitación. (Ley 50 de 1990 art. 21).

PARÁGRAFO SEGUNDO: Jornada Laboral Flexible. (Art. 51 Ley 789/02) Modificó el inciso primero del literal c) adicionó el literal d) del artículo 161 del C.S.T.

"c) El empleador y los trabajadores pueden acordar temporal o indefinidamente la organización de los turnos de trabajo sucesivos, que permitan operar a la Sociedad o secciones de la misma sin solución de continuidad durante todos los días de la semana, siempre y cuando el respectivo turno no excede de seis (6) horas al día y treinta y seis (36) horas a la semana.

d) El empleador y el trabajador podrán acordar que la jornada laboral semanal de cuarenta y ocho (48) horas se realice mediante jornadas diarias flexibles de trabajo, distribuidas en máximo de seis (6) días a la semana con un día de descanso obligatorio, que podrá coincidir con el domingo. En este, el número de horas de trabajo diario podrá repartirse de manera variable durante la respectiva semana y podrá ser de mínimo cuatro (4) horas continuas y hasta diez (10) horas diarias sin lugar a ningún recargo por trabajo suplementario cuando el número de horas de trabajo no excede el

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		94

promedio de cuarenta y ocho (48) horas semanales dentro de la jornada ordinaria de 6 a.m. a 10 p.m. (Artículo 51 de la Ley 789 de 2002)."

No habrá limitaciones de jornada para los trabajadores que desempeñan cargos de dirección, confianza, ni para los que ejerciten actividades discontinuas o intermitentes y los de simple vigilancia, cuando residan en el sitio de trabajo, quienes deban trabajar todas las horas que fueren necesarias para el debido cumplimiento de sus obligaciones, sin que el servicio que excede de ocho (8) horas diarias constituya suplementario ni implique sobre remuneración alguna.

ARTÍCULO 11: El límite máximo de horas de trabajo señalado en el horario anterior podrá ser elevado por orden del patrono sin permiso de la autoridad competente, por razón de fuerza mayor, caso fortuito, de amenaza u ocurrencia de algún accidente y sean indispensables trabajos de urgencia que deban efectuarse, pero sólo en la medida necesaria para evitar que la marcha normal de la Sociedad sufra perturbación grave.

Esa ampliación constituye trabajo suplementario o de horas extras. (Artículo 163 C.S.T., modificado por el Decreto 13 de 1967 art. 2°).

CAPÍTULO VII

HORAS EXTRAS Y TRABAJO NOCTURNO

ARTÍCULO 12: Trabajo diurno es el comprendido entre las (seis) 6:00 a.m. y las (diez) 10:00 p.m., trabajo nocturno es el comprendido entre las (diez) 10:00 p.m. y las (seis) 6:00 a.m. (artículo 160 C.S.T., modificado por el artículo 25, ley 789 de 2002).


ARTÍCULO 13: Trabajo suplementario o de horas extras es el que se excede de la jornada ordinaria y en todo caso el que excede la máxima legal. (Artículo 159, CST).

ARTÍCULO 14: El trabajo suplementario o de horas extras, a excepción de los casos señalados en el Artículo 163 del C.S.T., sólo podrá efectuarse en dos (2) horas diarias y doce (12) semanales mediante autorización expresa del Ministerio de la Protección Social, o de una autoridad delegada por éste. (Art. 22, Ley 50/90)

ARTÍCULO 15: Tasas y liquidación de recargos. (Artículo 168 C.S.T.). El trabajo nocturno se remunerará con un recargo del treinta y cinco (35%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno, con excepción del caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales prevista en el Artículo 20 Literal c) de la Ley 50 de 1990.

El trabajo extra diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario.

El trabajo extra nocturno se remunerará con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		95

Cada uno de los recargos antedichos se produce de manera exclusiva, es decir, sin acumularlo con algún otro (Artículo 24, Ley 50 de 1990).

PARÁGRAFO: La Sociedad podrá implantar turnos especiales de trabajo nocturno, de acuerdo con lo previsto por el Decreto 2351 de 1965.

ARTÍCULO 16: La Sociedad solo reconocerá trabajo suplementario o de horas extras, cuando expresamente lo requiera y autorice la Gerencia. **Parágrafo.** Descanso en día sábado. Pueden repartirse las cuarenta y ocho (48) horas semanales de trabajo ampliando la jornada ordinaria hasta por dos (2) horas, por acuerdo entre las partes, pero con el fin exclusivo de permitir a los trabajadores el descanso durante todo el sábado.

Esta ampliación no constituye trabajo suplementario o de horas extras. (Artículo 164 C.S.T., modificado artículo 23 Ley 50/90).

CAPÍTULO VIII

DÍAS DE DESCANSO LEGALMENTE OBLIGATORIOS

ARTICULO 17: Serán de descanso obligatorio remunerado, los domingos y días festivos reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

1. Todo trabajador tiene derecho al descanso remunerado en los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso:

1° de Enero, 6 de Enero, 19 de Marzo, 1° de Mayo, 29 de Junio, 20 de Julio, 7 de Agosto, 15 de Agosto, 12 de Octubre, 1° de Noviembre, 11 de Noviembre, 8 de Diciembre y 25 Diciembre


Además de los días jueves y viernes santos, Ascensión del Señor, Corpus Chirsti y Sagrado Corazón de Jesús.

2. Pero el descanso remunerado del seis(6) de enero, diecinueve (19) de marzo, veintinueve (29) de junio, quince (15) de agosto, doce (12) de octubre, primero (1°) de noviembre, once (11) de noviembre, ascensión del señor, Corpus Christi y Sagrado Corazón De Jesús, cuando no caigan el día lunes se trasladarán al lunes siguiente a dicho día.

Cuando las mencionadas festividades caigan domingo, el descanso remunerado, igualmente se trasladará al lunes

3. Las prestaciones y derechos para que el trabajador originen el trabajo en los días festivos, se reconocerá en relación al día de descanso remunerado establecido en el inciso anterior. (Artículo 1. Ley 51 del 22 de diciembre de 1983, que modificó el artículo 177 C.S.T.).

PARÁGRAFO PRIMERO: Cuando la jornada de trabajo convenida por las partes, en días y horas, no implique la prestación del servicio en todos los días laborales de la semana, el trabajador tendrá derecho a la remuneración del descanso dominical en proporción al tiempo

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		96

laborado (Art. 26, numeral 5° Ley 5 de 1990, que modificó el artículo 173 del C.S.T.).

PARÁGRAFO SEGUNDO: Trabajador Dominical y Festivos.

1. El trabajo en domingos y festivos se remunera con un recargo del setenta y cinco (75%) sobre el salario ordinario en proporción a las horas laborales. (ARTÍCULO 168 C.S.T.).

2. Sin con el domingo coincide otro día de descanso remunerado solo tendrá derecho el trabajador, si trabaja, al recargo establecido en el numeral anterior.

3. Se exceptúa el caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales previstas en el artículo 20 literal C de la ley 50 (Ley 789/2002, art. 26).

PARÁGRAFO TERCERO: El trabajador podrá convenir con el empleador su día de descanso obligatorio el día sábado o domingo, el cual será reconocido en todos sus aspectos como descanso dominical obligatorio institucionalizado. Interpretese la expresión dominical contenida en el régimen laboral en este sentido exclusivamente para el efecto del descanso obligatorio.


ARTÍCULO 18: El descanso en los días domingos y los demás expresados en el Art. 15 de este reglamento tiene una duración mínima de 24 horas, salvo la excepción consagrada en literal C) Art. 20 de la ley 50 de 1990. (Ley 50 de 1990 artículo 25).

ARTÍCULO 19: Cuando por motivos de fiesta no determinada en el ley 51 del 22 de diciembre de 1983, el empleador suspendiere el trabajo, está obligado a pagar el salario de este día, como si se hubiere realizado. No está obligado a pagarlo cuando hubiere mediado convenio expreso para la suspensión del trabajo o de su compensación en otro día hábil o cuando la suspensión o compensación estuviere prevista en reglamento, pacto, convención colectiva o fallo arbitral. Este trabajo compensatorio se remunera sin que se entienda como trabajo supletorio o de horas extras (Art. 178 C.S.T.).

ARTÍCULO 20: El trabajador que labore excepcionalmente el día de descanso obligatorio, tiene derecho a un descanso compensatorio remunerado o a una retribución en dinero, a su elección, en la forma prevista en el Art. 179 del C.S.T.

ARTÍCULO 21. Las personas que por sus conocimientos técnicos o por razón del trabajo que ejecutan no puede ser remplazadas sin grave perjuicio para la empresa, deben trabajar los domingos y días de fiesta. Con derecho al descanso compensatorio, pero su trabajo se remunerará conforme al Art. 179 del C.S.T.

ARTÍCULO 22: El descanso semanal compensatorio puede darse en alguna de las siguientes formas. En otro día laborable de la semana

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		97

siguiente a todo el personal que laboró el día de descanso, o por turnos.

ARTÍCULO 23: En caso de labores que no pueden ser suspendidas cuando el personal no puede tomar el descanso en el curso de una o más semanas se acumulan los días de descanso en la semana siguiente a la terminación de las labores o se paga la correspondiente remuneración en dinero a opción del trabajador (Art 184 C.S.T.)

ARTÍCULO 24: Cuando se tratare de trabajos habituales o permanentes en domingo, el empleador debe fijar en lugar público del establecimiento, con anticipación de doce (12) horas por lo menos, la relación del personal de trabajadores que por razones del servicio no pueden disponer del descanso dominical. En esta relación se incluirán también el día y las horas de descanso compensatorio.

CAPÍTULO IX

VACACIONES ANUALES REMUNERADAS

ARTÍCULO 25: Los trabajadores que hubiesen prestado sus servicios durante un (1) año tienen derechos a quince (15) días hábiles, consecutivos de vacaciones remuneradas (Artículo 186 numeral 1° C.S.T.).

ARTÍCULO 26: La época de vacaciones debe ser señalada por la empresa a más tardar dentro del año subsiguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso. El empleador tiene que dar a conocer al trabajador con quince (15) días de anticipación la fecha en que le concederán las vacaciones (Artículo 187 numeral 2° C.S.T.).


ARTÍCULO 27: Si se presenta interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas (Artículo 188 C.S.T.).

ARTÍCULO 28: La Sociedad y los trabajadores podrán acordar por escrito, previa solicitud del trabajador, que se pague en dinero hasta la mitad de las vacaciones.

Para la compensación en dinero de las vacaciones, se tendrá como base el último salario devengado por el trabajador. (Artículo 189 C.S.T., artículo 20 Ley 1429 de 2010).

ARTÍCULO 29: En todo caso, el trabajador gozará anualmente, por lo menos de seis (6) días hábiles continuos de vacaciones, los que no son acumulables.

Las partes pueden convenir en acumular los días restantes de vacaciones hasta por dos (2) años.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		98

La acumulación puede ser hasta por cuatro (4) años, cuando se trate de trabajadores técnicos, especializados, de confianza, de manejo o de extranjeros que presten sus servicios en lugares distintos a los de la residencia de sus familiares. (Art. 190 CST).

ARTÍCULO 30: La Sociedad puede determinar para todos o parte de sus trabajadores una época fija para las vacaciones simultáneas, y si así se hiciere, los que en tal época no llevaran un año cumplido de servicios, se entenderá que las vacaciones de que gocen son anticipadas y se abonarán a las que se causen al cumplir cada uno el año de servicio.

ARTÍCULO 31: Durante el período de vacaciones el trabajador recibirá el salario ordinario que esté devengando el día que comience a disfrutar de ellas. En consecuencia sólo se excluirán para la liquidación de las vacaciones el valor de trabajo en días de descanso obligatorio y el valor del trabajo suplementario o de horas extras.


Cuando el salario sea variable las vacaciones se liquidaran con el promedio de lo devengado por el trabajador en el año inmediatamente anterior a la fecha en que se concedan. (Artículo 192 C.S.T.).

Así mismo se debe tener en cuenta que para los empleados que hacen parte del pacto colectivo vigente celebrado mediante un grupo de trabajadores y la sociedad nos remitirnos a la **CLAUSULA SÉPTIMA PRIMA DE VACACIONES** del mismo documento la cual manifiesta lo siguiente: Todos los trabajadores enunciados anteriormente, tendrán derecho al pago de una prima de vacaciones equivalente a quince (15) días de salario por cada año de servicio o proporcionalmente por fracción en caso de retiro, la cual deberá pagarse dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha señalada para la iniciación del descanso remunerado. Se liquidará teniendo en cuenta los siguientes factores:

- Sueldo básico.
- Auxilio de transporte.
- Una doceava del reconocimiento anual por servicios prestados.
- Una doceava de la prima de servicios

ARTÍCULO 32: Todo empleador llevará un registro de vacaciones en el que se anotará la fecha de ingreso de cada trabajador, fecha en que toma sus vacaciones, en que las termina y la remuneración de las mismas. (Decreto 13 de 1967, Art. 5).

PARÁGRAFO: En los contratos a término fijo inferior a un (1) año, los trabajadores tendrán derecho al pago de vacaciones en proporción al tiempo laborado cualquiera que este sea (Artículo 46 C.S.T., Artículo 3° parágrafo, Ley 50 de 1990).

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		99

CAPÍTULO X

PERMISOS Y LICENCIAS

ARTÍCULO 33: La Sociedad concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la empresa y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento.

La concesión de los permisos antes dichos estará sujeta a las siguientes condiciones:

En caso de grave calamidad doméstica, la oportunidad del aviso puede ser anterior o posterior al hecho que lo constituye o al tiempo de ocurrir éste, según lo permita las circunstancias.

En caso de entierro de compañeros de trabajo, el aviso puede ser hasta con un día de anticipación y el permio se concederá hasta el 10% de los trabajadores.

En los demás casos (sufragio, desempeño de cargos transitorios de forzosa aceptación y concurrencia al servicio médico correspondiente) el aviso se dará con la anticipación que las circunstancias lo permitan.

Los permisos informales se deberán presentar por lo menos con un (1) día hábil de anticipación y su aprobación será exclusivamente del Gerente.

El otorgamiento de permisos o licencias corresponderá autorizarlo al Gerente, exclusivamente.

Los permisos serán hasta por un término máximo de tres (3) días; las licencias podrán superar este término dependiendo cada caso.


LICENCIA POR LUTO (Ley 1280 de 2009)

ARTICULO 34: En caso de fallecimiento de su cónyuge, compañero o compañera permanente o de un familiar hasta el grado segundo de consanguinidad, primero de afinidad y primero civil de un trabajador, la Sociedad concederá una licencia remunerada por luto de hasta cinco (5) días hábiles, cualquiera sea su modalidad de contratación o de vinculación laboral.

La grave calamidad domestica no incluye licencia por luto que trata este artículo.

