

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EJECUCION DE LA EMPRESA, EVENTOS Y
SOLUCIONES LOGISTICAS**



**JOSE ALEXANDER PEÑA
LUCAS ANDRES OROZCO SANCENO**

**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
VILLAVICENCIO**

2016

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EJECUCION DE LA EMPRESA, EVENTOS Y
SOLUCIONES LOGISTICAS**

**JOSE ALEXANDER PEÑA
LUCAS ANDRES OROZCO SANCENO**

**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
VILLAVICENCIO
2016**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EJECUCION DE LA EMPRESA, EVENTOS Y
SOLUCIONES LOGISTICAS**

**JOSE ALEXANDER PEÑA
LUCAS ANDRES OROZCO SANCENO**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de
Especialista en Administración de Negocios**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: “INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL”

**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
VILLAVICENCIO**

2016

AUTORIDADES ACADEMICAS

JAIRO IVAN FRIAS CARREÑO
Rector

DORIS CONSUELO PULIDO DE GONZALEZ
Vicerrectora Académica

JOSE MILTON PUERTO GAITAN
Secretario General

RAFAEL OSPINA INFANTE
Decano Facultad de Ciencias Económicas

LILIA SUAREZ PUERTO
Directora Escuela de Administración y Negocios

JAVIER DIAZ CASTRO
Director Centro de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas

HERNANDO CASTRO ACEVEDO
Director de la Especialización en Administración de Negocios

Nota de aceptación:

HERNANDO CASTRO ACEVEDO
Director de Programa Especialización en
Administración de Negocios

RAFAEL OSPINA INFANTE
Jurado

Villavicencio, Junio de 2016

AGRADECIMIENTOS

A la universidad de los llanos por brindar estos espacios llenos de conocimientos para profundizar nuestros estudios, a mi familia por el apoyo incondicional que se necesita para motivar este aprendizaje, a mis compañeros y catedráticos quienes, aportando desde varios puntos de vista, permitieron que obtuviéramos diferentes ángulos de las situaciones y contemplar alternativas diferentes y en general a todas las personas que aportaron en este camino que sigo recorriendo.

LUCAS ANDRES OROZCO SANCENO

Agradezco a Dios, mi esposa Carolina Gonzalez, Hijo Cristian Camilo, Padres y cuerpo de docentes lo cuales aportaron en mi crecimiento profesional.

JOSE ALEXANDER PEÑA

TABLA DE CONTENIDO

1. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA DEL NEGOCIOS	8
2. LA IDEA DE NEGOCIOS	9
2.1 BREVE RESEÑA DEL ORIGEN DE LA IDEA DEL NEGOCIO.	9
3. COMPONENTE DE MERCADOS.	11
3.2 MERCADO OBJETIVO	12
3.2.1 Perfiles del Segmento del Mercado Objetivo:	13
3.2.2 Identificación de variables	14
4. PUNTO DE VENTA	15
4.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	16
4.2 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	19
4.3 COMPETENCIA DEL MERCADO	21
4.4 POSICIÓN DE MI SERVICIO FRENTE A LA COMPETENCIA	21
4.3 COMPETENCIA INDIRECTA	23
5. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO	24
5.1 ANÁLISIS DEL SECTOR	24
5.2 TAMAÑO DEL MERCADO	26
5.2.1 El Consumo Aparente	27
5.2.3 Nicho de Mercado	28
6. COMPONENTE DE ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIONES.	29
6.1 VISIÓN	29
6.2 MISIÓN	29
6.3 PRINCIPIOS CORPORATIVOS	29
6.4 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	30
6.5 ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES	31
7. ESTRUCTURA ORGÁNICA	32
8. COMPONENTE LEGAL	51
9. COMPONENTE FINANCIERO.	52

1. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA DEL NEGOCIOS

Argumentar que es la mejor opción y vender la idea.

Nuestra idea de negocio se centra en la integralidad de un servicio que están demandando los clientes del departamento del meta. Nos referimos a la integralidad en varios sentidos:

- ✓ Que los clientes puedan conseguir en una sola empresa todo lo que necesitan para realizar sus eventos.
- ✓ Que integramos todo el gremio de eventos y logística para satisfacer las necesidades de la región promoviendo siempre la unión estratégica.
- ✓ Al integrar nuestro gremio podemos establecer la misma finalidad y fortalecernos unos a otros.

La diferenciación de nuestro negocio será explícitamente que nuestros clientes perciban el valor que aplicamos a nuestra cadena de valor para entregar el mejor servicio y renovarlo constantemente.

Este negocio viene incrementando su demanda y esperamos conseguir la herramienta necesaria para anticiparnos a la evolución que vaya teniendo, tenemos mucho crecimiento por delante pues el mercado colombiano es nuestro meta a largo plazo y en el camino, mientras eso sucede hay muchos más clientes por conquistar y con la pujanza de nosotros los llaneros lograremos hacer de nuestra empresa un ejemplo y llevando la cultura llanera de servicio a un reconocimiento a nivel nacional.

2. LA IDEA DE NEGOCIOS

2.1 BREVE RESEÑA DEL ORIGEN DE LA IDEA DEL NEGOCIO.

Debido a que, en el departamento del Meta, en los últimos 10 años aproximadamente, se ha venido presentado un crecimiento acelerado en todos los sectores económicos y más en las festividades y eventos tanto departamentales como municipales que en los años anteriores no se evidenciaba, surgen nuevas necesidades e incrementan las que ya existen, es por esta razón que los ciudadanos y las empresas tienen el deber de crear y hacer crecer nuevas estrategias y negocios que cubran, estas necesidades.

Así como en muchas partes del país, el departamento del Meta no ha sido la excepción, en idear nuevos eventos para atraer a los turistas y debido al crecimiento económico de la región las empresas han decidido traer sucursales para cubrir la demanda que requieren los metenses y como el sistema está representado en función de una cadena, se requiere una empresa que pueda garantizar: creatividad, calidad, cumplimiento, respaldo y tranquilidad en el cubrimiento, montaje y ejecución de sus eventos.

Siendo consecuentes con la decisión de especializar nuestros conocimientos y con el ánimo de crear negocios que impacten la región, hemos decidido contribuir con la creación de este plan de negocios, para la ejecución de la empresa: “Eventos y Soluciones Logísticas” la cual permitirá que tanto las empresas públicas y privadas y las personas naturales, tengan soluciones y acompañamiento en el proceso logístico de sus eventos.

Actualmente existen algunos negocios que se dedican a prestar este servicio, pero sobre todo en eventos a personas naturales. La idea de nuestro negocio es cubrir

la demanda general de la región, pues hoy en día son muchos los servicios que se contratan fuera del departamento y no encuentran un solo proveedor para todos los requerimientos logísticos.

Siendo pretenciosos con la prestación de un servicio de calidad, que cumpla los tiempos de entrega, que supere las expectativas de nuestros clientes, damos inicio al desarrollo de este plan de negocios.

3. COMPONENTE DE MERCADOS.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Los productos que tenemos para la comercialización son los que encontraremos relacionados abajo y según las necesidades y requerimientos de los clientes se pretende hacer un plan de compras para ir aumentando nuestro portafolio.

Los servicios que se ofrecen son servicios de barman, meseros, personal de logística y montaje, dj's, maestros de ceremonia entre otros. Para Eventos y Soluciones Logísticas, es importante que nuestros clientes encuentren un portafolio amplio de posibilidades según el evento que vayan a desarrollar por tal motivo nuestros productos y servicios no se ofrece en paquetes o combos, si no de forma individual.

Los clientes que requieran los productos y servicios recibirán una propuesta diseñada específicamente para cubrir su evento.

A continuación, encontramos la relación de productos y su precio por unidad:

Precio

Producto	Precio x Unidad
Silla Rimax normal plástico	\$300
Silla para palcos	\$800
Silla colonial (metálica)	\$1.100
Mesa redonda en plástico	\$3.000
Mesa cuadrada plástico	\$2.500
Mantel básico	\$6.000
Faldón para sillas	\$12.000
Carpa 4x4	\$40.000

Carpa 6x6	\$80.000
Carpa 6x6 circular	\$350.000
Sonido max. Mil personas	\$1.000.000
Sonido de mil a 3 mil personas	\$3.500.000
Sonido más de tres mil personas	\$5.000.000
Tarima de 6 módulos	\$360.000
Tarima de 12 módulos	\$700.000
Tarima de 24 módulos	\$1.400.000

Servicio	Precio x Unidad
1 Mesero	\$70.000
1 Barman	\$70.000
1Dj	\$150.000
1maestro de ceremonia	\$250.000
Servicio de transporte	SEGÚN CANTIDAD Y DISTANCIA RANGO ENTRE \$30.000 Y \$2.000.000

3.2 MERCADO OBJETIVO

Teniendo en cuenta que queremos llegar a cada evento que se realice en la región ya sea con todo el portafolio o con cualquiera de nuestros productos y servicios, hemos definido como mercado objetivo; a todas las personas, empresas o entidades públicas y privadas que tengan la intención de realizar los diferentes eventos que se celebran en el año.

Es preciso manifestar que pretendemos participar y acompañar en cada evento que se celebre durante el periodo de los 365 días del año a nuestros clientes y así ir acumulando experiencias felices de los clientes para que sirvan como referente de nuestra labor.

3.2.1 Perfiles del Segmento del Mercado Objetivo:

Personas	Empresas
<ul style="list-style-type: none"> *Estratos 3< *Personas que estén interesadas en hacer fiestas, reuniones o eventos en el departamento del meta. *extranjeros que requieran servicios logísticos para sus eventos 	<ul style="list-style-type: none"> *Mínimo 10 empleados *Empresas que realicen eventos en el transcurso del año en el departamento del Meta. *Municipios que requieran la preparación de logística en sus eventos. *Empresas nacionales y extranjeras que organicen eventos para sus sedes en el Meta.

3.2.2 Identificación de variables

Variable	Descripción
Variables Demográficas	Según el esquema de negocio nos dirigiremos a personas de ambos sexos, que se encuentren en un rango de edades entre los 20 a los 45 ya que son personas que tienen una vida social activa y pueden tomar decisiones para nuestro tipo de negocio.
Variables Geográficas	La ubicación del punto de venta es de fácil acceso, pero sobre todo es en un barrio muy seguro en la ciudad, que cuenta con buen servicios de vigilancia, lo que nos permite transmitir mayor confianza a nuestros clientes.

4. PUNTO DE VENTA

Pensando sobre todo en la seguridad y tranquilidad que los clientes necesitan para tomar la decisión de compra se ha destinado una oficina en un barrio residencial de la ciudad, que permita fácil acceso y que permita generar sentimientos de seguridad en los clientes. La dirección de la oficina es la Calle 46 # 45 – 06 en el barrio Santa Josefa de la comuna No. 1 de la ciudad de Villavicencio departamento del Meta. Cabe resaltar que este es uno de los barrios más antiguos de la ciudad y la mayoría de habitantes conocen su ubicación. Las indicaciones son: por la antigua vía a Bogotá entrando por la carrera 45 cuatro cuadras entrando casa esquinera blanca.



Fuente: Google Maps

4.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Se designan dos personas con perfiles similares para atender dos canales importantes para la empresa, estos canales son los eventos públicos y los eventos privados la idea de dividir la intención de estos dos tipos de eventos es que cada uno se especialice en un canal para ofrecer una mejor experiencia nuestros clientes.

Contamos con una camioneta de estacas, un automóvil y una moto de nuestra propiedad para utilizar de forma inmediata, esto con el fin de cumplir cabalmente nuestras citas y tener una forma efectiva de desplazamiento del personal para llegar a nuestros clientes. Se pretende llegar a los clientes ofreciéndole estas dos alternativas inicialmente que son, visitarlos en un lugar que ellos prefieran o en la oficina de la empresa “eventos y soluciones logísticas”.

ASESOR EXTERNO



SITIO DEL CLIENTE



ASESOR INTERNO

CLIENTE



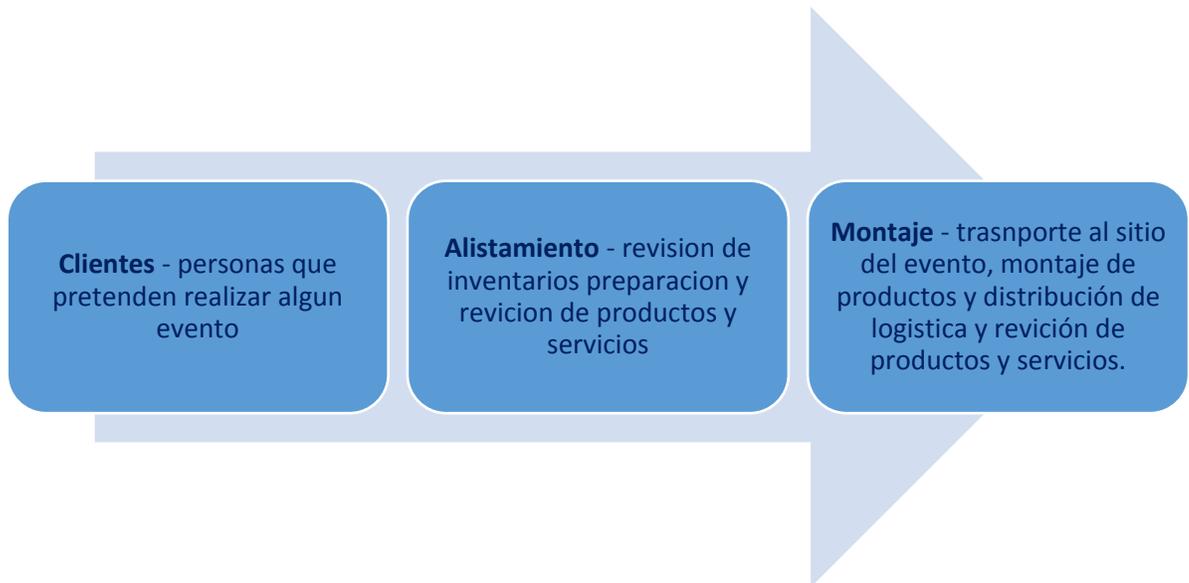
Además, hemos establecido relaciones estratégicas con propietarios de vehículos para acarreos quienes nos brindarían el apoyo necesario para cumplir con los tiempos de entrega que se le dan a conocer a nuestros clientes y generar la confianza que ellos necesitan para el cumplimiento del evento. Cuando la empresa lleve mínimo 3 eventos se pretende formalizar la creación de una página web para subir las fotos de los eventos y que sirva como canal para que nuestros clientes tengas otro acceso a nuestros productos y servicios. Con esta página web también se pretende conformar la base de datos de clientes.

CADENA DE VALOR



Fuente: Autores

Es importante para nosotros hacer entender cada uno de los procesos que se establecen en la cadena para que los clientes perciban el valor que aporta cada uno de estos y su relación directa con los costos, se establece la siguiente cadena genérica.



4.2 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Todas las herramientas publicitarias que se van a implementar van encaminadas a lograr nuestro gran objetivo publicitario: “lograr una publicidad masiva en la región y fuera de ella por medio de las experiencias positivas de nuestros clientes por medio del sistema publicitario de voz a voz”

Se establecen las siguientes estrategias publicitarias para posicionar y dar a conocer la existencia y puesta en marca de “Eventos y Soluciones Logísticas”:

- ✓ Se instalan dos vallas publicitarias en los puntos más estratégicos de la ciudad de Villavicencio, con el fin de captar y llegar a los eventos de personas naturales, esto se hará una vez cada seis meses por tres periodos.
- ✓ se hace un listado de eventos por municipios en el año y se pasan las propuestas dos meses antes del evento para todo el montaje logístico.

- ✓ Implementamos una estrategia llamada “logística en red” donde por medio de redes sociales como Facebook e Instagram se promocionarán los eventos y se contarán experiencias de los mismos, también se pondrá en marcha el montaje de la página web y allí también se publicitarán productos, servicios y promociones que se establezcan para cada temporada. En las anteriores también encontraron diversas formas de contactarse con nosotros para adquirir productos y servicios
- ✓ Visitamos cada una de las iglesias y sitios de eventos para establecer relaciones empresariales y de camaradería, con el fin de dejar publicidad y recoger información de los clientes para ofrecer los productos y servicios.