Este hecho deberá demostrarse mediante documento expedido por la autoridad competente dentro de los treinta (30) días siguientes a su ocurrencia.

PARÁGRAFO: Las EPS tienen la obligación de prestar la asesoría psicológica a la familia del trabajador. (Artículo 57 C.S.T., adicionado por la ley 1280 de 2009).

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		100

**LICENCIAS DE MATERNIDAD Y PATERNIDAD
(Ley 1468 de 2011)**

ARTÍCULO 35: Las trabajadoras en estado de embarazo tienen derecho a una licencia de catorce (14) semanas en la época de parto, remunerada con el salario que devengue al entrar a disfrutar del descanso.

ARTÍCULO 36: La trabajadora debe presentar a la Sociedad para disfrutar de la licencia de maternidad un certificado médico que debe contener:

- a. El estado de embarazo de la trabajadora.
- b. La indicación del día probable del parto, y
- c. La indicación del día desde el cual debe empezar la licencia, teniendo en cuenta que, por lo menos, ha de iniciarse dos (2) semanas antes del parto.

ARTÍCULO 37: La licencia de maternidad para madres de niños prematuros, tendrá en cuenta la diferencia entre la fecha gestacional y el nacimiento a término, las cuales serán sumadas a las catorce (14) semanas que se establecen en la presente ley. Cuando se trate de madres con parto múltiple, se tendrá en cuenta lo establecido en el artículo anterior sobre niños prematuros, ampliando la licencia en dos (2) semanas más.

ARTÍCULO 38: En caso de fallecimiento de la madre antes de terminar la licencia por maternidad, la Sociedad le otorgará al padre del niño una licencia de duración equivalente al tiempo que falta para expirar el periodo de la licencia posterior al parto concedida a la madre.


ARTÍCULO 39: Las catorce (14) semanas de licencia de maternidad se tomarán de la siguiente manera:

- a. Preparto. Será de dos (2) semanas con anterioridad a la fecha probable del parto debidamente acreditada. Si por alguna razón médica la futura madre no puede optar por estas semanas previas, podrá disfrutar las catorce (14) semanas posparto.

La futura madre podrá trasladar una de las dos semanas de licencia previa para disfrutarlas en el posparto.

- b. Posparto. Esta tiene una duración de doce (12) semanas contadas desde la fecha del parto, o de trece (13) según el inciso anterior conforme la decisión de la madre.
- c. La semana anterior al probable parto es de obligatorio goce para la madre.

ARTÍCULO 40: El esposo o compañero permanente tendrá derecho a ocho (8) días hábiles de licencia remunerada de paternidad.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		101

El único soporte valido para otorgar la licencia remunerada de paternidad es el registro civil de nacimiento del menor, el cual debe presentarse a la EPS dentro de los treinta (30) días siguientes al nacimiento del menor, por cuanto dicha licencia estará a cargo de la EPS.

CAPÍTULO XI

SERVICIO MÉDICO, MEDIDAS DE SEGURIDAD, RIESGOS PROFESIONALES, PRIMEROS AUXILIOS EN CASO DE ACCIDENTES DE TRABAJO, NORMAS SOBRE LABORES EN ORDEN A LA MAYOR HIGIENE, REGULARIDAD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO.

ARTÍCULO 41: Es obligación del empleador velar por la salud, seguridad e higiene de los trabajadores a su cargo. Igualmente, es su obligación garantizar los recursos necesarios para implementar y ejecutar actividades permanentes en medicina preventiva y del trabajo, y en higiene y seguridad industrial de conformidad al programa de Salud Ocupacional y con el objeto de velar por la protección integral del trabajador.

ARTÍCULO 42: Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por la E.P.S., A.R.P, a través de la I.P.S, a la cual estén afiliados según el caso.

En caso de no afiliación estará a cargo del empleador, sin perjuicio de las acciones legales pertinentes.


ARTÍCULO 43: Todo trabajador, desde el mismo día en que se sienta enfermo, deberá comunicarlo al empleador, su representante o a quien haga sus veces, el cual hará lo conducente para que sea examinado por el médico correspondiente, a fin de que certifique si puede continuar o no en el trabajo y en su caso determine la incapacidad y el tratamiento a que el trabajador debe someterse.

Si éste no diere aviso dentro del término indicado, o no se sometiere al examen médico que se haya ordenado, su inasistencia al trabajo se tendrá como injustificada para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad para dar el aviso y someterse al examen en la oportunidad debida.

ARTÍCULO 44: Los trabajadores deben someterse a las instrucciones y tratamiento que ordena el médico que los haya examinado, así como a los exámenes o tratamientos preventivos que para todos o algunos de ellos ordenan la Sociedad en determinados casos.

El trabajador que sin justa causa se negare a someterse a los exámenes, instrucciones o tratamientos antes indicados, perderá el derecho a la prestación en dinero por la incapacidad que sobrevenga a consecuencia de esa negativa.

ARTÍCULO 45: Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad industrial que prescriben las autoridades del ramo en general y en particular a las que ordene la Sociedad para

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		102

prevención de las enfermedades y de los riesgos provenientes de la actividad de cada uno de los trabajadores.


PARÁGRAFO: El incumplimiento por parte del trabajador de las instrucciones, reglamentos y determinaciones de prevención de riesgos, adoptados en forma general o específica y que se encuentren dentro del Programa de Salud Ocupacional de la respectiva Sociedad, y que le hayan comunicado por escrito, facultan al empleador para la terminación del vínculo o relación laboral por justa causa, previa autorización del Ministerio de la Protección Social, respetando el derecho de defensa (Art. 91 Decreto 1295 de 1994 ante la E.P.S. y la A.R.P.

ARTICULO 46: En caso de accidente de trabajo, el Jefe de la respectiva División o su superior, ordenará inmediatamente la prestación de los primeros auxilios, la remisión al médico y tomará todas las medidas que se consideren necesarias y suficiente para reducir al mínimo las consecuencias del accidente, denunciando el mismo en los términos establecidos en el Decreto 1295 de 1994 ante la EPS y la ARP.

ARTÍCULO 47: En caso de accidente no mortal, aún el más leve o de apariencia insignificante, el trabajador lo comunicará inmediatamente al empleador, a su representante, o a quien haga sus veces, para que se provea la asistencia médica y tratamiento oportuno según las disposiciones legales vigentes, indicará, las consecuencias del accidente y la fecha en que cese la incapacidad.

ARTÍCULO 48: Todo accidente de trabajo o enfermedad profesional que ocurra en la Sociedad, deberá ser informado por el empleador a la entidad administradora de riesgos profesionales y a la entidad promotora de salud, en forma simultánea, dentro del día hábil siguiente de ocurrido el accidente o diagnosticada la enfermedad.

ARTÍCULO 49: En todo caso, en lo referente a los puntos de que trata este capítulo, tanto la Sociedad como los trabajadores, se someterán a las normas de riesgos profesionales del Código Sustantivo del Trabajo, la Resolución N° 1016 de 1989, expedida por el Ministerio de la Protección Social y las demás que con tal fin se establezcan. De la misma manera, ambas partes están obligadas a sujetarse al Decreto Ley 1295 de 1994, y la Ley 776 de 17 de diciembre de 2002, del Sistema General de Riesgos Profesionales, de conformidad a los términos estipulados en los preceptos legales pertinentes y demás normas concordantes y reglamentarias antes mencionadas.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		103

CAPÍTULO XII

PRESCRIPCIONES DE ORDEN.


ARTÍCULO 50: Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

1. Respeto y subordinación a los superiores.
2. Respeto a sus compañeros de trabajo.
3. Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
4. Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general en la Sociedad.
5. Ejecutar los trabajos con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
6. Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.
7. Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, encaminadas a perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la Sociedad.
8. Observar rigurosamente las medidas y preocupaciones que le indique su propio jefe para el manejo de los equipos o instrumentos de trabajo.
9. Usar los elementos de trabajo de acuerdo a las funciones contratadas y solo para los fines laborales.
10. Reportar o informar a la Sociedad de todo hecho o incidente que amenace o ponga el peligro la prestación del servicio en el propio cargo, en el de otros compañeros de trabajo e incluso en la operación y la actividad misma de la Sociedad.
11. Desarrollar o ejecutar las funciones laborales contratadas mediante el uso de los equipos, elementos y demás instrumentos de protección y seguridad que les haya brindado la Sociedad para tales fines.
12. Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde debe desempeñar sus labores, siendo prohibido, salvo orden superior o estrictamente en cumplimiento de sus funciones, pasar al puesto de otros compañeros de trabajo.
13. Someterse a todas las pruebas que le indica el empleador en el campo médico de aptitud física y mental y todas aquellas dirigidas a preservar la seguridad de la operación de la compañía.

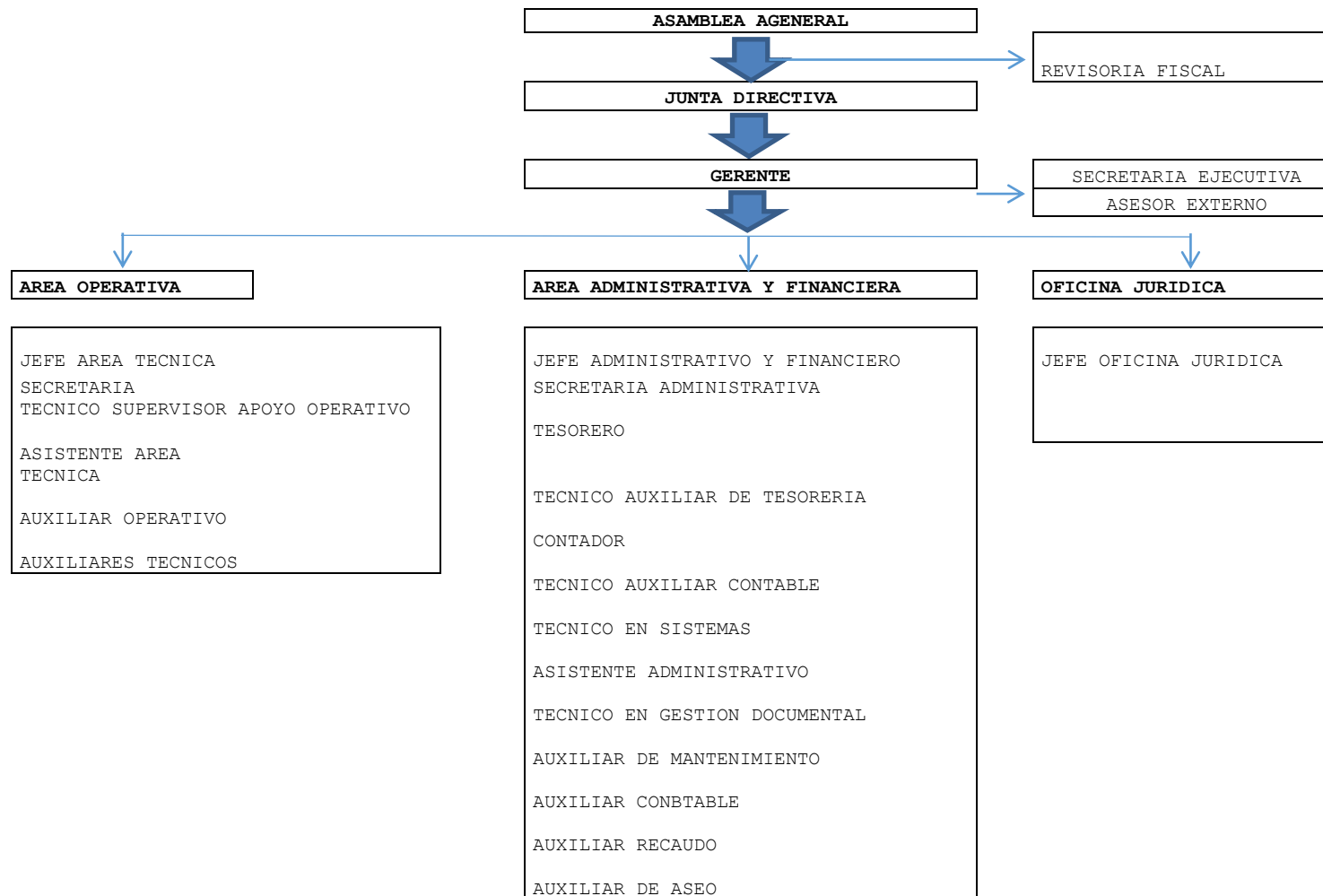
CAPÍTULO XIII

ORDEN JERÁRQUICO

ARTÍCULO 51: El orden jerárquico de acuerdo con los cargos existentes en la Sociedad, es el siguiente:

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		104



ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------



	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		105

PARÁGRAFO: De los cargos mencionados, tiene facultad para imponer sanciones disciplinarias a los trabajadores el Jefe de la Oficina Jurídica de la Sociedad, garantizando la segunda instancia ante la Gerencia.

CAPÍTULO XIV

LABORES PROHIBIDAS PARA MUJERES Y MENORES

ARTÍCULO 52: Queda prohibido emplear a los menores de Dieciocho (18) años y las mujeres en trabajo de pintura industrial, que entrañen el empleo de la cerusa, del sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos pigmentos.

Las mujeres sin distinción de edad y los menores de dieciocho (18) años no pueden ser empleados en trabajos subterráneos de las minas, ni en general trabajar en labores peligrosas, insalubres, o que requieran grandes esfuerzos. (Numerales 2° y 3° del Artículo 242 del C.S.T.).


TRABAJOS PROHIBIDOS PARA MENORES DE EDAD

ARTÍCULO 53: AUTORIZACIÓN DE TRABAJO PARA ADOLESCENTES.

Corresponde al Inspector de Trabajo expedir por escrito la autorización para que un adolescente pueda trabajar, a solicitud de los padres, del respectivo representante legal o del defensor de la familia. A falta de Inspector del Trabajo la autorización será expedida por el Comisario de Familia y en defecto de éste por el Alcalde Municipal. (Artículo 113 Ley 1098/06).

La autorización estará sujeta a las siguientes reglas:

1. Deberá tramitarse conjuntamente entre el empleador y el adolescente;
2. La solicitud contendrá los datos generales de identificación del adolescente y del empleador, los términos del contrato de trabajo, la actividad que va a realizar, la jornada laboral y el salario.
3. El funcionario que concedió el permiso deberá efectuar una visita para determinar las condiciones de trabajo y la seguridad para la salud de trabajador.
4. Para obtener la autorización se requiere la presentación del certificado de escolaridad del adolescente y si este no ha terminado su formación básica el empleador procederá a inscribirlo y, en todo caso, a facilitarle el tiempo necesario para continuar el proceso educativo o de formación, teniendo en cuenta su orientación vocacional.
5. El empleador debe obtener un certificado de estado de salud del adolescente trabajador.
6. La autorización del trabajo o empleo para el adolescente indígenas será conferidas para las autoridades tradicionales de la perspectiva comunidad teniendo en cuenta sus usos y costumbres. En su efecto, la autorización será otorgada por el Inspector del Trabajo o por la Primera Autoridad del lugar.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		106

7. El empleador debe dar aviso inmediato a la autoridad que confirió la autorización cuando se inicie y cuando termine la relación laboral.