Las promociones que se establecerán también se harán de acuerdo al diseño de la propuesta que se le hace a cada cliente, son la única condición que para obtener la promoción deben adquirir todo el portafolio de productos y servicios con nosotros.

Como lo muestra la cadena de valor, el servicio post-venta establece la realización de la encuesta de satisfacción de los clientes con el evento la cual tiene varios objetivos:

- ✓ Medir la satisfacción del cliente con la ejecución del evento
- ✓ Identificar nuevas necesidades.
- ✓ Mejorar los productos y servicios existentes.
- ✓ Conocer lo que hacemos muy bien (fortalezas).
- ✓ Conocer en lo que estamos fallando (debilidades)

4.3 COMPETENCIA DEL MERCADO

Actualmente la competencia se encuentra a nivel nacional y local, pues los clientes han tenido que salir a buscar varios productos y servicios que aquí no les cubren, esto lo podemos analizar de la siguiente manera; si los clientes ven en nuestra empresa la posibilidad de adquirir estos productos y servicios no necesitarían buscar otras empresas a nivel nacional o simplemente encontrarían un proveedor de todo lo que necesiten. A nivel local encontramos varias empresas que prestan algunos de estos servicios. Nuestro objetivo con la competencia es que, los clientes siempre piensen en nosotros como su primera opción y que en caso de ser necesario y dependiendo de la magnitud del evento podamos hacer alianzas con la competencia para cumplir con los requerimientos de los clientes. Se pretende socializar con la competencia un tema importante de sana competencia donde cada uno maneje tres tipos de precios: precio público, precio mayorista, y precio proveedor con el fin de que siendo nosotros clientes proveedor obtengamos un precio diferente al del público para que el precio final al cliente siempre este dentro de un mismo rango en todas las empresas que desarrollen esta actividad en específico.

4.4 POSICIÓN DE MI SERVICIO FRENTE A LA COMPETENCIA

El servicio que prestamos en nuestra empresa parte de un sistema de servicio estructurado donde seguimos una secuencia y se establece el ciclo de servicio del producto, esto garantiza que se tenga un protocolo y que si se llega a cambiar de personal este reciba la capacitación y se alinee con el servicio que se viene prestando. También se pretende con este sistema anticiparnos a algunas fallas

que se presenten en el proceso y que el cliente sienta un acompañamiento y servicio a la altura de su evento.

Ciclo de Vida del servicio en Eventos y Soluciones Logísticas



Fuente: Autores

La medición del servicio se hará mediante el ciclo del servicio donde se evaluará:

- ✓ Presentación personal
- ✓ Conocimiento del portafolio de productos
- ✓ Amabilidad en a la atención
- ✓ Tiempos de respuesta
- ✓ Agilidad en la atención tanto de la parte operativa como comercial y de servicio

Competencia Directa

Empresas Locales	Empresas Nacionales
Alkilar Servicios	Dicafer
Casa Dorada	Open
Alquileres Doña Ceci	Gaira
Servifiestas	
Señora Fiesta	

Las empresas anteriormente mencionadas son las más representativas en la región, las locales son las más frecuentadas por las personas en cuanto a las nacionales, estas son las que el mercado local más solicita cuando las de aquí no responden con la necesidad del evento.

4.3 COMPETENCIA INDIRECTA

Nuestros competidores indirectos son los que prestan un solo servicio y contratan por aparte, por ejemplo: los djs, los sonidistas, los maestros de ceremonia, los decoradores etc., quienes pueden ofrecer sus servicios de forma partículas.

Para esto se implementa la estrategia de alineamiento con nuestra empresa y de garantías que tienen al prestar el servicio con nosotros que a diferencia de hacerlo como independientes. Las garantías son la forma de pago, el transporte, la calidad de los eventos y el reconocimiento de gente importante e influyente que a ellos asisten.

5. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

5.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

Las festividades y eventos han sido siempre un mecanismo importante para la celebración de muchos motivos entre los cuales encontramos: reuniones sociales, reuniones empresariales, matrimonios, bautizos, cumpleaños, primeras comuniones, aniversarios, campeonatos deportivos, conmemoraciones, reconocimientos, festividades departamentales y/o municipales entre otras, que tanto personas naturales como jurídicas, empresas públicas y privadas, anualmente agendan en sus calendarios y se presupuestan para tal fin.

En el departamento del Meta, se evidencia el incremento de estas festividades en todos los sectores y tipos de personas, pues más que un motivo, la realización de un evento tiene como finalidad vivir una experiencia memorable y guardar los mejores recuerdos de esta, por tal motivo viene cobrando mucha fuerza la realización de los mismos.

La cultura llanera es una cultura que desde sus inicios ha conocido lo que es un parrando, y por medio de él, les dieron vida a los eventos en sus inicios en esta región de Colombia. A partir de ese momento todo evento finalizaba con el conocido parrando llanero. Con la evolución y crecimiento del departamento también evoluciono la forma de realizar un evento y cuando debía hacerse uno, es así como hoy en día vemos que, en todos los municipios del departamento, anualmente se destinan recursos para las festividades y eventos conmemorativos. Así mismo las personas y empresas privadas trajeron esta idea de las filiales principales donde se realizan los diferentes eventos conmemorativos en el año, lo que les dio un giro a los eventos de la empresas y personas de la región.

Las empresas que se dedican actualmente a la realización de estos eventos han tenido un crecimiento y son totalmente rentables por la demanda que se presenta, la falla en la que pueden estar incurriendo se puntualiza en el servicio, variedad, valor agregado que le puedan ofrecer a sus clientes.

Encontramos una gran posibilidad de mejorar en estos aspectos por esto creemos firmemente en que Eventos y Soluciones Logísticas, será una empresa vanguardista y líder en servicio.

¿Quién es el cliente para Eventos y Soluciones Logísticas?

Los clientes para nosotros están clasificados en tres tipos, a continuación, hacemos relación de ellos y su importancia para nosotros.

Tipos de Clientes		
Actuales	Potenciales	Inactivos
Son aquellas personas o empresas que por lo menos han utilizado algún servicio con nosotros en el último año	Son aquellas personas naturales o jurídicas que aún no han utilizado ningún producto o servicio con nosotros pero que si los requieren y los están usando con otros negocios, además cualquier persona que nunca haya tenido ningún vínculo comercial con nosotros	Son aquellos clientes que alguna vez utilizaron algún producto o servicio pero que llevan más de 1 año sin solicitarlo nuevamente

Para nosotros es importante los tres tipos de clientes, pero el énfasis lo hacemos en los clientes actuales e inactivos pues conocen nuestra empresa, productos y servicios. Se realiza un trabajo de fidelización con los clientes actuales donde tratamos de identificar más a fondo sus preferencias y descubrir que necesitan de

mas, también tratamos de sorprenderlos con detalles ya sea en el evento o materias que ellos perciban como valor agregado. Con los clientes inactivos pretendemos realizar una estrategia de retoma para hacer una visita y conocer las razones de no seguir contratando nuestros servicios. De ahí proponemos una promoción en algo que ellos requieran y volver a conquistarlos para volverlos clientes actuales.

Con los clientes potenciales también emprendemos una conquista a través del servicio que prestamos ya que es uno de nuestros fuertes en el negocio y de ahí fidelizarlos.

5.2 TAMAÑO DEL MERCADO

Consecuentes con la capacidad de nuestro negocio hemos decidido asumir un tamaño de mercado departamental donde el Meta será el tamaño general en el que pretendemos tener un campo de acción y donde nos daremos a conocer, cuando ya tengamos la recordación en la gente del Meta y nuestra capacidad sea mayor, se implementaran nuevas estrategias de expansión. Aunque no pertenezca a nuestro tamaño de mercado también tendremos en cuenta los municipios que quedan en la vía que conduce de Villavicencio a la capital Bogotá D.C. pues el acceso y la distancia están dentro de los límites establecidos para el contrato del evento.

Tendemos una división de zonas para fácil ubicación donde llamaremos zona urbana a la capital del meta, incluida la parte rural y corregimientos, otra zona sería la rural que serían los municipios fuera de Villavicencio y por último la zona de periferia que serían los de fuera del meta en la vía Villavicencio – Bogotá.

5.2.1 El Consumo Aparente

Según la cantidad de eventos programados en el año se estima que el consumo aparente sería de un evento por mes, teniendo en cuenta también la competencia podría variar en un evento bimestral en el año.

5.2.2 Demanda Potencial

Para analizar la demanda potencial es preciso revisar la demanda principal. En Villavicencio encontramos la mayor demanda principal ya que es la ciudad donde hemos construido nuestras relaciones comerciales y personales y donde tenemos unos aliados estratégicos importantes para dar a conocer nuestro negocio, es el campo de acción donde mejor nos desenvolvemos porque conocemos muy bien la ciudad sus vías principales y alternas y podemos estar más cerca de nuestros competidores, además es la ciudad donde se encuentra ubicada nuestra sede principal. La demanda potencias la descubrimos en lo que nosotros llamamos la zona rural y la zona de periferia, pues además de ser un reto para nosotros en todo sentido (desplazamiento, fidelización de clientes, servicio) es ahí donde también queremos llegar y posicionarnos como la mejor opción.

Hay clientes potenciales que son los que primero pretendemos conquistar y son las alcaldías de estos municipios ya que vamos a la fija en el sentido que estas alcaldías ya tienen presupuesto para sus fiestas y eventos y no menos importante, ya saben que eventos y fiestas desarrollan durante el año a lo cual queremos llegar a cubrir en su totalidad.

5.2.3 Nicho de Mercado

Nuestro nicho está conformado por aquellas empresas y personas que recurren a empresas de fuera del Meta para contratar sus productos o servicios requeridos en la realización de un evento. Además, dentro de este nicho también están los clientes que utilizan varios proveedores para sus eventos



6. COMPONENTE DE ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIONES.

6.1 VISIÓN

Consolidando nuestro servicio y manteniéndonos siempre a la vanguardia y cambios del mercado, seremos para el año 2020 la empresa de Eventos y logística con mayor reconocimiento en la región y líderes en servicio. Con una trayectoria exitosa y con el 90% del mercado atendido por nosotros.

6.2 MISIÓN

Generar experiencias 100% positivas en nuestros clientes, brindando el respaldo y calidad que merece la altura de su evento. Cumplir cabalmente sus expectativas agregando valor a cada proceso dentro de nuestra organización y así generar diferenciación en la prestación del servicio logrando que este, sea percibido por nuestros clientes.

6.3 PRINCIPIOS CORPORATIVOS

- ✓ Cumplimiento
- ✓ Seguridad
- ✓ Sinergia
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Lealtad
- ✓ Honestidad
- ✓ Mejora Continua
- ✓ Responsabilidad Social

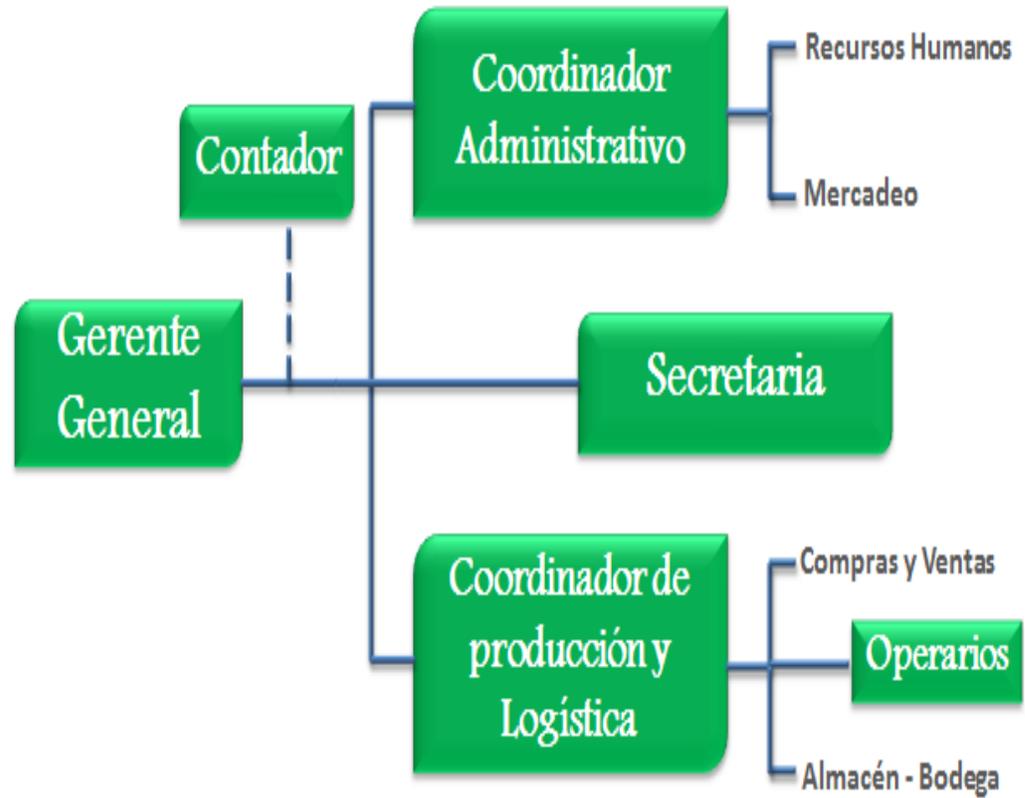
6.4 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

- ✓ Cumplir cabalmente con los tiempos de entrega y demás compromiso con el cliente.
- ✓ Lograr uniformidad en la prestación del servicio para posicionarlo como una fortaleza de nuestra organización.
- ✓ Revisar periódicamente los manuales y demás herramientas creadas para la prestación del servicio con el fin de hacer las mejoras necesarias.
- ✓ Crear mecanismo que permitan minimizar los riesgos y anticiparnos a posibles inconvenientes con productos y servicios.
- ✓ Establecer herramientas que faciliten y agilicen la labor de nuestros empleados para lograr un impacto positivo en nuestro cliente final.
- ✓ Crear espacios donde los empleados manifiesten información útil para la empresa y sea tomada en cuenta en el plan de mejoras.
- ✓ Garantizar a los empleados estabilidad, beneficio, cumplimiento, respaldo, calidad y herramientas suficientes para el desarrollo de sus funciones.
- ✓ Ser una empresa atractiva para el mercado laboral y generar la mayor calidad de empleo que se pueda.

6.5 ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES

- ✓ Realizar un plan estratégico anual que le permita a la empresa hacer un diagnóstico y generar nuevas ideas y estrategias de fidelización
- ✓ Implementar un sistema de alertas tempranas que permita la detección de posibles errores en el proceso de realización y puesta en marcha del evento del cliente.
- ✓ Establecer convenios y alianzas estratégicas con proveedores tanto para nuestro cliente externo como interno.
- ✓ Realizar jornadas de capacitación bimestrales para conocer los casos que se presenten, difundir información de la organización, reforzar temas de servicio y demás temas importantes y adquirir nuevos métodos para el desarrollo de nuestras funciones. Además, charlas motivacionales y actividades de esparcimiento y recreación.

7. ESTRUCTURA ORGÁNICA



La estructura horizontal de nuestra empresa permite descentralizar muchas funciones y aunque se debe respetar la jerarquía, la idea de que todos sepamos de cada cargo lo necesario para que todos estemos en la capacidad de atender un cliente y direccionarlo de la mejor manera.

Función de los cargos

GERENTE GENERAL

✓ **Perfil general**

El gerente es quien bajo su dominio en experiencia y conocimientos se encarga de dirigir la empresa, logrando así una sinergia entre las diferentes delegaciones de los departamentos o áreas que la empresa conforme o haya conformado a través de su existencia.

✓ **Educación**

Título profesional en cualquier área con postgrado en Administración o temas afines dominio del idioma inglés

✓ **Habilidades**

- Capacidad de gerenciar y construir relaciones.
- Asertividad en la toma de decisiones.
- Persuasión y liderazgo.
- Manejo de indicadores financieros.
- Análisis y proyecciones de la empresa.
- Manejo de grandes grupos de personas.
- Grandes y aterrizadas expectativas visionarias.
- Aprendizaje continuo.
- Habilidades de comunicación interpersonal.
- Trabajo en equipo.
- Orientación a resultados.
- Entendimiento y planificación estratégica.