PARÁGRAFO: La autorización para trabajar podrá ser negada o revocada en caso de que no se den las garantías mínimas de salud, seguridad social y educación del adolescente.

ARTÍCULO 54: JORNADA MÁXIMA LABORAL. La duración máxima de la jornada laboral de los adolescentes autorizados para trabajar, se sujetará a las siguientes reglas: (Artículo 114 Ley 1098/06).

1. Los adolescentes mayores de quince (15) años y menores de diecisiete (17) años, sólo podrán trabajar en jornada diurna máxima de seis (6) horas diarias y treinta (30) horas a la semana y hasta las (seis) 6:00 de la tarde.

2. Los adolescentes mayores de diecisiete (17) años, solo podrán trabajar en una jornada máxima de ocho (8) horas diarias y cuarenta (40) horas a la semana y hasta las (ocho) 8:00 de la noche.

ARTÍCULO 55: SALARIO. Los adolescentes autorizados para trabajar, tendrán derecho a un salario de acuerdo a la actividad desempeñada y proporcionalidad al tiempo trabajado. En ningún caso la remuneración podrá ser inferior al salario mínimo legal vigente. (Artículo 115 Ley 1098/06).

ARTÍCULO 56: DERECHOS EN CASO DE MATERNIDAD. Sin perjuicio de los derechos consagrados en el Capítulo V del Título VIII del Código Sustantivo del Trabajo, la jornada del adolescente mayor de quince (15) años y menor de dieciocho (18) años, no podrá exceder de cuatro (4) horas diarias a partir del séptimo mes de gestación y durante la lactancia y disminución de su salario y prestaciones sociales. (Artículo 116 Ley 1098/06).

ARTÍCULO 57: Los menores no podrán ser empleados en los trabajos que a continuación se enumeran por cuanto suponen exposición severa a riesgos para salud o integridad física:


1. Los trabajadores que tengan que ver con sustancias tóxicas o nocivas para la salud.

2. Trabajadores a temperaturas anormales o en ambientes contaminados o con insuficiente ventilación.

3. Trabajo subterráneo de minería de toda índole y en los que influyan agentes nocivos tales como contaminantes, desequilibrio térmicos, deficiencia de oxígeno a consecuencia de la oxidación o la gasificación.

4. Trabajos donde el menor de edad esté expuesto a ruidos que sobrepasen ochenta (80) decibeles.


5. Trabajos donde se tenga que manipular sustancias radioactivas, pinturas luminiscentes, rayos x o que impliquen exposiciones a radiaciones ultravioletas, infrarrojas y emisiones de radio frecuente.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		107

6. Todo tipo de labores que impliquen exposición a corrientes eléctricas de alto voltaje.
 7. Trabajos submarinos.
 8. Trabajo en basurero o en cualquier tipo de actividades donde se generen agentes biológicos patógenos.
 9. Actividades que impliquen el manejo de sustancias explosivas, inflamables o causticas.
 10. Trabajos en pañoleros o fogoneros, en los buques de transporte marítimo.
 11. Trabajos en pintura industrial que entrañen el empleo de la cerusa, de sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos elementos.
 12. Trabajos en máquina esmeriladora, afiliado de herramientas, en muelas abrasivas de alta velocidad y en ocupaciones similares.
 13. Trabajos en altos hornos, horno de fundición de metales, fábricas de acero, talleres de laminación, trabajos de forja y en prensa pesada de metales.
 14. Trabajos y operaciones que involucren la manipulación de cargas pesadas.
 15. Trabajos relacionados con cambios de correas de transmisión, aceite, engrasado y otros trabajos próximos a transmisiones pesadas o de alta velocidad.
 16. Trabajos en cizalladores, cortadoras, laminadoras, tornos, fresadoras, troqueladoras y otras máquinas particularmente peligrosas.
 17. Trabajos de vidrio y alfarería, trituración y mezclado de materia prima; trabajo de hornos, pulido y esmerilado en seco de vidriería, operaciones de limpieza por chorro de arena, trabajo en locales de vidriado y grabado, trabajos en la industria cerámica.
 18. Trabajo de soldadura de gas y arco, corte con oxígeno en tanques o lugares confinados, en andamios o en molduras precalentadas.
 19. Trabajos en fábricas de ladrillos, tubos y similares, moldeado de ladrillos a mano, trabajo en las prensas y hornos de ladrillos.
 20. Trabajo en aquellas operaciones y/o procesos en donde se presenten altas temperaturas y humedad.
 21. Trabajo en la industria metalúrgica del hierro y demás metales, en las operaciones y/o procesos en donde se desprenden vapores o polvos tóxicos y en plantas de cemento.
 22. Actividades agrícolas o agro industriales que impliquen alto riesgo para la salud.
 23. Las demás que señalen en forma específica los reglamentos del Ministerio de la Protección Social.
- Adicional a estas actividades, estarán prohibidas las previstas en el artículo 2° de la resolución número 4448 de 2005, proferida por el Ministerio de la Protección Social.

PARÁGRAFO PRIMERO: Los trabajadores menores de dieciocho (18) años y mayores catorce (14), que cursen estudios técnicos en el Servicio Nacional de Aprendizaje o en un instituto técnico especializado

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		108

reconocido por el Ministerio de Educación Nacional o en una institución del Sistema Nacional de Bienestar Familiar autorizada para el efecto por el Ministerio de Protección Social, o que obtenga el certificado de aptitud profesional expedido por el Servicio Nacional de Aprendizaje "SENA", podrán ser empleados en aquellas operaciones, ocupaciones o procedimientos señalados en este artículo, que a juicio del Ministerio de la Protección Social, pueden ser desempeñados sin grave riesgo para la salud o la integridad física del menor mediante un adecuado entrenamiento y la aplicación de las medidas de seguridad que garanticen plenamente la prevención de los riesgos anotados. Quedan prohibidos a los trabajadores menores de dieciocho (18) años todo trabajo que afecte su moralidad. En especial les está prohibido el trabajo en casas de lenocinio y demás lugares de diversión donde se consuma bebidas alcohólicas. De igual modo se prohíbe su contratación para la reproducción de escenas pornográficas, muertes violentas, apología del delito u otros semejantes. (Art. 245 y 246 Decreto 2737 de 1989).


Queda prohibido el trabajo nocturno para los trabajadores menores, no obstante los mayores de dieciséis (16) años y menores de dieciocho (18) años podrán ser autorizados para trabajar hasta las ocho (8) de la noche siempre que no se afecte su asistencia regular en un centro docente, ni implique perjuicio para su salud física o moral (Art. 243 del Decreto 2737 de 1989).

CAPÍTULO XV

OBLIGACIONES ESPECIALES PARA LA SOCIEDAD Y LOS TRABAJADORES

ARTÍCULO 58: Son obligaciones del empleador:

1. Poner a disposición de los trabajadores, los instrumentos y equipos necesarios para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garantice razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o de enfermedad, a este efecto, la sociedad mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.
4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, periodos y lugares convenidos.
5. Guardar absoluto respeto de la dignidad personal del trabajador a sus creencias y sentimientos.
6. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el capítulo X de este reglamento.
7. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración del contrato, una certificación en que conste el tiempo de servicio, índole de la labor y salario devengado.
8. Pagar al trabajador los gastos razonables de venida y regreso, si para prestar su servicio lo hizo cambiar de residencia, salvo si

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		109

la terminación del contrato se origina por culpa o voluntad del trabajador.

9. Abrir y llevar al día los registros de horas extras.

10. Conceder a las trabajadoras que estén en periodo de lactancia los descansos ordenados por el artículo 238 del Código Sustantivo del Trabajo y demás disposiciones concordantes y complementarias.

11. Conservar los puestos a las empleadas que están disfrutando de los descansos remunerados a que se refiere el numeral anterior, o por licencia de enfermedad motivada en el embarazo o parto. No producirá efecto alguno el despido que el empleador comunique a la trabajadora en tales periodos o que si acude a un preaviso, este expire durante los descansos o licencias mencionadas.

12. Llevar un registro de inscripción de todas las personas menores de edad que emplee, con indicación de la fecha de nacimiento de las mismas.

13. Cumplir este reglamento y mantener el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.

14. Además de las obligaciones especiales a cargo del empleador, este garantizará el acceso del trabajador menor de edad a la capacitación laboral y conceder licencias no remunerada cuando la actividad escolar así lo requiera. Será también de ser parte afiliarlo al Sistema General de Seguridad Social Integral, suministrarles cada cuatro (4) meses en forma gratuita, la dotación (un par de zapatos y un vestido de labor), teniendo en cuenta que la remuneración mensual sea hasta dos veces el salario mínimo vigente en la empresa (Artículo 57, CST).

ARTÍCULO 59: Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor, en los términos estipulados; observar los preceptos de este reglamento y en el manual de funciones de cada cargo y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la sociedad o sus representantes, según el orden jerárquico establecido.

2. No comunicar a terceros, salvo autorización expresa, las informaciones que tenga sobre su trabajo, especialmente sobre asuntos que sean de naturaleza reservada, y cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios a la sociedad.


3. Conservar, dar buen trato y restituir en buen estado, salvo el deterioro natural, los instrumentos, equipos y útiles que les hayan confiado para el cumplimiento de las labores.

4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.

5. Comunicar oportunamente a la Sociedad las observaciones que estimen conducentes para evitar daños y perjuicios.

6. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminente que afecten o amenacen a las personas o bienes de la Sociedad.

7. Observar las medidas preventivas higiénicas prescritas por las autoridades del ramo y observar con suma diligencia y cuidado las

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		110

instrucciones y ordenes preventivas de accidentes o de enfermedades profesionales.

8. Registrar en las oficinas de la sociedad (Gerencia y/o División Administrativa) su domicilio y dirección, y dar aviso oportuno de cualquier cambio. (Artículo 58 CST).

9. Velar por la seguridad de los bienes de la Sociedad, para aquellos trabajadores que tengan asignada esta función.

10. Asistir a las reuniones ordinarias y extraordinarias que convoque la Sociedad.

11. Cumplir con las normas de tránsito, en el evento en que su cargo involucre la conducción de vehículos.

12. Realizar sus funciones teniendo en cuenta los procedimientos y normas establecidos por la Sociedad.

13. Utilizar los uniformes, elementos de trabajo de seguridad industrial que exija la Sociedad para ejecutar la labor asignada.

14. Asistir puntualmente a los cursos de capacitación, inducción o entrenamiento en los cuales se le haya invitado como participante y concurrir a las reuniones generales o de grupo convocadas por la Sociedad.

15. Exigir a los conductores para la expedición de tasas de uso el certificado de alcoholimetría, la planilla o libro de viaje u orden de venta debidamente diligenciada por la oficina de rodamiento de la respectiva empresa transportadora, así como los documentos que la Gerencia u otro superior disponga.

16. Mantener en orden y aseo de los baños, corredores y demás dependencias donde adelanten las labores asignadas.

17. Permitir las requisas aleatorias a sus elementos personales y lockers asignados.

18. Usar los elementos e instrumentos de protección y seguridad laboral.

19. Abstenerse de fumar, de ingerir bebidas con alcohol o sustancias psicoactivas en el sitio o lugar de trabajo, así como en los sitios donde se adelanten operativos.


20. No llegar a los sitios de trabajo bajo el efecto del alcohol o sustancias psicoactivas.

21. Someterse a las pruebas sobre estado de salud y aptitudes (alcoholimetría, fármacos, fuerza o similares) que realiza la Sociedad periódicamente para comprobar que el empleado está en condiciones de cumplir las funciones contratadas y que no amenaza su salud ni la operación de la Sociedad.

22. En caso de incapacidad, presentar a la división administrativa la constancia respectiva emitida por la Entidad Promotora de Salud, dentro de las veinticuatro (24) horas siguientes a su expedición.

23. Portar en lugar visible al público durante la jornada de trabajo el carné que lo identifica como funcionario de la Sociedad Terminal de Transportes de Pasto S.A.

24. Sujetarse a las normas, procedimientos y reglamentos que se establezcan en los lugares en donde el empleador adelanta actividades u operativos según indica el contrato.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		111

25. Los trabajadores de la sociedad, en aras de ser más eficientes deberán de someterse a una evaluación de desempeño según el cargo que ocupen.

La evaluación del desempeño debe integrar en sí los siguientes elementos: Misión, Visión y objetivos estratégicos de la Sociedad, cultura organizacional y competencias laborales de los cargos.

La evaluación la realizara el Jefe inmediato, con el visto bueno de la Gerencia, dicha evaluación tendrá una periodicidad anual.

PROHIBICIONES ESPECIALES PARA LA SOCIEDAD Y LOS TRABAJADORES

ARTÍCULO 60: SE PROHÍBE A LA SOCIEDAD

1. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de los salarios y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores sin autorización previa escrita de estos para cada caso o sin mandamiento judicial, con excepción de los siguientes:

a) Respecto de salarios pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por los artículos 113, 150, 151, 152, y 400 del Código Sustantivo del Trabajo.

b) Las cooperativas pueden ordenar retenciones hasta de un cincuenta por ciento (50%) de salarios y prestaciones, para cubrir sus créditos en la forma y en los casos en que la ley los autorice.

c) En cuanto a las cesantías y pensiones de jubilación, la sociedad puede retener el valor respectivo en los casos del Art. 250 del Código Sustantivo del Trabajo.

2. Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías o víveres en almacenes que establezca la empresa.

3. Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se admita en el trabajo o por otro motivo cualquiera que se refiera a las condiciones de este.

4. Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores en el ejercicio de su derecho de asociación.

5. Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter religioso o político o dificultarles o impedirles el ejercicio al derecho al sufragio.


6. Hacer, o autorizar propaganda política en los sitios de trabajo.

7. Hacer o permitir todo género de rifas, colectas o suscripciones en los mismos sitios.

8. Emplear en las certificaciones de que trata el ordinal 7° del artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo signos convencionales que tiendan a perjudicar a los interesados o adoptar el sistema de lista negra, cualquiera que sea la modalidad que se utilice para que no se ocupe en otras empresas a los trabajadores que separen o sean separados del servicio.

9. Cerrar intempestivamente la sociedad, si lo hiciere además de incurrir en sanciones legales deberá pagar a los trabajadores los salarios, prestaciones e indemnizaciones por el lapso que dure cerrada la Sociedad.

10. Retener o disminuir colectivamente los salarios a los trabajadores u ordenar la cesación de actividades de estos, si lo

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		112

hiciere será imputable a aquel y les dará derecho a reclamar los salarios correspondientes al tiempo de suspensión de labores.

11. Despedir sin justa causa comprobada a los trabajadores.

12. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofenda su dignidad. (Artículo 59 C.S.T.).

ARTÍCULO 61: SE PROHÍBE A LOS TRABAJADORES.

1. Sustraer del establecimiento los útiles o equipos de trabajo o cualquier bien sin permiso de la Sociedad.

2. Presentarse a laborar en estado de alicoramiento o bajo la influencia de narcótico o de drogas enervantes, o ingerir bebidas alcohólicas o sustancias psicoactivas en las instalaciones de la sociedad durante el tiempo de trabajo.

3. Portar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.

4. Faltar al trabajo sin justa causa o sin permiso de la Sociedad, excepto en los casos que por fuerza mayor deban abandonar el lugar de trabajo.

5. Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas de trabajo o incitar a su declaración o mantenimiento, sea que participe o no en ellas.

6. Hacer rifas, ventas, colectas o suscripciones o cualquier otra clase de propaganda en los lugares de trabajo.

7. Coartar la libertad para trabajar a sus compañeros de trabajo.

8. Usar los útiles, equipos o herramientas suministradas por la Sociedad en actividades distintas del trabajo contratado.

9. Abandonar transitoriamente el sitio o lugar de trabajo sin motivo justificado o explicable.

10. Propiciar escándalos o riñas sobre las instalaciones de la Sociedad.

11. Realizar de manera fraudulenta el registro de control de entrada y de salida de cualquier compañero de trabajo.

12. Pedir, exigir o recibir dadas o contraprestación personal a los proveedores o contratistas de la Sociedad.

13. Solicitar o recibir propinas, dinero o cualquier otro tipo de contraprestación a los usuarios, empresas o conductores por actuaciones relacionados con el cumplimiento del servicio como trabajadores de la sociedad.


14. Alterar o modificar el sistema o programa de cómputo, en cualquiera de los puestos de trabajo.

15. Mantener, retener, guardar o conservar tasas de uso de la sociedad en las casetas de control.

16. Permitir parqueo de vehículos cerca de las casetas de control.

17. Permanecer en los puestos de trabajo durante los descansos o fuera del turno.

18. Abandonar el puesto de trabajo sin la debida autorización del superior.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		113

19. No Permitir el ingreso a los puestos de trabajo a personal ajeno a la sociedad.
20. Distribuir folletos publicaciones o fijar afiches en los puestos de trabajo, sin autorización.
21. Expedir Tasas de uso a personas no autorizadas por las empresas trasportadoras o sin la exigencia de los documentos establecidos en el artículo 59 numeral 15 del presente manual.
22. Revelar datos, informes documentos o notas de carácter reservado de la Sociedad, que a juicio de esta le ocasione perjuicios de cualquier orden en forma directa e indirecta.
23. No cumplir con las medidas de higiene y seguridad industrial, consagradas en el reglamento de higiene y seguridad industrial, en el programa de salud ocupacional o en cualquier otro instructivo de la sociedad.
24. Faltar al respeto a sus superiores y compañeros.
25. Desperdiciar o dar mal uso a los elementos de trabajo, salvo que este se produzca por desgaste normal.

CAPITULO XVI

ESCALA DE FALTAS Y SANCIONES DISCIPLINARIAS

ARTÍCULO 62: La sociedad no puede imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento, en pactos, fallos arbitrales o en el contrato de trabajo (Artículo 114, C.S.T.).

ARTÍCULO 63: Las sanciones disciplinarias de la Sociedad a los trabajadores se establecen entre faltas leves y graves.

A. Las faltas leves tendrán una sanción equivalente en multas y suspensión en el trabajo de ocho (8) días a dos (2) meses. (Artículo 112 y 113 C.S.T.).


Las multas sólo pueden causarse por retrasos o faltas al trabajo sin excusa suficiente; no pueden exceder de la quinta parte del salario de un (1) día, y su importe se consigna en cuenta especial para dedicarse exclusivamente a premios o regalos para los trabajadores del establecimiento.

El empleador puede descontar las multas del valor de los salarios La imposición de una multa no impide que la Sociedad prescinda del pago del salario correspondiente al tiempo dejado de trabajar.

B. Las faltas graves se sancionan con terminación unilateral del contrato de trabajo con justa causa y también tendrán aplicación para tal fin las que se desprendan de las normas legales, del contrato de trabajo y de este Reglamento Interno de Trabajo.

ARTÍCULO 64: Se establecen las siguientes clases de faltas leves y sus sanciones disciplinarias, así:

a. El retardo en la hora de entrada sin excusas suficientes, cuando no cause perjuicio de consideración a la sociedad, implica por primera vez una multa que no puede exceder de la quinta parte (1/5)

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		114

del salario de un (1) día y llamado de atención con copia a la hoja de vida.

Por segunda vez, suspensión en el trabajo hasta por tres (3) días.

b. La falta total al trabajo en el turno correspondiente, sin excusa suficiente, cuando no causa perjuicio de la consideración a la sociedad, implica, por primera vez suspensión en el trabajo hasta por ocho (8) días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por dos (2) meses.

c. La violación leve por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias implica por primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho (8) días y por segunda vez suspensión en el trabajo hasta por dos (2) meses, sin perjuicio de lo establecido en pactos, convenciones colectivas, fallo arbitrales o en contrato de trabajo.


PARÁGRAFO: la imposición de multas no impide que la Sociedad prescinda del pago correspondiente al tiempo dejado de trabajar. El valor de las multas se destinará exclusivamente a premios o regalos para los trabajadores que se destaquen por su puntual asistencia al trabajo y por su responsabilidad en el cumplimiento de sus labores y para las funciones que se le ha contratado.

ARTÍCULO 65: CONSTITUYEN FALTAS GRAVES:

1. La comisión por más de dos (2) veces de una falta leve.
2. Ejecutar actos de falsedad o engaño que produzca o pueda producir perjuicios a la Sociedad o a terceros.
3. Abandonar sin permiso del jefe respectivo o dañar los equipos y bienes bajo su cuidado y vigilancia, siempre que se cause un perjuicio de consideración a la Sociedad.
4. Entrar a dependencias distintas de aquella que les está asignada sin el permiso del jefe respectivo.
5. El retardo de las horas de entrada sin excusa suficiente, cuando a juicio de la empresa se causa perjuicios de consideración a la misma.
6. La falta al trabajo durante el turno sin autorización del jefe o sin excusa suficiente, salvo los casos expresamente exceptuados por la ley y cuando a juicio de la empresa se causa perjuicios de consideración a la misma.
7. Operar o manejar equipos o máquinas sin autorización del jefe respectivo.
8. Respecto al uso de internet y demás herramientas informáticas y electrónicas:

a) Inhabilitar, desactivar o burlar las disposiciones de seguridad establecidas por el empleador para el uso de internet, correo electrónico y demás herramientas informáticas.

b) Utilizar los recursos informáticos y las redes del empleador, para guardar, almacenar, distribuir, editar o grabar material de contenido ofensivo, material de contenido racista, terrorista o

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		115

similar, así como software, videos, música, juegos o información pirata o ilegal.

c) Utilizar los recursos informáticos y las redes del empleador para desacreditar o difamar a terceros, crear pánico, propagar virus informáticos o para realizar otros actos que atenten contra las personas o las cosas que impliquen violación de las disposiciones legales y de las regulaciones internas.

d) Desatender las disposiciones normativas expedidas por las autoridades competentes, así como las circulares e instructivos importados por la Sociedad o su representantes, en relación con el uso de internet, correo electrónico y demás herramientas informáticas.

e) Divulgar un archivo o información privativa de otra área y/o no dar inmediato aviso sobre la existencia de aquellos, si por alguna circunstancia el trabajador encuentra esa información o archivo.

f) Hacer grabaciones de audio o video a los compañeros sin el consentimiento de este y/o del superior jerárquico.

g) Instalar software sin autorización expresa de la Sociedad.

9. Hacer uso indebido, destruir, romper o dañar los elementos de higiene y confort que la Sociedad tiene instalados para el uso de su personal.

10. Presentarse a trabajar en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcótico o de drogas enervantes o ser sorprendido en este estado durante la jornada o consumiendo dichas sustancias dentro de las instalaciones de la Sociedad.

11. Negociar y/o comerciar con las dotaciones, elementos, herramientas de trabajo entregados por la Sociedad para el desempeño de sus funciones.

12. Abandonar el lugar de trabajo durante la Jornada laboral sin el permiso correspondiente del superior.

13. Solicitar o recibir dinero o dádivas por parte de los usuarios, empresas, conductores por la prestación u omisión en el cumplimiento del servicio inherentes al cargo del trabajador.

14. Hacer uso de los permisos que se les hayan otorgado en horas y/o días distintos de los fijados y no reanudar labores expirados los términos a que se contraigan.

15. Negarse sistemáticamente a cumplir órdenes que en el desempeño de sus funciones le impartan sus superiores.

16. Negarse a apoyar los proyectos impulsados por la Sociedad.


17. Amenazar, agredir físicamente o de palabra o tener comportamiento irrespetuoso con los superiores jerárquicos o compañeros de trabajo.

18. Negarse a utilizar adecuadamente los implementos de seguridad industrial adoptados por la Sociedad.

19. Todo acto de deslealtad contra la Sociedad o su buen nombre comercial, manifestado públicamente, en forma oral o escrita.

20. Sustraer enseres, equipos o bienes de la Sociedad o de los compañeros de trabajo.

21. Haber presentado a la Sociedad para la admisión o con posterioridad a ésta, documentos o informaciones falsos, para cualquier efecto.


ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		116

22. Dormir durante la jornada de trabajo, bien sea en sitios de labores o en otro diferente.
 23. Dormir durante o fuera del turno laboral dentro de las dependencias de la Sociedad sin autorización correspondiente.
 24. Desatender o negarse a cumplir las medidas de control establecidas por la Sociedad para la entrada y salida de personas y vehículos.
 25. Permitir el acceso a las instalaciones de la Sociedad de personas extrañas que perturben el normal desarrollo de la actividad misional o pongan en riesgo la seguridad de los usuarios.
 26. Hacer fraude con el control de ingreso y salida de la Sociedad o el carné de otro trabajador o sustituirlo indebidamente en cualquier forma.
 27. Omitir el registro de ingreso y/o salida del turno de labores conforme los horarios establecidos.
 28. Dejar de presentar la huella en el sensor respectivo para registrar la salida o la entrada al puesto de trabajo y/o la prueba de alcoholimetría para el personal operativo.
 29. Cambiar de turno, hacer turnos de compañeros de trabajo o reemplazar sin autorización expresa de sus jefes respectivos.
 30. Dedicarse a la venta de artículos o a la actividad de prestar dinero dentro de las instalaciones de la Sociedad y en general a actividades diferentes a aquellas que le estén encomendadas.
 31. Permanecer dentro de las instalaciones de la Sociedad, sin autorización, en horas distintas a las de su turno de trabajo sin previa autorización de la Gerencia.
 32. Que el trabajador comprometa las decisiones de la Sociedad para beneficiar intereses diversos al objeto que ésta desarrolla, en contradicción con las pautas o normas que señala la empresa o en perjuicio de su patrimonio económico.
 33. Hacer uso indebido, destruir, romper o dañar los vehículos, equipos o bienes suministrados por la Sociedad para la ejecución de las labores.
 34. Destruir, romper o dañar bienes de terceros o causar lesiones o atentar contra la vida e integridad física de cualquier persona, durante el desarrollo de sus funciones.
 35. Llevar o permitir el ingreso, a personas no autorizadas en los vehículos asignados por la Sociedad.
 36. Violación grave por parte del trabajador de las obligaciones contractuales o reglamentarias.
- Las faltas anteriormente anotadas se encuentran dentro de los motivos de despido con justa causa, y también tendrán aplicación para tal fin las que se desprendan de las normas legales, del contrato de trabajo y de este Reglamento Interno de Trabajo.

PROCEDIMIENTOS PARA COMPROBACIÓN DE FALTAS Y FORMAS DE APLICACIÓN DE LAS SANCIONES DISCIPLINARIAS.

ARTÍCULO 66: Antes de aplicarse una sanción disciplinaria, el empleador oirá al trabajador inculpado directamente quien podrá

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		117

solicitar la práctica de las pruebas que considere conducentes y pertinentes en la respectiva instrucción.

Se designa para este procedimiento y toda la instrucción al JEFE DE LA OFICINA JURIDICA o a quien el Gerente delegue para tal efecto.

Las faltas cometidas por los trabajadores deberán ser sancionadas, en el plazo máximo de seis (6) meses, computándose estos plazos desde que en la sociedad tiene conocimiento de su comisión, estos términos pueden prorrogarse por un plazo igual al inicial cuando los hechos den lugar a investigación.

En todo caso se dejará constancia escrita de los hechos y de la decisión de la Sociedad de imponer o no, la sanción definitiva (Art. 115 C.S.T.).

ARTÍCULO 67: No producirá efecto alguno la sanción disciplinaria impuesta con violación al trámite señalado en el anterior artículo (Art. 115 C.S.T.).

CAPÍTULO XVII

RECLAMOS ANTE QUIENES DEBE PRESENTARSE Y SU TRÁMITE

ARTÍCULO 68: Los reclamos de los trabajadores se harán ante el Jefe inmediato quien los oír y resolverá en primera instancia en justicia y equidad, en segunda instancia se remitirá a Gerencia y de ser reiterativo el trabajador podrá acudir al comité de convivencia.

ARTÍCULO 69: Se deja claramente establecido que para efectos de los reclamos a que se refieren los artículos anteriores, el trabajador o trabajadores pueden asesorarse de un abogado.

ARTÍCULO 70: El Gerente de la sociedad podrá delegar la instrucción en un Jefe de otra unidad para efectos de atender los reclamos de los que trata el presente capítulo.


CAPÍTULO XVIII

DE LAS MEDIDAS DE PREVENCIÓN DE ACOSO LABORAL

ARTÍCULO 71: la Sociedad Terminal de transportes teniendo en cuenta la ley 1010 de 2006 deberá implementar mecanismos de prevención de las conductas de acoso laboral y establecer un procedimiento interno, confidencial, conciliatorio y efectivo para superar las que ocurran en el lugar de trabajo mediante la conformación del comité de convivencia.

COMITÉ DE CONCILIACION

ARTÍCULO 72: Comités de Convivencia Laboral. Las entidades públicas y las empresas privadas deberán conformar un (1) comité por empresa y podrán voluntariamente integrar comités de convivencia laboral adicionales, de acuerdo a su organización interna, por regiones geográficas o departamentos o municipios del país.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		118

El Comité de Convivencia Laboral estará compuesto por dos (2) representantes del empleador y dos (2) de los trabajadores, con sus respectivos suplentes. Las entidades públicas y empresas privadas podrán de acuerdo a su organización interna designar un mayor número de representantes, los cuales en todo caso serán iguales en ambas partes.