✓ **Conocimientos**

- Conocer el tipo de mercado al cual va dirigido nuestro producto

- Excelente manejo de sistemas, tecnología e internet
- Haber ocupado cargos similares.
- Actividades de tipo logístico
- Reglamentación logística.
- Formulación y evaluación de proyectos.
- Manejos de tipo ambiental

✓ **Experiencia**

Contar con mínimo 6 años de experiencia, 3 en cargos de planificación, gerencia y/o formulación de proyectos y 3 en direccionamiento logístico.

✓ **Funciones de Cargo.**

- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente
- Realizar los actos de administración y gestión ordinaria de la sociedad.
- Organizar el régimen interno de la sociedad, usar el sello de la misma, expedir la correspondencia y cuidar que la contabilidad esté al día.
- Representar a la sociedad y apersonarse en su nombre y representación ante las autoridades judiciales, administrativas, laborales, municipales, políticas y policiales, en cualquier lugar de la República o en el extranjero.

- Asistir con voz, pero sin voto, a las sesiones del Directorio, salvo que éste acuerde sesionar de manera reservada.
- Expedir constancias y certificaciones respecto del contenido de las actas de JGA o de sesiones de Directorio, de libros contables y registros de la sociedad.
- Someter al Directorio, para su aprobación, los proyectos de la memoria y los estados financieros, los presupuestos de la sociedad para cada año, así como los programas de trabajo y demás actividades.
- Delegar total o parcialmente las facultades que se le conceden en el estatuto de la sociedad.
- Ejecutar el Plan de Negocios aprobado por el Directorio y proponer modificaciones al mismo.
- Preparar y ejecutar el presupuesto aprobado por el Directorio y proponer modificaciones al mismo.
- Celebrar y firmar los contratos y obligaciones de la sociedad, dentro de los criterios autorizados por el Estatuto y el Directorio de la sociedad.
- Delegar su celebración, desconcentrar la realización de las licitaciones o concursos, contratar a personal que desempeñe cargos de nivel directivo, de acuerdo con el reglamento que sobre contratación expida el Directorio.
- Diseñar y ejecutar los planes de desarrollo, los planes de acción anual y los programas de inversión, mantenimiento y gastos.
- Dirigir las relaciones laborales, con la facultad para delegar funciones en esa materia y ejercer la facultad nominadora dentro de la Sociedad, teniendo en cuenta el número de personas que conforman la planta de personal aprobado por el Directorio.
- Determinar la inversión de fondos disponibles que no sean necesarios para las operaciones inmediatas de la Sociedad.

- Dirigir la contabilidad velando porque se cumplan las normas legales que la regulan.
- Constituir apoderados que representen a la Sociedad en actuaciones judiciales, extrajudiciales y administrativas, fijarles honorarios y delegarles atribuciones, previa autorización del Directorio.
- Rendir cuenta justificada de su gestión en los casos señalados por la Ley. Informar al Directorio las operaciones celebradas con accionistas, filiales vinculadas de los mismos.
- Abrir, cerrar y administrar cuentas bancarias, sean corrientes, de ahorro, crédito o cualquier otra naturaleza, con o sin garantía. Girar cheques sobre los saldos acreedores, deudores o en sobregiros autorizados en las cuentas bancarias que la empresa tenga abiertas en instituciones bancarias de la República del Perú o de otro país.
- Autorizar la colocación, retiros, transferencias, enajenación y venta de fondos, rentas, valores, reglamentar la emisión de bonos, obligaciones, instrumentos de corto plazo, deuda y cualesquiera otros títulos valores pertenecientes a la Sociedad. Otorgar, contraer y revocar préstamos, mutuos, negociar y renegociar los términos y condiciones de los mismos.
- Suscribir todo tipo de contratos de fideicomiso, incluyendo la transferencia en dominio fiduciario de activos presentes y futuros. En general realizar todo tipo de operaciones bancarias y financieras.
- Celebrar contratos de compraventa internacional, y demás relacionados con el comercio exterior, tales como contratos de crédito documentario y cartas de crédito para importaciones.
- Celebrar contrato con Almacenes Generales de Depósitos, aceptar, reaceptar, girar, endosar, obtener, recibir y renovar certificados de depósito, conocimientos de embarque, warrants, y cualquier otro título valor, documento mercantil o civil y endosar los documentos correspondientes.

- Negociar, celebrar, modificar, rescindir y resolver contratos, convenios y compromisos de toda naturaleza incluidos los que tengan por objeto la adquisición o enajenación de derechos, bienes muebles e inmuebles de la sociedad, ya sea a título oneroso.
- Someter los asuntos que estime necesarios a arbitraje, celebrar convenios arbitrales o celebrar transacciones judiciales o extrajudiciales, de conformidad con las normas legales vigente.
- Transferir, adquirir, ceder, otorgar licencias, dar en garantía, registrar, renovar, cancelar y realizar cualquier acto que implique la modificación del registro de marcas de fábrica, marcas de servicio, nombres comerciales, cualquier otro signo distintivo, tecnologías y otros derechos de la propiedad intelectual, sean extranjeros o nacionales; así como celebrar contratos de asistencia técnica o de servicios técnicos con nacionales o extranjeros.
- Representar a la Sociedad en licitaciones públicas o privadas, concursos de precios o concursos de méritos.
- Otorgar todo tipo de poderes, incluyendo las facultades que le otorga este artículo exigiendo garantías si lo considera necesario, así como revocar los poderes conferidos.
- Ejercer las demás funciones legales y estatutarias y las que le asignen o deleguen la Junta General de Accionistas o el Directorio.

CONTADOR

✓ Perfil general

El Contador Público es un profesional con pertinencia social que cuenta con los conocimientos teóricos y prácticos en contaduría general, costos, contribuciones, auditoría y finanzas, que lo posibilitan para elaborar, supervisar e interpretar información financiera y administrativa, coadyuvando en la toma de decisiones de

las entidades económicas, inmersas en un mundo globalizado que exige respuestas oportunas y veraces a operaciones cada vez más complejas; apoyado en una sólida ética profesional, sustentada en valores morales que le permiten ser un ciudadano útil y factor de cambio en la sociedad.

✓ **Educación**

Título profesional Contador Público.

✓ **Habilidades**

- Creativo
- Visionario
- Disciplinado
- Liderazgo
- Capacidad de síntesis
- Razonamiento Lógico
- Habilidad Numérica y Lógica.
- Trabajo en Equipo
- Toma de Decisiones
- Relaciones Públicas
- Habilidad para integrarse a actividades artísticas y culturales.
- Utilizar una metodología para la realización de la auditoría interna.
- Realizar la planeación financiera de las organizaciones
- Analizar y registrar los sistemas de costeo para valuación y toma de decisiones.
- Analizar el entorno económico y el desarrollo nacional.
- Identificar los mercados financieros y el proceso administrativo.
- Aplicar las herramientas matemáticas, estadísticas e informáticas.
- Aplicar la normatividad mercantil, laboral y fiscal.

- Preparar informes financieros aplicando la normatividad contable vigente
- Emitir opiniones sobre información financiera.
- Evaluar la rentabilidad de los proyectos de inversión.
- Manejar cifras y símbolos.
- Asertividad en la toma de decisiones.
- Manejo de indicadores financieros.
- Análisis y proyecciones de la empresa.
- Aprendizaje continuo.
- Habilidades de comunicación interpersonal.
- Trabajo en equipo.
- Orientación a resultados.

✓ **Conocimientos**

- Conocer el tipo de mercado al cual va dirigido nuestro producto
- Excelente manejo de sistemas, tecnología e internet
- Haber ocupado cargos similares.
- Actividades de tipo logístico
- Reglamentación logística.

✓ **Experiencia**

Contar con mínimo 2 años de experiencia como Contador Público.