Los integrantes del Comité preferiblemente contarán con competencias actitudinales y comportamentales, tales como respeto, imparcialidad, tolerancia, serenidad, confidencialidad, reserva en el manejo de información y ética; así mismo habilidades de comunicación asertiva, liderazgo y resolución de conflictos.

En el caso de empresas con menos de veinte (20) trabajadores, dicho comité estará conformado por un representante de los trabajadores y uno (1) del empleador, con sus respectivos suplentes.


El empleador designará directamente a sus representantes y los trabajadores elegirán los suyos a través de votación secreta que represente la expresión libre, espontánea y auténtica de todos los trabajadores, y mediante escrutinio público, cuyo procedimiento deberá ser adoptado por cada empresa o entidad pública, e incluirse en la respectiva convocatoria de la elección.

El Comité de Convivencia Laboral de entidades públicas y empresas privadas no podrá conformarse con servidores públicos o trabajadores a los que se les haya formulado una queja de acoso laboral, o que hayan sido víctimas de acoso laboral, en los seis (6) meses anteriores a su conformación".

PARÁGRAFO PRIMERO: De la constitución del Comité se levantará un acta que contendrá los nombres de los integrantes. El período de los miembros del Comité es de dos (2) años a partir de la fecha de constitución del mismo.

PARÁGRAFO SEGUNDO: El Comité de Convivencia Laboral se reunirá ordinariamente cada tres (3) meses y sesionará con la mitad más uno de sus integrantes y extraordinariamente cuando se presenten casos que requieran de su inmediata intervención y podrá ser convocado por cualquiera de sus integrantes".

PARÁGRAFO TERCERO: En caso de que el trabajador integrante titular del comité se desvincule de la empresa bajo cualquier forma será reemplazado automáticamente por el respectivo suplente. A su vez el nuevo integrante titular nombrará su propio suplente hasta que se acabe el periodo reglamentario.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	GERENCIA
	REGLAMENTO INTERNO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-GER-100-01
		119

CAPÍTULO XIX

PUBLICACION, APLICACIÓN Y AJUSTES AL REGLAMENTO

ARTÍCULO 73: El presente reglamento debe ser publicado en la cartelera de la Sociedad. (Art. 119 C.S.T.).

ARTÍCULO 74: El presente Reglamento entrará en aplicación desde el momento de publicación y notificación del mismo a cada uno de los trabajadores. (Art. 119 C.S.T.).

ARTÍCULO 75: Los trabajadores podrán solicitar a la Sociedad dentro de los quince (15) días hábiles siguientes los ajustes que estimen necesarios cuando consideren que sus cláusulas contravienen los artículos 106, 108, 111, 112 o 113 del C.S.T.

De no existir acuerdo el inspector de trabajo adelantará la investigación correspondiente, formulará objeciones si las hubiere y ordenará a la Sociedad realizar las adiciones, modificaciones o supresiones conducentes, señalando como plazo máximo quince (15) días hábiles, al cabo de los cuales la Sociedad realizará los ajustes so pena de incurrir en multa equivalente a cinco (5) veces el salario mínimo legal mensual vigente. (Art. 119 C.S.T.).

CAPÍTULO XX

DISPOSICIONES FINALES

ARTÍCULO 76: Desde la fecha que entra en vigencia este reglamento, quedan sin efecto las disposiciones del reglamento que antes de esta fecha, haya tenido la Sociedad.


CAPÍTULO XXII

CLÁUSULAS INEFICACES

ARTÍCULO 77: No producirá ningún efecto las cláusulas del reglamento que desmejoren las condiciones del trabajador en relación con lo establecido en las leyes, contratos individuales, pactos convenciones colectivas o fallos arbitrales los cuales constituyen las disposiciones del reglamento en cuanto fueren más favorables al trabajador. (Art. 109, C.S.T.).

El presente reglamento interno es aprobado mediante acta de reunión de junta directiva de la Sociedad Terminal de Transportes De Pasto S.A. Número 6 del 17 de diciembre de 2015.

FABIO HERNÁN ZARAMA BASTIDAS.
GERENTE S.T.T.P.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010 CODIGO:TTP-JUR-309- 02 120

Anexo C: Contratos Laborales.

Contrato laborar administrador.

CONTRATO A TERMINO FIJO INFERIOR A UN AÑO CON TRABAJADORES DE DIRECCIÓN, CONFIANZA Y MANEJO.

NOMBRE DE EMPLEADOR: Sociedad Terminal de Transportes de Pasto S.A.

DOMICILIO: Carrera 6ª No. 16D – 50, Barrio Madrigal, Pasto, Nariño.

NOMBRE DE LA TRABAJADORA:

DIRECCIÓN DE LA TRABAJADORA:

LUGAR, FECHA DE NACIMIENTO Y NACIONALIDAD:

CARGO: Administrador Agencia de Viajes y Turismo Libertempo

SALARIO: \$

PERIODO DE PAGO: Mensualidades vencidas.

FECHA INCIAL DE CONTRATACIÓN:

FECHA FINAL DEL CONTRATO:

LUGAR DONDE DESEMPEÑARA LAS LABORES: Oficina administrativa Agencia de Viajes y Turismo Libertempo

CIUDAD DONDE SE CONTRATA: Pasto.

Entre el **EMPLEADOR** y el **TRABAJADOR**, de las condiciones ya dichas, identificados como aparece al pie de sus correspondientes firmas, se ha celebrado el presente contrato individual de trabajo, regido además por las siguientes cláusulas: **PRIMERA: EL EMPLEADOR** contrata los servicios personales del **TRABAJADOR** para desempeñar las funciones inherentes al cargo de Administrador así como la ejecución de las tareas ordinarias y anexas al mencionado cargo, de conformidad con los reglamentos, ordenes e instrucciones que le imparta el **EMPLEADOR**, observando en su cumplimiento la diligencia y el cuidado necesarios. **SEGUNDA:** Además de las obligaciones determinadas en la ley y en los reglamentos, el **TRABAJADOR** se compromete a cumplir con las siguientes obligaciones especiales: **1.-** A poner al servicio del **EMPLEADOR** toda su capacidad normal de trabajo el desempeño de las funciones propias del cargo mencionado y en las labores anexas y

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010 CODIGO:TTP-JUR-309- 02
		121

complementarias del mismo, de conformidad con las órdenes e instrucciones que le imparta el EMPLEADOR o sus representantes. **2.-** A no prestar directa ni indirectamente los mismos servicios laborales a otros EMPLEADORES, en las mismas condiciones y jornada laboral. **3.-** Guardar estricta reserva de todo cuanto llegue a su conocimiento por razón de su cargo y cuya comunicación a otras personas pueda causar perjuicio al EMPLEADOR. **4.-** Prestar el servicio antes dicho personalmente, en el lugar del territorio de la República de Colombia que indicare EL EMPLEADOR y excepcionalmente fuera de dicho territorio cuando las necesidades del servicio así lo exigieren. **5.-** Observar y dar cabal cumplimiento al Reglamento Interno de la Sociedad. **PARAGRAFO PRIMERO:** Además de las prohibiciones de orden legal y reglamentario, las partes estipulan las siguientes prohibiciones especiales al TRABAJADOR: **a.-** Solicitar préstamos especiales o ayuda económica a los clientes del EMPLEADOR aprovechando su cargo u oficio o aceptarles donaciones de cualquier clase sin previa autorización escrita del EMPLEADOR; **b.-** Autorizar o ejecutar sin ser de su competencia, operaciones que afecten los intereses del EMPLEADOR o negociar bienes o mercancías del EMPLEADOR en provecho propio; **c.-** Retener dinero o hacer efectivo cheques recibidos para el EMPLEADOR; **d.-** Presentar cuentas de gastos ficticias o reportar como cumplidas visitas o tareas no efectuadas; **e.-** Cualquier actitud en los compromisos comerciales, personales o en las relaciones sociales, que pueda afectar en forma nociva la reputación del EMPLEADOR y/o su representada, y **f.-** Retirar de las instalaciones donde funcione la Empresa elementos, máquinas y útiles de propiedad del EMPLEADOR sin su autorización escrita. **PARAGRAFO SEGUNDO:** el TRABAJADOR igualmente se compromete a ejecutar las siguientes funciones específicas definidas por EL EMPLEADOR de acuerdo al cargo para el cual se contrata: **1.** Administrar, dirigir, controlar y evaluar el desarrollo de los programas, los proyectos y las actividades de la agencia de viajes y del personal a su cargo. **2.** Proponer e implementar estrategias que fortalezcan el proceso de presentación de los servicios de la agencia de viajes. **3.** Asistir a las reuniones, cuando sea solicitado, presentando siempre los informes referentes a la agencia de viajes. **4.** Preparar y presentar a Gerencia, en conjunto con el jefe del área administrativa y financiera, informes periódicos, sobre los aspectos financieros y presupuestales de la agencia de viajes. **5.** Diseñar y presentar estrategias para optimizar el capital de la agencia de viajes. **6.** Dirigir la ejecución y el control del Presupuesto de la agencia de viajes. **7.** Elaborar, con el Jefe Administrativo y

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-JUR-309- 02
		122

financiero y el Contador, el proyecto de presupuesto de ingresos, gastos e inversiones de la agencia de viajes. **8.** Orientar, supervisar y coordinar el desarrollo de las actividades laborales del personal a su cargo. **9.** Reportar oportunamente al Jefe Administrativo y Financiero lo referente a novedades en la nómina del personal de la agencia de viajes. **10.** Controlar y verificar diariamente, las novedades relacionadas con el cumplimiento del horario, las ausencias injustificadas y el incumplimiento del Reglamento Interno de Trabajo del talento humano a su cargo. **11.** Adelantar dentro del marco propio de su dependencia, las gestiones necesarias para asegurar el oportuno cumplimiento de los planes, programas y proyectos. **12.** Informar oportunamente al Jefe Administrativo y Financiero sobre las novedades o irregularidades de la agencia de viajes. **13.** Coordinar, controlar y verificar la presentación de información administrativa y financiera. **14.** Preparar y presentar los informes requeridos por sus superiores, con la oportunidad y periodicidad indicados. **15.** Implementar y realizar la evaluación de desempeño de los trabajadores de la agencia de viajes. **16.** Coordinar, controlar y ejecutar los trámites para la contratación de bienes y servicios. **17.** Cumplir lo dispuesto en las disposiciones que rigen a la Entidad. **18.** Las demás que le sean asignadas por su superior y las que reciba por delegación, acordes con su dependencia. **TERCERA: EL EMPLEADOR** pagará al TRABAJADOR por la prestación de sus servicios el salario indicado, pagadero en las oportunidades también señaladas arriba. Dentro de este pago se encuentra incluida la remuneración de los descansos dominicales y festivos de que tratan los capítulos I y II del título VII del Código Sustantivo del Trabajo. **PARAGRAFO PRIMERO:** Las partes acuerdan que lo que recibe el trabajador por concepto de prima de vacaciones, reconocimiento anual por servicios prestados, prima de fin de año, pactadas como prestaciones extralegales según Pacto Colectivo suscrito entre las partes, serán base de liquidación para las prestaciones legales en proporción a la doceava de cada concepto de acuerdo a la cláusula sexta y siguientes del Pacto Colectivo. **PARAGRAFO SEGUNDO:** Si por cualquier circunstancia el TRABAJADOR prestare su servicio en día dominical o festivo, no tendrá derecho a sobre remuneración alguna. **PARAGRAFO TERCERO:** Cuando por causa emanada directa o indirectamente de la relación contractual existan obligaciones de tipo económico a cargo del TRABAJADOR y a favor del EMPLEADOR, éste procederá a efectuar las deducciones a que hubiere lugar en cualquier tiempo y más concretamente, a la terminación del presente contrato, así lo autoriza desde ahora el TRABAJADOR, entendiendo

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010 CODIGO:TTP-JUR-309- 02 123

expresamente las partes que la presente autorización cumple las condiciones, de orden escrita previa, aplicable para cada caso. **CUARTA:** el TRABAJADOR se obliga a laborar la jornada ordinaria en los turnos y dentro de las horas señalados por EL EMPLEADOR, pudiendo hacer éste ajustes o cambios de horario cuando lo estime conveniente de acuerdo al Reglamento Interno de Trabajo. **QUINTA:** Por razón de las funciones que desempeña el TRABAJADOR y por el hecho de desempeñar un cargo de confianza y manejo; aquella está excluida de la regulación sobre jornada máxima legal y deberá trabajar el número de horas necesarias para el cabal desempeño de sus funciones, por lo cual no habrá lugar al reconocimiento de horas extras cuando sobrepase el límite legal. Ello sin perjuicio de cumplir los horarios mínimos señalados por el EMPLEADOR. **SEXTA:** Las partes acuerdan un período de prueba de treinta (30) días, que no es superior a la quinta parte del término inicial de este contrato. En caso de prórrogas o nuevo contrato entre las partes, se entenderá, que no hay nuevo período de prueba. Durante este período tanto el EMPLEADOR como el TRABAJADOR podrán terminar el contrato en cualquier momento, en forma unilateral, de conformidad con el artículo 80 del Código Sustantivo del Trabajo si antes de la fecha de vencimiento del termino estipulado dentro del presente contrato, ninguna de las partes avisare dentro del término legal por escrito a la otra su determinación de no prorrogar el contrato, este se entenderá renovado por un período igual al inicialmente pactado. Para todos los efectos, este contrato podrá prorrogarse hasta por tres (3) períodos iguales o inferiores al inicialmente pactado, al cabo de los cuales el término de renovación no puede ser inferior de un (1) año y así sucesivamente. **SEPTIMA:** Son justas causas para dar por terminado unilateralmente este contrato por cualquiera de las partes, las enumeradas en el artículos 63 del código sustantivo del trabajo y además, por parte del EMPLEADOR, el incumplimiento del TRABAJADOR de cualquiera de las obligaciones y prohibiciones previstas en la cláusula segunda y las demás faltas que para el efecto se califiquen como graves en el espacio reservado para cláusulas adicionales en el presente contrato y el Reglamento Interno de Trabajo. **OCTAVA:** Las partes podrán convenir que el trabajo se preste en lugar distinto del inicialmente contratado, siempre que tales traslados no desmejoren las condiciones laborales o de remuneración del TRABAJADOR, o impliquen perjuicios para él. Los gastos que se originen con el traslado serán cubiertos por EL EMPLEADOR de conformidad con el numeral 8° del artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo. El TRABAJADOR se obliga a aceptar los cambios de

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-JUR-309- 02
		124

funciones que decida EL EMPLEADOR dentro de su poder subordinante, siempre que se respeten las condiciones laborales del TRABAJADOR y no se le causen perjuicios. Todo ello sin que se afecte el honor, la dignidad y los derechos mínimos del TRABAJADOR, de conformidad con el artículo 23 del Código Sustantivo del Trabajo, modificado por el artículo 1° de la Ley 50 de 1990. **NOVENA:** Este contrato ha sido redactado estrictamente de acuerdo a la Ley y la jurisprudencia y será interpretado de buena fe y en consonancia con el Código Sustantivo del Trabajo cuyo objeto, definido en su artículo 1°, es lograr la justicia en las relaciones entre EMPLEADORES y TRABAJADORES dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social. **DECIMA:** El presente contrato reemplaza en su integridad y deja sin efecto alguno cualquier otro contrato verbal o escrito celebrado entre las partes con anterioridad. Las modificaciones que se acuerden al presente contrato se anotarán a continuación de su texto. Para constancia se firma en la Ciudad de Pasto, en dos ejemplares del mismo tenor, a los días (...) día del mes de ... de ...

Gerente S.T.T.P.
EMPLEADOR

Administrador
C.C. No.
TRABAJADOR.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010 CODIGO:TTP-JUR-309- 02 125

Contrato laboral Técnico de ventas.

CONTRATO A TERMINO FIJO INFERIOR A UN AÑO CON TRABAJADORES DE DIRECCIÓN, CONFIANZA Y MANEJO.

NOMBRE DE EMPLEADOR: Sociedad Terminal de Transportes de Pasto S.A.

DOMICILIO: Carrera 6ª No. 16D – 50, Barrio Madrigal, Pasto, Nariño.

NOMBRE DEL TRABAJADOR:

DIRECCIÓN DEL TRABAJADOR:

LUGAR, FECHA DE NACIMIENTO Y NACIONALIDAD:

CARGO: Técnico en Ventas.

SALARIO: \$

PERIODO DE PAGO: Mensualidad vencida.

FECHA DE INGRESO:

FECHA DE TERMINACION DEL CONTRATO:

LUGAR DONDE DESEMPEÑARA LAS LABORES: Oficina Administrativa Agencia de Viajes y Turismo Libertempo.

CIUDAD DONDE SE CONTRATA: Pasto, Nariño.

Entre el EMPLEADOR y el TRABAJADOR, de las condiciones ya dichas, identificados como aparece al pie de sus correspondientes firmas, se ha celebrado el presente contrato individual de trabajo, regido además por las siguientes cláusulas: **PRIMERA:** EL EMPLEADOR contrata los servicios personales del TRABAJADOR para desempeñar las funciones inherentes al cargo de Contadora así como la ejecución de las tareas ordinarias y anexas al mencionado cargo, de conformidad con los reglamentos, ordenes e instrucciones que le imparta el EMPLEADOR, observando en su cumplimiento la diligencia y el cuidado necesarios. **SEGUNDA:** Además de las obligaciones determinadas en la ley y en los reglamentos, EL TRABAJADOR se compromete a cumplir con las siguientes obligaciones especiales: 1.- A poner al servicio del EMPLEADOR toda su capacidad normal de trabajo el desempeño de las funciones propias del cargo mencionado y en las labores anexas y complementarias del mismo, de conformidad con las órdenes e instrucciones que le imparta el

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010 CODIGO:TTP-JUR-309- 02
		126

EMPLEADOR o sus representantes. 2.- A no prestar directa ni indirectamente los mismos servicios laborales a otros EMPLEADORES, en las mismas condiciones y jornada laboral. 3.- Guardar estricta reserva de todo cuanto llegue a su conocimiento por razón de su cargo y cuya comunicación a otras personas pueda causar perjuicio al EMPLEADOR. 4.- Prestar el servicio antes dicho personalmente, en el lugar del territorio de la República de Colombia que indicare EL EMPLEADOR y excepcionalmente fuera de dicho territorio cuando las necesidades del servicio así lo exigieren.

PARAGRAFO PRIMERO: Además de las prohibiciones de orden legal y reglamentario, las partes estipulan las siguientes prohibiciones especiales al TRABAJADOR:

a.- Solicitar préstamos especiales o ayuda económica a los clientes del EMPLEADOR aprovechando su cargo u oficio o aceptarles donaciones de cualquier clase sin previa autorización escrita del EMPLEADOR; b.- Autorizar o ejecutar sin ser de su competencia, operaciones que afecten los intereses del EMPLEADOR o negociar bienes o mercancías del EMPLEADOR en provecho propio; c.- Retener dinero o hacer efectivo cheques recibidos para el EMPLEADOR; d.- Presentar cuentas de gastos ficticias o reportar como cumplidas visitas o tareas no efectuadas; e.- Cualquier actitud en los compromisos comerciales, personales o en las relaciones sociales, que pueda afectar en forma nociva la reputación del EMPLEADOR, y f.- Retirar de las instalaciones donde funcione la Empresa elementos, máquinas y útiles de propiedad del EMPLEADOR sin su autorización escrita. **PARAGRAFO SEGUNDO:** EL TRABAJADOR igualmente se compromete a: **1.** Prestar a los clientes una asesoría, ofertando lo servicios de la agencia de viajes, de acuerdo a las necesidades de estos. **2.** Analizar e identificar opciones de mercado y mejoras de los productos y servicios de la agencia. **3.** Realizar transacción, proceso y cierre de venta. **4.** Asistir a las reuniones, cuando sea solicitado, presentando siempre los informes referentes a su cargo. **5.** Diseñar y presentar estrategias para optimizar las ventas de la agencia de viajes. **6.** Adelantar dentro del marco propio de su cargo, las gestiones necesarias para asegurar el oportuno cumplimiento de los planes, programas y proyectos. **7.** Preparar y presentar los informes requeridos por sus superiores, con la oportunidad y periodicidad indicados. **8.** Cumplir lo dispuesto en las disposiciones que rigen a la Entidad. **9.** Las demás que le sean asignadas por su superior y las que reciba por delegación, acordes con su dependencia. **SEGUNDA:** Las partes declaran que en el presente contrato se entienden incorporadas en lo pertinente, las disposiciones legales

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010 CODIGO:TTP-JUR-309- 02
		127

que regulan las relaciones entre la empresa y sus trabajadores, en especial, las del contrato de trabajo para las funciones que se suscribe, fuera de las obligaciones consignadas en los reglamentos de trabajo y de higiene y seguridad industrial de la Empresa. **TERCERA:** En relación con la actividad propia del trabajador, éste la ejecutará dentro de las siguientes modalidades que implican claras obligaciones para el mismo trabajador así: 1.- Observar rigurosamente las normas que le fije la empresa para la realización de la labor a que se refiere el presente contrato. 2.- Ejecutar por sí mismo las funciones asignadas y cumplir estrictamente las instrucciones que le sean dadas por la Empresa, o por quienes la representen, respecto del desarrollo de sus actividades. 3.- Guardar absoluta reserva, salvo autorización expresa de la empresa, de todas aquellas informaciones que lleguen a su conocimiento, en razón de su trabajo y que sean por naturaleza privadas. 4.- Cuidar permanentemente los intereses de la empresa. 5.- Dedicar la totalidad de su jornada de trabajo a cumplir a cabalidad con sus funciones. 6.- Programar diariamente su trabajo y asistir puntualmente a las reuniones que efectúe la empresa a las cuales hubiere sido citado. 7.- Observar completa armonía y comprensión con los clientes, con los usuarios, con sus superiores y compañeros de trabajo, en sus relaciones personales y en la ejecución de su labor. 8.- Cumplir permanentemente con espíritu de lealtad, colaboración y disciplina con la Empresa. 9.- Avisar oportunamente y por escrito, a la empresa todo cambio en su dirección, teléfono o ciudad de residencia. 10. Ejecutar las actividades que le sean encomendadas por el empleador o sus representantes, en el transporte que le suministre la empresa y eventualmente en su propio transporte o en transporte público según el caso. 11. Asistir, de carácter obligatorio, a las reuniones y capacitaciones de Salud Ocupacional programadas por la Empresa y la ARP. **TERCERA: EL EMPLEADOR** pagará al TRABAJADOR por la prestación de sus servicios el salario indicado, pagadero en las oportunidades también señaladas arriba. Dentro de este pago se encuentra incluida la remuneración de los descansos dominicales y festivos de que tratan los capítulos I y II del título VII del Código Sustantivo del Trabajo. **PARAGRAFO:** Cuando por causa emanada directa o indirectamente de la relación contractual existan obligaciones de tipo económico a cargo del TRABAJADOR y a favor del EMPLEADOR, éste procederá a efectuar las deducciones a que hubiere lugar en cualquier tiempo y, más concretamente, a la terminación presente contrato, así lo autoriza desde ahora EL TRABAJADOR, entendiéndose expresamente las partes que la presente autorización cumple las condiciones, de orden escrita

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010 CODIGO:TTP-JUR-309- 02 128

previa, aplicable para cada caso. **CUARTA:** EL TRABAJADOR se obliga a laborar la jornada ordinaria en los turnos y dentro de las horas señalados por EL EMPLEADOR, pudiendo hacer éste ajustes o cambios de horario cuando lo estime conveniente de acuerdo al Reglamento Interno de Trabajo. **QUINTA:** Todo trabajo suplementario o en horas extras y todo trabajo en día domingo o festivo en los que legalmente debe concederse descanso, se remunerará conforme a la ley y al Reglamento Interno de Trabajo, así como los correspondientes recargos nocturnos. Para el reconocimiento y pago del trabajo suplementario, dominical o festivo EL EMPLEADOR o sus representantes deben autorizarlo previamente por escrito. Cuando la necesidad de este trabajo se presente de manera imprevista o inaplazable, deberá ejecutarse y darse cuenta de él por escrito, a la mayor brevedad al EMPLEADOR o a sus representantes. EL EMPLEADOR, en consecuencia, no reconocerá ningún trabajo suplementario o en días de descanso legalmente obligatorio que no haya sido autorizado previamente o avisado inmediatamente, como queda dicho. **SEXTA:** La duración del presente contrato es la establecida en este documento. El presente contrato es una prorrogación o nuevo contrato entre las partes, se entiende entonces, que no hay nuevo período de prueba. No obstante, si antes de la fecha de vencimiento del término estipulado, ninguna de las partes avisare por escrito a la otra su determinación de no prorrogar el contrato, con una antelación no inferior a treinta (30) días, este se entenderá renovado por un período igual al inicialmente pactado. Para todos los efectos, este contrato podrá prorrogarse hasta por tres (3) períodos iguales o inferiores al inicialmente pactado, al cabo de los cuales el término de renovación no puede ser inferior de un (1) año y así sucesivamente. **SEPTIMA:** Son justas causas para dar por terminado unilateralmente este contrato por cualquiera de las partes, las enumeradas en el artículo 7 del Decreto 2351 de 1965; y, además, por parte del EMPLEADOR, el incumplimiento del TRABAJADOR de cualquiera de las obligaciones y prohibiciones previstas en la cláusula segunda, y las demás faltas que para el efecto se califiquen como graves en el espacio reservado para cláusulas adicionales en el presente contrato y el Reglamento Interno de Trabajo. **OCTAVA:** Las partes podrán convenir que el trabajo se preste en lugar distinto del inicialmente contratado, siempre que tales traslados no desmejoren las condiciones laborales o de remuneración del TRABAJADOR, o impliquen perjuicios para él. Los gastos que se originen con el traslado serán cubiertos por EL EMPLEADOR de conformidad con el numeral 8° del artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo. EL

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010 CODIGO:TTP-JUR-309- 02 129

TRABAJADOR se obliga a aceptar los cambios de funciones que decida EL EMPLEADOR dentro de su poder subordinante, siempre que se respeten las condiciones laborales del TRABAJADOR y no se le causen perjuicios. Todo ello sin que se afecte el honor, la dignidad y los derechos mínimos del TRABAJADOR, de conformidad con el artículo 23 del Código Sustantivo del Trabajo, modificado por el artículo 1° de la Ley 50 de 1990. **NOVENA:** Este contrato ha sido redactado estrictamente de acuerdo a la Ley y la jurisprudencia y será interpretado de buena fe y en consonancia con el Código Sustantivo del Trabajo cuyo objeto, definido en su artículo 1°, es lograr la justicia en las relaciones entre EMPLEADORES y TRABAJADORES dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social. **DECIMA:** El presente contrato reemplaza en su integridad y deja sin efecto alguno cualquier otro contrato verbal o escrito celebrado entre las partes con anterioridad. Las modificaciones que se acuerden al presente contrato se anotarán a continuación de su texto. Para constancia se firma en la Ciudad de Pasto, en dos ejemplares del mismo tenor, a los ... días (...) del mes de ... de ...

Gerente S.T.T.P.
EMPLEADOR

Técnico en Ventas
C.C. No.
TRABAJADOR.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010 CODIGO:TTP-JUR-309- 02 130

Contrato laboral Auxiliar de aseo

CONTRATO A TERMINO FIJO INFERIOR A UN AÑO CON TRABAJADORES DE DIRECCIÓN, CONFIANZA Y MANEJO.

NOMBRE DE EMPLEADOR: Sociedad Terminal de Transportes de Pasto S.A.

DOMICILIO: Carrera 6ª No. 16D – 50, B/ Madrigal, Pasto, Nariño.

NOMBRE DEL TRABAJADOR:

DIRECCIÓN DEL TRABAJADOR:

LUGAR, FECHA DE NACIMIENTO Y NACIONALIDAD:

CARGO: AUXILIAR DE ASEO.

SALARIO:

PERIODO DE PAGO: Mensualidades vencidas.

FECHA INICIAL DE CONTRATACIÓN:

FECHA FINAL DEL CONTRATO:

LUGAR DONDE DESEMPEÑARA LAS LABORES: Oficina administrativa Agencia de Viajes y Turismo Libertempo

CIUDAD DONDE SE CONTRATA: Pasto.

Entre el **EMPLEADOR** y el **TRABAJADOR**, de las condiciones ya dichas, identificados como aparece al pie de sus correspondientes firmas, se ha celebrado el presente contrato individual de trabajo, regido además por las siguientes cláusulas: **PRIMERA: EL EMPLEADOR** contrata los servicios personales del **TRABAJADOR** y este se obliga: a.- A poner al servicio del **EMPLEADOR** toda su capacidad normal de trabajo, en forma exclusiva en el desempeño de las funciones propias del oficio mencionado y en las labores anexas y complementarias del mismo, de conformidad con las órdenes e instrucciones que le imparta **EL EMPLEADOR** o sus representantes, y b.- A no prestar directa ni indirectamente los mismos servicios laborales a otros **EMPLEADORES**, en las mismas condiciones y jornada laboral, además de cumplir con las siguientes funciones específicas: **1.** Limpieza general de pisos en los horarios establecidos. **2.** Mantenimiento permanente correcto de pisos. **3.** Aseo general de muebles, enseres, vidrios, columnas, muelles, topes metálicos, basureros y en general de todas las estructuras existentes en áreas operativas. **4.** Mensualmente realizar el desmanche de pisos en salas de espera en los turnos programados para tal fin. **5.** Asear los

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-JUR-309- 02
		131

sanitarios, accesos a oficinas y la oficina administrativa en general como pisos, ventanería, aseo de materas, puertas, tapete, gradas de acceso a las oficinas etc. **6.** Las labores de aseo suponen barrido, trapeado, desperdido, desmanchado, recogida de chicles, limpieza con trapos húmedos, limpieza, brillo con máquinas destinadas para este fin. **7.** Las demás funciones que le sean asignadas y correspondan a la naturaleza de su dependencia.