✓ **Funciones del cargo.**

- Planificar y coordinar todas las funciones relacionadas con el área contable y de impuestos con el fin de obtener la consolidación de los Estados Financieros y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

- Coordina la ejecución de políticas relacionadas con el área contable, asegurándose que se cumplan los principios de contabilidad y las normas internacionales, al igual que las políticas de la Entidad y las normas fiscales vigentes.
- Elaborar estados financieros mensuales con información oportuna y verídica
- Verificar y depurar cuentas contables.
- Controlar el correcto registro de los auxiliares de contabilidad.
- Revisar causaciones, corroborando los cálculos presentados especialmente en lo relacionado con las retenciones en la fuente
- Elaborar las declaraciones de impuestos.
- Revisar y firmar conciliaciones bancarias.
- Revisar y comparar gastos mensuales.
- Elaborar y presentar información Tributaria a la DIAN.
- Elaboración de facturas para alquileres, comisión cafetería, etc.
- Cierre contable anual y elaboración de Estados Financieros anuales.
- Responder requerimientos del Gerente referentes a los Estados Financieros.
- Correspondencia con los bancos.
- Atender los requerimientos de las autoridades competentes en temas contables, dando aviso previo a la Dirección Administrativa y Financiera.
- Revisar los certificados de ingresos y retenciones de empleados.
- Cuando sea necesario, digitar la información contable.
- Mantener en orden y actualizado el archivo de documentos contables (notas, Recibos de caja, Declaraciones, etc.)
- Preparar los pagos y nómina.
- Proveer la información solicitada por parte de la Revisoría Fiscal.

- Colaborar con el Área Administrativa (Caja, Tesorería, Recursos Humanos) para mantener establecer las mejoras prácticas contables.

COORDINADOR ADMINISTRATIVO

✓ **Perfil General**

El coordinador administrativo es quien bajo su dominio en experiencia y conocimientos se encarga de planificar y dirigir la política de promoción, venta y distribución de productos o servicios de la empresa, además asume responsabilidad del área de Marketing y Publicidad

✓ **Educación**

Título profesional en cualquier área con postgrado en Administración o temas afines dominio del idioma inglés.

✓ **Habilidades**

- Cumplir con los criterios de austeridad, racionalidad y transparencia los lineamientos, políticas, sistemas, programas y procedimientos vinculados con la administración eficiente de los recursos humanos, materiales, informáticos, tecnológicos, servicios generales, y sobre bienes muebles e inmuebles.
- Organizar, programar y dirigir las actividades de la Coordinación Administrativa.

- Establecer proveedores, distribución y control de bienes que requieran la empresa, para el cumplimiento de sus funciones, bajo criterios de austeridad, racionalidad y transparencia, y coordinar los procesos para la proveeduría de los bienes y servicios.
- Supervisar que los recursos humanos, financieros y materiales asignados por la empresa sean destinados para el fin para el cual están afectos y que sean aprovechados de manera eficaz, eficiente, honrada, transparente y racional; apoyándose en la capacitación que se brinde al personal y las áreas administrativas.

✓ **Conocimientos**

- Capacidad de coordinar y construir relaciones.
- Asertividad en la toma de decisiones.
- Persuasión y liderazgo.
- Manejo de indicadores financieros.
- Análisis y proyecciones de la empresa.
- Manejo de grandes grupos de personas.
- Grandes y aterrizadas expectativas visionarias.
- Aprendizaje continuo.
- Habilidades de comunicación interpersonal.
- Trabajo en equipo y orientación a resultados.
- Entendimiento y planificación estratégica.

✓ **Experiencia.**

Contar con mínimo 4 años de experiencia como Administrador y 2 en direccionamiento logístico.

✓ **Funciones del Cargo**

- Asesora técnicamente al área administrativa.
- Participa conjuntamente con el analista de presupuesto en la elaboración y distribución del presupuesto anual.
- Controla la ejecución del presupuesto.
- Establece los objetivos a lograr por la unidad y determina los recursos y acciones necesarias para alcanzarlas.
- Administra los recursos económicos y materiales de la dependencia.
- Coordina el registro y control de bienes de la empresa.
- Dirige las actividades de las áreas de menor jerarquía de su competencia.
- Establece controles eficientes sobre el proceso administrativo.
- Coordina la elaboración de Manuales de Políticas, Normas y Procedimientos de su competencia.
- Propone nuevos procedimientos y métodos de trabajo.
- Mantiene informado al personal de la dependencia acerca de las Políticas, Normas y Procedimientos y decisiones de carácter administrativo.
- Asigna y supervisa las tareas del personal a su cargo.
- Diseña y clasifica las partidas a egresos extraordinarios.
- Autoriza cheques y erogaciones presupuestarias.
- Verifica los trámites por solicitudes de compras de divisas.
- Controla el movimiento financiero que se llevan en los bancos.
- Controla las compras, distribución de materiales, registro de proveedores, facturas y órdenes de pago.
- Asiste y participa en reuniones de comité de compras.
- Controla el funcionamiento de caja.
- Informa a las Autoridades competentes sobre la situación financiera y administrativa de la unidad.

- Ordena y verifica los trámites de los asuntos del régimen tributario, que sean necesarios efectuar por la dependencia.
- Ordena y verifica trámites de viáticos.
- Vela por el efectivo funcionamiento de los archivos dentro de la dependencia.
- Representa a las autoridades de la dependencia en reuniones referentes al área.
- Elabora proyectos de investigación relacionados con el área donde se desempeña.
- Redacta correspondencias, actas, circulares, folletos informativos y otros documentos especiales y/o rutinarios de la unidad.
- Firma la correspondencia de la unidad.
- Supervisa y controla los ingresos y egresos de las Unidades Generadoras de Ingresos de la dependencia.
- Vela por la buena administración de los recursos de la unidad.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

COORDINADOR DE PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA.

✓ **Perfil General**

El coordinador logístico y de producción es quien se encarga de organizar cada evento en particular, se deben agrupar las diversas funciones y acciones que se llevan a cabo durante su desarrollo y realización por Áreas

de Coordinación, es el responsable de que se cumplan los objetivos de un evento y el éxito tiene mucho que ver con el desempeño de excelentes coordinadores de áreas. Por ello su función principal es la de dirigir y supervisar que los coordinadores de áreas y su grupo cumplan con sus obligaciones.

✓ **Educación**

Título profesional en Ingeniería Industrial, Administración de Empresas, Publicidad y Mercadeo o conocimientos en el Área con dominio del idioma inglés.

✓ **Habilidades**

- Iniciativa.
- Responsabilidad
- Cooperación.
- Institucionalidad
- Efectividad.
- Discrecionalidad

✓ **Conocimiento**

- Conocer el tipo de mercado al cual va dirigido nuestro producto
- Excelente manejo de sistemas, tecnología e internet
- Haber ocupado cargos similares.
- Actividades de tipo logístico
- Reglamentación logística.
- Formulación y evaluación de proyectos.
- Manejos de tipo ambiental

✓ **Experiencia.**

Contar con mínimo 4 años de experiencia como Coordinador de eventos logísticos.

✓ **Funciones del Cargo**

- Planificar eventos: El Organizador de Eventos, en el marco de esta función profesional, está capacitado para identificar el cliente del evento a realizar; identificar el concepto y objetivo del mismo; confeccionar un presupuesto; realizar la guía del evento y determinar el cronograma a desarrollarse en el evento.
- Organizar y gestionar eventos: El Organizador de Eventos, en el marco de esta función profesional, está capacitado para disponer de todos los recursos humanos, económicos y técnicos del evento; revisar y dar un orden a cada actividad del evento en el cronograma del mismo; siendo el intermediario entre los proveedores de servicios a contratar y/o contratados y el cliente solicitante del evento.
- Controlar y coordinar el cronograma del evento: El Organizador de Eventos, en el marco de esta función profesional, está capacitado para supervisar, guiar y dirigir todos los recursos económicos, materiales, técnicos y humanos del evento; evaluar el resultado final del evento realizado, a fin de comprobar su eficaz desarrollo.
- Vender y Promocionar eventos: El Organizador de Eventos, en el marco de esta función profesional, está capacitado para identificar los diferentes públicos; elaborar junto a profesionales un plan de venta y promoción; y ofertar y vender los servicios del establecimiento o eventos en general.

SECRETARIA

✓ **Perfil general**

La Secretaria es la encargada organizar y velar por el correcto funcionamiento de la dependencia, en cuanto a los servicios que en ella se brinden, especialmente en la organización de archivos, atención al público, transcripciones y dotación de papelería y útiles para la oficina y ejecutar las actividades que le correspondan para el cumplimiento de los procedimientos establecidos en la entidad.