SEGUNDA: Las partes declaran que en el presente contrato se entienden incorporadas en lo pertinente, las disposiciones legales que regulan las relaciones entre la empresa y sus trabajadores, en especial, las del contrato de trabajo para las funciones que se suscribe, fuera de las obligaciones consignadas en los reglamentos de trabajo y de higiene y seguridad industrial de la Empresa. **TERCERA:** En relación con la actividad propia del trabajador, éste la ejecutará dentro de las siguientes modalidades que implican claras obligaciones para el mismo trabajador así: 1.- Observar rigurosamente las normas que le fije la empresa para la realización de la labor a que se refiere el presente contrato. 2.- Ejecutar por sí mismo las funciones asignadas y cumplir estrictamente las instrucciones que le sean dadas por la Empresa, o por quienes la representen, respecto del desarrollo de sus actividades. 3.- Guardar absoluta reserva, salvo autorización expresa de la empresa, de todas aquellas informaciones que lleguen a su conocimiento, en razón de su trabajo y que sean por naturaleza privadas. 4.- Cuidar permanentemente los intereses de la Empresa. 5.- Dedicar la totalidad de su jornada de trabajo a cumplir a cabalidad con sus funciones. 6.- Programar diariamente su trabajo y asistir puntualmente a las reuniones que efectúe la Empresa a las cuales hubiere sido citado. 7.- Observar completa armonía y comprensión con los clientes, con los usuarios, con sus superiores y compañeros de trabajo, en sus relaciones personales y en la ejecución de su labor. 8.- Cumplir permanentemente con espíritu de lealtad, colaboración y disciplina con la Empresa. 9.- Avisar oportunamente y por escrito, a la empresa todo cambio en su dirección, teléfono o ciudad de residencia. 10. Ejecutar las actividades que le sean encomendadas por el empleador o sus representantes, en el transporte que le suministre la empresa y eventualmente en su propio transporte o en transporte público según el caso. 11. Asistir, de carácter obligatorio, a las reuniones y capacitaciones de Salud Ocupacional programadas por la Empresa y la ARP. 12. Portar en su jornada laboral, la dotación de elementos de protección personal y cumplimiento del reglamento de seguridad e higiene industrial. **CUARTA: EL EMPLEADOR** pagará al **TRABAJADOR** por la prestación de sus servicios el salario indicado, pagadero en las oportunidades también señaladas arriba. Dentro de este pago se encuentra incluida la

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---


	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010 CODIGO:TTP-JUR-309- 02
		132

remuneración de los descansos dominicales y festivos de que tratan los capítulos I y II del título VII del Código Sustantivo del Trabajo. **PARAGRAFO PRIMERO:** Las partes expresamente acuerdan que lo que reciba el trabajador o llegue a recibir en el futuro, adicional a su salario ordinario, ya sean beneficios o auxilios habituales u ocasionales, tales como alimentación, habitación o vestuario, bonificaciones ocasionales o cualquier otra que reciba, durante la vigencia del contrato de trabajo, en dinero o en especie, no constituye salario. **PARAGRAFO SEGUNDO:** Cuando por causa emanada directa o indirectamente de la relación contractual existan obligaciones de tipo económico a cargo del **TRABAJADOR** y a favor del **EMPLEADOR**, éste procederá a efectuar las deducciones a que hubiere lugar en cualquier tiempo y, más concretamente, a la terminación del presente contrato, así lo autoriza desde ahora **EL TRABAJADOR**, entendiendo expresamente las partes que la presente autorización cumple las condiciones, de orden escrita previa, aplicable para cada caso. **QUINTA:** Todo trabajo suplementario o en horas extras y todo trabajo en día domingo o festivo en los que legalmente debe concederse descanso, se remunerará conforme a la ley y al Reglamento Interno de Trabajo, así como los correspondientes recargos nocturnos. Para el reconocimiento y pago del trabajo suplementario, dominical o festivo **EL EMPLEADOR** o sus representantes deben autorizarlo previamente por escrito. Cuando la necesidad de este trabajo se presente de manera imprevista o inaplazable, deberá ejecutarse y darse cuenta de él por escrito, a la mayor brevedad al **EMPLEADOR** o a sus representantes. **EL EMPLEADOR**, en consecuencia, no reconocerá ningún trabajo suplementario o en días de descanso legalmente obligatorio que no haya sido autorizado previamente o avisado inmediatamente, como queda dicho. **SEXTA: EL TRABAJADOR** se obliga a laborar la jornada ordinaria en los turnos y dentro de las horas señalados por **EL EMPLEADOR**, pudiendo hacer éste ajustes o cambios de horario cuando lo estime conveniente. Por el acuerdo expreso o tácito de las partes, podrán repartirse las horas de la jornada ordinaria en la forma prevista en el artículo 164 del Código Sustantivo del Trabajo, modificado por el artículo 23 de la Ley 50 de 1990, teniendo en cuenta que los tiempos de descanso entre las secciones de la jornada no se computan dentro de la misma, según el artículo 167 ibídem. Así mismo el empleador y el trabajador podrán acordar que la jornada semanal de cuarenta y ocho horas (48) se realice mediante jornadas diarias flexibles de trabajo, distribuidas en máximo seis (6) días a la semana con un (1) día de descanso obligatorio, que podrá coincidir con el domingo. En éste, el número de horas de trabajo diario podrá repartirse de manera variable durante la respectiva semana y podrá ser de mínimo cuatro (4) horas continuas y hasta diez (10) horas diarias sin ligar a ningún recargo

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA VERSION 0 DE 2010 CODIGO:TTP-JUR-309- 02 133
	CONTRATO	

por trabajo suplementario, cuando el número de horas de trabajo no exceda el promedio de cuarenta y ocho (48) horas semanales. **SEPTIMA:** las partes acuerdan un periodo de prueba de quince (15) días, que no es superior a la quinta parte del término inicial de este contrato. La duración del presente contrato es la establecida en el presente documento. En caso de prórrogas o nuevo contrato entre las partes, se entenderá, que no hay nuevo período de prueba. Durante este período tanto **EL EMPLEADOR** como **EL TRABAJADOR** podrán terminar el contrato en cualquier momento, en forma unilateral, de conformidad con el artículo 80 del Código Sustantivo del Trabajo. **OCTAVA:** Son justas causas para dar por terminado unilateralmente este contrato por cualquiera de las partes, las enumeradas en el artículo 7 del Decreto 2351 de 1965; y, además, por parte del **EMPLEADOR**, las faltas que para el efecto se califiquen como graves en el espacio reservado para cláusulas adicionales en el presente contrato, además del Reglamento Interno de Trabajo. **NOVENA:** Las partes podrán convenir que el trabajo se preste en lugar distinto del inicialmente contratado, siempre que tales traslados no desmejoren las condiciones laborales o de remuneración del **TRABAJADOR**, o impliquen perjuicios para él. Los gastos que se originen con el traslado serán cubiertos por **EL EMPLEADOR** de conformidad con el numeral 8º del artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo. **EL TRABAJADOR** se obliga a aceptar los cambios de funciones que decida **EL EMPLEADOR** dentro de su poder subordinante, siempre que se respeten las condiciones laborales del **TRABAJADOR** y no se le causen perjuicios. Todo ello sin que se afecte el honor, la dignidad y los derechos mínimos del **TRABAJADOR**, de conformidad con el artículo 23 del Código Sustantivo del Trabajo, modificado por el artículo 1º de la Ley 50 de 1990. **DECIMA:** Este contrato ha sido redactado estrictamente de acuerdo a la Ley y la jurisprudencia y será interpretado de buena fe y en concordancia con el Código Sustantivo del Trabajo cuyo objeto, definido en su artículo 1º, es lograr la justicia en las relaciones entre EMPLEADORES y TRABAJADORES dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social. **DECIMA PRIMERA:** Causas graves para dar por terminado unilateralmente el presente contrato por parte del empleador: 1.- Presentarse a trabajar en estado de embriaguez. 2.- Participar en cohecho en cumplimiento de sus funciones. 3.- Utilizar la dotación o herramientas de trabajo para fines personales y/o fuera del sitio de trabajo y horario de trabajo. 4.- Apropiarse de mercancías, equipajes u objetos encontrados dentro del sitio de trabajo. 5.- Complicidad, participación o asociación con vendedores ambulantes o pregoneros. 6.- Complicidad con empresas de transporte en incumplimiento por lo dispuesto por el Decreto 2762 de 2001 y el Manual Operativo. 8.- No presentarse a laborar en el turno

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010
		CODIGO:TTP-JUR-309- 02
		134

programado o abandonar el cargo sin previa justificación. 9.- Recibir dádivas u otras prebendas para favorecer a terceros en el cumplimiento de sus obligaciones laborales, el cumplimiento del Manual Operativo y el Decreto 2762 de 2001. 10.- Presentarse a laborar con dotación diferente a la asignada para la jornada laboral programada. **DECIMA SEGUNDA:** Las modificaciones que se acuerden al presente contrato se anotarán a continuación de su texto. Para constancia se firma en la Ciudad de Pasto, en dos ejemplares del mismo tenor, al ... (..) día del ... de ... de

Gerente S.T.T.P.

EMPLEADOR

Auxiliar de Aseo

C.C. No.

TRABAJADOR.

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---

	TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A. Nit. 800.057.019-7	OFICINA JURÍDICA
	CONTRATO	VERSION 0 DE 2010 CODIGO:TTP-JUR-309- 02
		135

ELABORADO POR: SGC	REVISADO POR: GERENTE	APROBADO POR: GERENTE	
------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---



CODIGO DE VERIFICACION:2617P8Y174

NUMERO DE RADICACION: 20170039421-SUR
FECHA DE IMPRESION: 03 ABRIL 2017 04:21 PM
PAGINAS: 1 - 6

LA MATRÍCULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS. RENUEVE SU MATRÍCULA A MÁS TARDAR EL 31 DE MARZO Y EVITE SANCIONES DE HASTA 17 S.M.L.M.V.

REPUBLICA DE COLOMBIA
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION
EL SUSCRITO SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE PASTO

CERTIFICA

NOMBRE: TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A.
DOMICILIO: PASTO NARIÑO
DIRECCION DOMICILIO PRINCIPAL: CARRERA 6 NO.16D-50 MADRIGAL
DIRECCION NOTIFICACION JUDICIAL: CARRERA 6 NO.16D-50 MADRIGAL
CIUDAD: PASTO
MATRICULA MERCANTIL NRO. 28110-4 FECHA MATRICULA : 13 DE MARZO DE 1989
DIRECCION ELECTRONICA : transpato@gmail.com
DIRECCION WEB : www.terminaldepasto.com.co
AFILIADO

CERTIFICA

NIT : 800057019-7

CERTIFICA

QUE POR ESCRITURA NRO. 7231 DEL 17 DE DICIEMBRE DE 1988 NOTARIA SEGUNDA DE PASTO , INSCRITA EN LA CAMARA DE COMERCIO EL 08 DE MARZO DE 1989 BAJO EL NRO. 1838 DEL LIBRO IX , SE CONSTITUYO LA SOCIEDAD DENOMINADA TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A.

CERTIFICA

REFORMAS	DOCUMENTO	FECHA.DOC	ORIGEN	FECHA.INS	NRO.INS	LIBRO
	E.P. 5857	08/10/1991	NOTARIA SEGUNDA DE PASTO	22/10/1991	3476	IX
	E.P. 2368	18/05/1992	NOTARIA SEGUNDA DE PASTO	05/06/1992	3831	IX
	E.P. 4495	11/08/1993	NOTARIA SEGUNDA DE PASTO	18/08/1993	4647	IX
	E.P. 4899	17/11/1994	NOTARIA TERCERA DE PASTO	28/11/1994	5349	IX
	E.P. 2962	18/07/1995	NOTARIA TERCERA DE PASTO	03/08/1995	5750	IX
	E.P. 1372	12/03/1997	NOTARIA TERCERA DE PASTO	18/06/1997	6912	IX
	E.P. 4613	29/08/1997	NOTARIA TERCERA DE PASTO	02/09/1997	7060	IX
	E.P. 3226	19/08/1999	NOTARIA TERCERA DE PASTO	11/02/2000	8498	IX
	E.P. 5641	01/12/2000	NOTARIA TERCERA DE PASTO	22/01/2001	9140	IX
	E.P. 3619	25/09/2001	NOTARIA TERCERA DE PASTO	23/10/2001	9709	IX
	E.P. 62	18/01/2007	NOTARIA PRIMERA DEL CIRCULO DE PASTO	05/02/2007	3771	IX
	ACT 3055	13/06/2014	NOTARIA CUARTA DEL CIRCULO DE PASTO	24/06/2014	11543	IX
	ACT 12	08/10/2014	ASAMBLEA EXTRAORDINARIA	07/11/2014	11993	IX