✓ **Educación**

Estudiante en carreras afines en el área de Ciencias Administrativas

✓ **Habilidades**

- Relaciones humanas
- Administración
- Administración del tiempo
- Seguimiento
- Redacción
- Archivo
- Ortografía

✓ **Conocimientos**

- Conocer el tipo de mercado al cual va dirigido nuestro producto
- Excelente manejo de sistemas, tecnología e internet
- Haber ocupado cargos similares.
- Actividades de tipo logístico y reglamentación logística

✓ **Experiencia**

Contar con mínimo con 1 años de experiencia en cargos similares.

✓ **Funciones del cargo**

- Transcribir los diferentes documentos relacionados con la dependencia.
- Mantener en orden el archivo de la oficina.
- Recibir, radicar y despachar oportunamente la correspondencia y demás documentos relacionados con la oficina y controlar el recibo correcto por parte del destinatario.
- Atender las llamadas telefónicas y al público o funcionarios que se presentan a la oficina.
- Redactar la correspondencia que le indique el coordinador administrativo.
- Controlar la existencia de útiles y papelería para la oficina.
- Proyectar y preparar los convenios de carácter institucional.
- Tramitar todas las cuentas pertinentes a la dependencia.
- Colabora en la elaboración de egresos e ingresos.
- Apoyar la implementación del sistema de Control Interno dentro de su dependencia, fomentando la cultura del autocontrol y participando en los programas y eventos que coordine la unidad de control interno.
- Dar respuesta oportuna y veraz a los informes solicitados por el cor. Administrativo.
- Tener disponibilidad permanente para el cumplimiento de sus funciones en caso de emergencia.
- Poner en conocimiento de su superior inmediato las irregularidades o anomalías relacionadas con los asuntos, elementos o documentos que se encuentran bajo su responsabilidad.

- Recibir, modificar inicial y periódicamente la clave de acceso, la cual es personal e intransferible. Responder por todas y cada una de las transacciones realizadas a través de ella.
- Mantener el respeto y la cordialidad en todas las relaciones interpersonales.

OPERARIOS

✓ **Perfil General**

El Operador Logístico es quien abarca diferentes sistemas de gestión como distribución, suministros, control, recepción, fraccionamiento, clasificación, ubicación, pesaje, preparación de los pedidos entre otros. y ejecutar las actividades que le correspondan para el cumplimiento de los procedimientos establecidos en la entidad.

✓ **Educación**

Bachiller, preferiblemente 1 año de experiencia como auxiliar de áreas de operaciones logísticas y eventos.

✓ **Habilidades**

- Procesamiento de pedidos
- Manejo de materiales
- Embalaje
- Almacenamiento
- Servicio al Cliente

✓ **Conocimientos**

- Conocer el tipo de mercado al cual va dirigido nuestro producto
- Manejo de sistemas, tecnología e internet
- Haber ocupado cargos similares.
- Actividades de tipo logístico
- Reglamentación logística.

✓ **Experiencia**

Contar con mínimo con 1 año de experiencia en cargos similares.

Forma de contratación del talento humano

La contratación es un tema vital para mantener los valores y principios de la empresa pues las personas que ingresan deben alinear los propios con los de la compañía, es por eso que cuando se requiere contratación de personal se hace un procedimiento establecido por la psicóloga aliada y a quien contratamos para que haga dicho proceso y así garantizar un buen resultado en la selección del candidato.

Política de recursos humanos

Velar por la integridad de nuestros empleados, brindando beneficios que contribuyan a mejorar su calidad de vida y la de sus familias. Establecer herramientas que le permitan a los empleados llevar a cabalidad el cumplimiento de sus funciones y sobre todo facilitar esa labor para despertar sentimientos de agrado y fidelidad con su trabajo y la organización.

8. COMPONENTE LEGAL

Forma jurídica de formalizar el negocio, Constitución

Actualmente la empresa se encuentra registrada en cámara y comercio por lo tanto el nombre de la empresa es permitido y podemos trabajar con esa razón social. Dentro de las actividades que están allí registradas se encuentran las siguientes:

- Alquiler de equipos y bienes tangibles (7730)
- Servicios de apoyo a las empresas (8299)
- Actividad de espectáculos musicales en vivo (9007) eventos sociales, empresariales, culturales, recreativos y políticos, ferias agroindustriales, festivales municipales.

Debido a las actividades que desarrollamos de logística y montaje de eventos no se requieren permisos especiales de funcionamiento.

Información adicional para tener en cuenta en la constitución de establecimientos dedicados al turismo: Trámites en alcaldía zonal y régimen tributario

9. COMPONENTE FINANCIERO.

Eventos y soluciones logísticas se desarrollara en el sector turismo, generando un excelente servicio que va desde la preventa hasta la postventa, permitiendo que el turista disfrute de un delicioso descanso y confort en sus eventos, para lo cual vemos una oportunidad de negocio.

✓ PLAN DE INVERSIÓN

EVENTOS Y SOLUCIONES LOGISTICAS			
PRESUPUESTO INICIAL DEL PROYECTO EN INSTALACION FISICAS			
ITEM	CANT	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
ARRIENDO OFICINA (Está representada en Meses)	6	\$300.000	\$ 1.800.000
ARRIENDO BODEGA (Está representada en Meses)	6	\$2.500.000	\$ 15.000.000
SILLAS RIMAX	2.000	\$18.000	\$ 36.000.000
MESAS RIMAX	80	\$32.000	\$ 2.560.000
MESAS REDONDAS	50	\$70.000	\$ 3.500.000
TARIMAS	3	\$4.550.000	\$ 13.650.000
JUEGO DE LUCES BASICAS	3	\$5.678.900	\$ 17.036.700
SONIDO BASICO	8	\$350.000	\$ 2.800.000
SONIDO ESPECIALIZADO	3	\$10.000.000	\$ 30.000.000
HIDROLAVADORA	2	\$425.000	\$ 850.000
CARPAS PEQUEÑAS	20	\$1.119.800	\$ 22.396.000
CARPAS GRANDES	10	\$1.450.000	\$14.500.000
CARPAS CIRCULARES	10	\$2.800.000	\$28.000.000
MANTELES	80	\$6.000	\$ 480.000
FALDONES	200	\$12.000	\$ 2.400.000
		Total	\$ 190.972.700

✓ PRESUPUESTO DE VENTAS

Para realizar el presupuesto de ventas armamos dos clases de eventos, uno para empresas, municipios y otro para personas naturales. Aquí también se ve representado lo que significa para nosotros un evento donde tengamos la mayor participación y la idea es lograr dos eventos municipales, departamentales y/o empresariales y 3 eventos para personas naturales cada mes. En caso de que no salgan los eventos como los tenemos aquí estipulados, se pretende obtener la misma utilidad manejando la prestación de productos y servicio por separado.

Evento N° 1 Para empresas, municipios

PRESUPUESTO Y COSTOS SEGÚN EVENTO			
PRUDUCTO Y/O SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
SILLAS RIMAX	2.000	\$ 300	\$ 600.000
MESAS REDONDAS	50	\$3.000	\$ 150.000
TARIMAS	3	\$1.400.000	\$ 4.200.000
JUEGO DE LUCES BASICAS	3	\$200.000	\$ 600.000
CARPAS GRANDES	6	\$80.000	\$ 480.000
CARPAS CIRCULARES	6	\$350.000	\$ 2.100.000
SONIDO ESPECIALIZADO	1	\$5.000.000	\$ 5.000.000
MESEROS	15	\$70.000	\$ 1.050.000
DJ	1	\$250.000	\$ 250.000
PRESENTADOR	2	\$250.000	\$ 500.000
			\$ 14.930.000

Evento N° 2 Para personas naturales

PRESUPUESTO Y COSTOS SEGÚN EVENTO

PRUDUCTO Y/O SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
SILLAS RIMAX	200	\$300	\$ 60.000
MESAS REDONDAS	50	\$3.000	\$ 150.000
TARIMAS	1	\$700.000	\$ 700.000
JUEGO DE LUCES BASICAS	1	\$200.000	\$ 200.000
SONIDO BASICO	1	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
CARPAS CIRCULARES	3	\$350.000	\$ 1.050.000
CARPAS PEQUEÑAS	5	\$ 40.000	\$ 200.000
MANTELES	50	\$ 6.000	\$ 300.000
FALDONES	200	\$ 12.000	\$ 2.400.000
MESEROS	6	\$ 70.000	\$ 420.000
DJ	1	\$150.000	\$ 150.000
MAESTRO DE SEREMONIA	1	\$ 250.000	\$ 250.000
			\$ 9.380.000

De acuerdo a los paquetes presentados anteriormente se proyectan ventas de:

Presupuesto de ventas proyectado a 5 años

#	Ventas Anuales en Pesos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Eventos, Municipales y Empresariales	\$1.209.330.000	\$1.254.120.000	\$1.343.700.000	\$1.433.280.000	\$1.522.860.000
2	Personas Naturales	\$862.960	\$900.480	\$975.520	\$1.050.560	\$1.125.600
	Total Venta en Pesos	\$1.210.192.960	\$1.255.020.480	\$1.344.675.520	\$1.434.330.560	\$1.523.985.600

Si, el inventario que tiene la empresa no cubre los requerimientos para la cantidad de eventos presupuestados, se utilizara la estrategia de aliados estratégicos para conseguir el resto de productos y servicios.