CERTIFICA

REFORMAS	DOCUMENTO	FECHA DOC.	ORIGEN	FECHA INS	NRO INS
	E.P. 2500	27/05/1991	NOTARIA SEGUNDA DE PASTO	19/06/1991	3389 IX

CERTIFICA

VIGENCIA: 17 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2088

**CODIGO DE VERIFICACION:2617P8Y174**

NUMERO DE RADICACION: 20170039421-SUR
FECHA DE IMPRESION: 03 ABRIL 2017 04:21 PM
PAGINAS: 2 - 6

CERTIFICA

OBJETO SOCIAL: EL OBJETO SOCIAL PRINCIPAL ES LA PRESTACION DE UN SERVICIO PUBLICO EN EL MUNICIPIO DE PASTO Y EN OTRAS CIUDADES TANTO EN EL TERRITORIO NACIONAL COMO EN EL EXTERIOR, PARA EFECTOS URBANISTICOS DE RACIONALIZACION, COORDINACION Y MEJORAMIENTO DE LA ACTIVIDAD TRANSPORTADORA MEDIANTE LA CONSTRUCCION O EXPLOTACION DE TERMINALES DE TRANSPORTE, POR MEDIO DE LA ORGANIZACION DE SERVICIOS DE OFICINAS DE TURISMO DE CORREO DE TELECOMUNICACIONES GUARDA EQUIPAJES, RESTAURANTES LOCALES COMERCIALES, EXPENDIO DE TIQUETES, PARQUEADEROS Y DEMAS SERVICIOS QUE GUARDEN RELACION DE MEDIO A FIN CON EL OBJETO SOCIAL PRINCIPAL. EN DESARROLLO DE ESTE OBJETO SOCIAL PODRA EJECUTAR TODOS LOS ACTOS Y CONTRATOS QUE FUEREN NECESARIOS Y CONVENIENTES PARA EL CABAL CUMPLIMIENTO DEL MISMO Y QUE TENGAN RELACION DIRECTA CON ELLOS TALES COMO: 1.- FORMAR PARTE DE OTRAS SOCIEDADES, CONSORCIOS UNIONES TEMPORALES, CONVENIOS Y ALIANZAS ESTRATEGICAS ADQUIRIENDO Y SUSCRIBIENDO ACCIONES, O PARTES DE INTERES SOCIAL O HACIENDO APORTES DE CUALQUIER ESPECIE ADQUIRIRLAS, INCORPORARLAS O FUSIONARSE CON ELLAS, SIEMPRE QUE EL OBJETO SOCIAL DE AQUELLAS SOCIEDADES TENGA CARACTER SOCIAL Y SE ASIMILE A UN SERVICIO PUBLICO CUALEQUIERA SEA SU NATURALEZA Y ESPECIALMENTE SEA SIMILAR O COMPLEMENTARIO AL MISMO O RELACIONADA CON EL TRANSITO Y TRANSPORTE. 2.- ADQUIRIR O ENAJENAR BIENES E INMUEBLES Y TOMARLOS O DARLOS EN ADMINISTRACION O ARRIENDO. 3.- GRAVAR EN CUALQUIER FORMA LOS BIENES MUEBLES O INMUEBLES QUE POSEA. 4.- GIRAR, PROTESTAR O ACEPTAR TODA CLASE DE TITULOS VALORES. 5.-EJECUTAR CONTRATOS EN MUTUO CON O SIN INTERESES. 6.- CONSTITUIR O ACEPTAR CAUCIONES REALES O PERSONALES QUE EN GARANTIA DE LAS OBLIGACIONES QUE CONTRAIGA Y EN GENERAL EJECUTAR, DESARROLLAR Y LLEVAR A TERMINO TODOS AQUELLOS ACTOS RELACIONADOS DIRECTAMENTE CON LOS QUE CONSTITUYEN SU OBJETO SOCIAL, DE MANERA QUE ESTE SE REALICE CONFORME A LOS PRESENTES ESTATUTOS: PARAGRAFO: TODAS LAS DECISIONES QUE IMPLIQUEN INVERTIR U OPERAR FUERA DE SAN JUAN DE PASTO, DEBERAN CONTAR CON AUTORIZACION PREVIA DE LA JUNTA DIRECTIVA DE LA SOCIEDAD.

CERTIFICA

FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL: SIN PERJUICIO DE LOS DEBERES DETERMINADOS EN EL ARTICULO QUINCUGESIMO SEXTO DE LOS PRESENTES ESTATUTOS, SON FUNCIONES DEL GERENTE GENERAL: 1) LLEVAR LA REPRESENTACION LEGAL DE LA SOCIEDAD. 2) DIRIGIR, COORDINAR Y CONTROLAR LA EJECUCION DE LOS PROGRAMAS Y/O FUNCIONES DE LA SOCIEDAD. 3) NOMBRAR, CONTRATAR, ORIENTAR Y REMOVER DE ACUERDO CON LAS DISPOSICIONES VIGENTES EL PERSONAL DE LA ENTIDAD, EL CUAL ESTARA BAJO SU INMEDIATA SUBORDINACION E INSPECCION. 4) CELEBRAR CON SUJECION A LAS NORMAS LEGALES Y ESTATUTARIAS, Y A LOS ACUERDOS DE LA JUNTA DIRECTIVA, TODOS AQUELLOS ACTOS O CONTRATOS TENDIENTES AL DESARROLLO DEL OBJETO SOCIAL. 5) MANTENER PERMANENTEMENTE INFORMADA A LA JUNTA DIRECTIVA, DEL DESARROLLO DE LOS NEGOCIOS SOCIALES, CONVOCARLA CUANDO JUZGUE NECESARIO Y PRESENTARLE CADA TRES (3) MESES PARA SU APROBACION, UN BALANCE DE PRUEBA DE LA COMPANIA. 6) CONSTITUIR LOS APODERADOS ESPECIALES PARA QUE LA SOCIEDAD ADELANTE SATISFACTORIAMENTE LOS TRAMITES O PROCESOS ADMINISTRATIVOS Y JUDICIALES EN LOS CUALES LA SOCIEDAD TUVIERE INTERES. 7) PROPONER A LA JUNTA DIRECTIVA EL PROYECTO DE PRESUPUESTO Y LOS PLANES DE INVERSION. 8) PREPARAR Y PRESENTAR LOS PROYECTOS SOBRE ASUNTOS DE SU COMPETENCIA O QUE LE SEAN ENCOMENDADOS Y/O SOLICITADOS POR LA JUNTA DIRECTIVA DE LA ENTIDAD. 9) CONVOCAR A LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS CUANDO LO ESTIME CONVENIENTE. 10) PRESENTAR A LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS, DIRECTAMENTE O POR CONDUCTO DE LA JUNTA DIRECTIVA UN INFORME DETALLADO SOBRE LA MARCHA DE LOS NEGOCIOS, LAS MEDIDAS QUE HUBIERE TOMADO LA POLITICA GENERAL Y PARTICULAR ADOPTADA, ASI COMO LAS CUENTAS, INVENTARIOS, BALANCE GENERAL DE CADA EJERCICIO Y EL RESPECTIVO PROYECTO DE DISTRIBUCION DE UTILIDADES Y/O DE CANCELACION DE



CODIGO DE VERIFICACION:2617P8Y174

NUMERO DE RADICACION: 20170039421-SUR
FECHA DE IMPRESION: 03 ABRIL 2017 04:21 PM
PAGINAS: 3 - 6

LAS PERDIDAS LIQUIDAS. 11) PROPONER A LA JUNTA DIRECTIVA LAS MEDIDAS DE ORDEN TECNICO, FINANCIERO, ECONOMICO Y JURIDICO QUE ESTIME PERTINENTES PARA LA BUENA MARCHA DE LA ENTIDAD. 12) DELEGAR ALGUNA O ALGUNAS DE SUS FUNCIONES DE CONFORMIDAD CON LAS AUTORIZACIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA. 13) PROVEER EL OPORTUNO RECAUDO DE LOS INGRESOS, ORDENAR LOS GASTOS Y EN GENERAL DIRIGIR LAS OPERACIONES PROPIAS DE LA SOCIEDAD, DENTRO DE LAS DISPOSICIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA Y LAS CONTEMPLADAS EN LOS RESPECTIVOS ESTATUTOS 14) VELAR POR LA CORRECTA APLICACION DE LOS FONDOS, EL DEBIDO MANTENIMIENTO Y UTILIZACION DE LOS BIENES DE LA SOCIEDAD. 15) DESEMPEÑAR LAS FUNCIONES QUE LE SEAN DELEGADAS POR LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS Y POR LA JUNTA DIRECTIVA. 16) CELEBRAR LOS ACTOS Y CONTRATOS COMPRENDIDOS DENTRO DEL OBJETO SOCIAL; CUANDO LA CUANTIA SEA O EXCEDA DE CIEN (100) SALARIOS MINIMOS VIGENTES. 17) DESEMPEÑAR LAS DEMAS FUNCIONES QUE LE SENALEN LAS LEYES LOS ESTATUTOS DE LA SOCIEDAD, Y EN GENERAL TODAS AQUELLAS RELACIONADAS CON LA ORGANIZACION Y FUNCIONAMIENTO DE LA MISMA, QUE NO ESTEN EXPRESAMENTE ATRIBUIDAS A OTRA AUTORIDAD.

CERTIFICA

DOCUMENTO: ACTA No. 005 DEL 15 DE SEPTIEMBRE DE 2015
ORIGEN: REUNION DE JUNTA DIRECTIVA
INSCRIPCION: 27 DE OCTUBRE DE 2015 No. 13761 DEL LIBRO IX

FUE(RON) NOMBRADO(S):

GERENTE
FABIO HERNAN ZARAMA BASTIDAS
C.C.13068524

CERTIFICA

DOCUMENTO: ACTA No. 10 DEL 21 DE MARZO DE 2013
ORIGEN: ASAMBLEA GRAL ORDINARIA
INSCRIPCION: 23 DE JULIO DE 2013 No. 10414 DEL LIBRO IX

DOCUMENTO: ACTA No. 13 DEL 31 DE MARZO DE 2015
ORIGEN: ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS
INSCRIPCION: 05 DE AGOSTO DE 2015 No. 13450 DEL LIBRO IX

DOCUMENTO: ACTA No. 15 DEL 14 DE MARZO DE 2016
ORIGEN: ASAMBLEA DE ACCIONISTAS
INSCRIPCION: 26 DE JULIO DE 2016 No. 14941 DEL LIBRO IX

FUE(RON) NOMBRADO(S)

JUNTA DIRECTIVA

PRINCIPALES

PRIMER RENGLON
ALCALDIA MUNICIPAL DE PASTO.
NIT.891280000-3



CODIGO DE VERIFICACION:2617P8Y174

NUMERO DE RADICACION: 20170039421-SUR
FECHA DE IMPRESION: 03 ABRIL 2017 04:21 PM
PAGINAS: 4 - 6

SEGUNDO RENGLON
SECRETARIA DE TRANSITO MUNICIPAL.

TERCER RENGLON
MINISTERIO DE TRANSPORTE.
NIT.899999055-4

CUARTO RENGLON
COOPERATIVA INTEGRAL DE TRANSPORTADORES DE NARINO LTDA.
NIT.891200280

QUINTO RENGLON
TERESA DE JESUS NARVAEZ PABON.
C.C.30710961

SUPLENTES

PRIMER RENGLON
DIRECCION DE PLANEACION MUNICIPAL.

SEGUNDO RENGLON
DEPARTAMENTO DE NARINO.
NIT.800103923-8

TERCER RENGLON
DIRECCION TERRITORIAL DEL MINISTERIO DE TRANSPORTE.

CUARTO RENGLON
TRANSPORTADORES DE IPIALES S.A..
NIT.891200645-1

QUINTO RENGLON
MERCEDES DEL SOCORRO GOMEZ FLOREZ.
C.C.30729010

CERTIFICA

DOCUMENTO: ACTA No. 15 DEL 14 DE MARZO DE 2016
ORIGEN: ASAMBLEA DE ACCIONISTAS
INSCRIPCION: 26 DE JULIO DE 2016 No. 14939 DEL LIBRO IX

FUE(ON) NOMBRADO(S):

REVISOR FISCAL PRINCIPAL
GERMAN ALFREDO MONTENEGRO FAJARDO
C.C.12998071

REVISOR FISCAL SUPLENTE
GLORIA ESPERANZA DEL ROSARIO BELALCAZAR LOPEZ



CODIGO DE VERIFICACION:2617P8Y174

NUMERO DE RADICACION: 20170039421-SUR
FECHA DE IMPRESION: 03 ABRIL 2017 04:21 PM
PAGINAS: 5 - 6

C.C.30734795

CERTIFICA

CAPITAL AUTORIZADO: \$1,500,000
NUMERO DE ACCIONES: 1,500,000
VALOR NOMINAL: \$1,000
CAPITAL SUSCRITO: \$779,555,000
NUMERO DE ACCIONES: 779,555
VALOR NOMINAL: \$1,000
CAPITAL PAGADO: \$779,555,000
NUMERO DE ACCIONES: 779,555
VALOR NOMINAL: \$1,000

CERTIFICA

QUE EN LOS ESTATUTOS DE LA SOCIEDAD TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S.A., INSCRITOS EN ESTA CAMARA DE COMERCIO, NO SE HA CONTEMPLADO IMPEDIMENTO ALGUNO PARA CONTRATAR CON ESTADOS EXTRANJEROS.

CERTIFICA

QUE A NOMBRE DE LA SOCIEDAD FIGURA MATRICULADO EN LA CAMARA DE COMERCIO BAJO EL NRO.28111-2 ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO: TERMINAL DE TRANSPORTES DE PASTO S. A.
UBICADO EN: CARRERA 6 NO.16D-50 MADRIGAL DE PASTO
FECHA MATRICULA : 14 DE MARZO DE 1989
RENOVO : POR EL AÑO 2017

CERTIFICA

QUE A NOMBRE DE LA SOCIEDAD FIGURA MATRICULADO EN LA CAMARA DE COMERCIO BAJO EL NRO.172680-2 ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO: AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO LIBERTEMPO
UBICADO EN: CARRERA 6 NO 16D-50 BARRIO MADRIGAL DE PASTO
FECHA MATRICULA : 27 DE MARZO DE 2017

CERTIFICA

QUE LA SOCIEDAD EFECTUO LA RENOVACION DE SU MATRICULA MERCANTIL EL 29 DE MARZO DE 2017

CERTIFICA

QUE NO FIGURAN OTRAS INSCRIPCIONES QUE MODIFIQUEN TOTAL O PARCIALMENTE EL PRESENTE CERTIFICADO.
LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO QUEDAN EN FIRME DIEZ (10) DIAS HABILES DESPUES DE LA FECHA DE SU INSCRIPCION, SIEMPRE Y CUANDO DENTRO DE DICHO TERMINO NO SEAN OBJETO DE RECURSOS.

LA PERSONA O ENTIDAD A LA QUE USTED LE VA A ENTREGAR EL CERTIFICADO PUEDE VERIFICAR, SU CONTENIDO INGRESANDO A <http://www.ccpasto.org.co> Y DIGITANDO EL CODIGO DE VERIFICACION QUE SE ENCUENTRA EN EL ENCABEZADO DEL PRESENTE DOCUMENTO.
EL CERTIFICADO A VALIDAR CORRESPONDE A LA IMAGEN Y CONTENIDO DEL CERTIFICADO CREADO EN EL MOMENTO EN QUE SE GENERO EN LAS SEDES O A TRAVES DE LA PLATAFORMA VIRTUAL DE LA



CODIGO DE VERIFICACION:2617P8Y174

NUMERO DE RADICACION: 20170039421-SUR

FECHA DE IMPRESION: 03 ABRIL 2017 04:21 PM

PAGINAS: 6 - 6

CAMARA.

DE CONFORMIDAD CON EL DECRETO 2150 DE 1.995 Y LA AUTORIZACION IMPARTIDA POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO LA FIRMA MECANICA QUE APARECE A CONTINUACION TIENE PLENA VALIDEZ PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES.

DADO EN PASTO A LOS 03 DIAS DEL MES DE ABRIL DEL AÑO 2017 HORA: 04:20:57 PM

EL SECRETARIO