✓ **FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

Flujo del Proyecto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas		0	\$1.210.192.960	\$1.255.020.480	\$1.344.675.520	\$1.434.330.560
Egresos Operativos		\$303.840.000	\$1.070.000.000	\$1.107.520.000	\$1.182.560.000	\$1.257.600.000
Inversión	0	\$-303.840.000	\$140.192.960	\$147.500.480	\$162.115.520	\$176.730.560
Flujo del Proyecto	0	\$-303.840.000	\$140.192.960	\$147.500.480	\$162.115.520	\$176.730.560

Tabla Proyección Gastos Administrativos					
TIPO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nomina	\$168.000.000	\$173.000.000	\$178.190.000	\$183.535.700	\$189.041.771
Honorarios	\$ 6.000.000	\$ 6.180.000	\$ 6.365.400	\$ 6.556.362	\$ 6.753.053
Arriendo	\$ 33.600.000	\$ 34.608.000	\$ 35.646.240	\$ 36.715.627	\$ 37.817.096
Papelería	\$ 1.200.000	\$1.236.000	\$1.273.080	\$1.311.272	\$1.350.611
Aseo	\$1.200.000	\$1.236.000	\$1.273.080	\$1.311.272	\$1.350.611
Servicios	\$2.604.125	\$2.695.269	\$2.776.127	\$2.859.411	\$2.945.193
TOTAL ANUAL	\$275.648.749	\$284.466.657	\$225.523.927	\$232.289.645	\$239.258.334

Tabla Presupuesto General					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	\$696.000.000	\$765.600.000	\$788.568.000	\$835.882.080	\$894.393.826
% CRECIMIENTO		30%	17%	12%	12%
% COSTOS DE EVENTOS	59%	54%	52%	50%	48%
% CRECIMIENTO		18%	11%	8%	8%
COSTOS	\$201.166.495	\$237.619.394	\$264.020.331	\$285.191.165	\$309.379.008
GASTOS DE PERSONAL MOD	\$51.075.063	\$53.118.066	\$55.242.788	\$57.452.500	\$60.845.554
MATERIA PRIMA	\$69.632.925	\$90.534.401	\$106.113.455	\$118.095.430	\$131.487.704

EMPAQUE	\$11.822.570	\$15.263.671	\$17.700.438	\$19.743.168	\$21.981.458
TRANSPORTE	\$32.243.372	\$41.036.952	\$45.979.026	\$49.550.980	\$53.302.988
ARRENDAMIENTOS	\$24.000.000	\$24.840.000	\$25.709.400	\$26.609.229	\$27.540.552
SERVICIOS	\$12.392.564	\$12.826.304	\$13.275.225	\$13.739.858	\$14.220.753
% GASTOS ADMINISTRACIÓN	19%	15%	13%	12%	11%
% CRECIMIENTO		3%	3%	3%	3%
<u>GASTOS DE ADMINISTRACION</u>	\$212.004.125	\$218.967.269	\$225.600.312	\$232.328.022	\$239.258.334
GASTOS DE PERSONAL	\$168.000.000	\$173.000.000	\$178.190.000	\$183.535.700	\$189.041.771
HONORARIOS	\$6.000.000	\$6.180.000	\$6.365.400	\$6.556.362	\$6.753.053
ARRENDAMIENTOS	\$33.000.000	\$34.608.000	\$35.646.240	\$36.715.627	\$37.817.096
SERVICIOS	\$2.604.125	\$2.695.269	\$2.776.127	\$2.859.411	\$2.945.193
UTILES Y PAPELERIA	\$1.200.000	\$1.236.000	\$1.311.272	\$1.330.461	\$1.350.611
ASEO	\$1.200.000	\$1.236.000	\$1.311.272	\$1.330.461	\$1.350.611
DIVERSOS	-	-	-	-	-
% GASTOS DE VENTAS	20%	17%	16%	15%	14%
% CRECIMIENTO		10%	8%	6%	7%
<u>OPERACIONALES DE VENTAS</u>	182.400.000	197.720.000	204.328.700	210.921.355	217.878.761
GASTOS DE PERSONAL	\$168.000.000	\$173.000.000	\$178.190.000	\$183.535.700	\$189.041.771
SERVICIOS WEB	\$2.400.000	\$12.420.000	\$12.854.700	\$13.304.615	\$13.770.276
BOLETIN	\$2.000.000	\$2.200.000	\$2.376.000	\$2.518.560	\$2.694.860
INVERSION EN MARKETING	\$10.000.000	\$10.100.000	\$10.908.000	\$11.562.480	\$12.371.854

✓ ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$1.210.192.960	\$1.255.020.480	\$1.344.675.520	\$1.434.330.560	\$1.523.985.600
Costo de Ventas	\$938.000.000	\$975.520.000	\$1.050.560.000	\$1.125.600.000	\$1.200.640.000
Utilidad Bruta	\$272.192.960	\$279.500.480	\$294.115.520	\$308.730.560	\$323.345.600
Gastos de producción Fijos	\$132.000.000	\$132.000.000	\$132.000.000	\$132.000.000	\$132.000.000
Sueldos de Administración	\$6.000.000	0	0	0	0
Sueldos Comerciales	\$168.000.000	0	0	0	0
Cargas Sociales	\$7.200.000	0	0	0	0
Publicidad	\$1.440.000	0	0	0	0
Fletes	\$3.000.000	0	0	0	0
Impuestos y tasas	\$3.600.000	0	0	0	0
Varios	\$3.000.000	0	0	0	0
Total Otros Gastos	\$324.240.000	\$132.000.000	\$132.000.000	\$132.000.000	\$132.000.000
Utilidad Antes de Intereses e	\$-52.047.040	\$147.500.480	\$162.115.520	\$176.730.560	\$191.345.600
Impuestos					
Intereses	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	\$-52.047.040	\$147.500.480	\$162.115.520	\$176.730.560	\$191.345.600
Impuesto a las Ganancias	0	0	0	0	0
Utilidad Después de Impuestos	\$-52.047.040	\$147.500.480	\$162.115.520	\$176.730.560	\$191.345.600

✓ **BALANCE GENERAL PROYECTADO**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo					
Caja	-\$ 60,768,000.00	-\$ 75,960,000.00	-\$ 101,280,000.00	-\$ 151,920,000.00	-\$ 303,840,000.00
Créditos	\$ 242,038,592.00	\$ 302,548,240.00	\$ 403,397,653.33	\$ 605,096,480.00	\$ 1,210,192,960.00
Productos Terminados	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Materias Primas	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Activo Corriente	\$ 181,270,592.00	\$ 226,588,240.00	\$ 302,117,653.33	\$ 453,176,480.00	\$ 906,352,960.00
Bienes de Uso	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Amortización B. de U.	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Activo No Corriente	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Total Activo	\$ 181,270,592.00	\$ 226,588,240.00	\$ 302,117,653.33	\$ 453,176,480.00	\$ 906,352,960.00
Pasivo	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Proveedores	\$ 187,600,000.00	\$ 234,500,000.00	\$ 312,666,666.67	\$ 469,000,000.00	\$ 938,000,000.00
Sueldos y Cargas	\$ 4,080,000.00	\$ 5,100,000.00	\$ 6,800,000.00	\$ 10,200,000.00	\$ 20,400,000.00
Impuesto a Pagar	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Pasivo Corriente	\$ 191,680,000.00	\$ 239,600,000.00	\$ 319,466,666.67	\$ 479,200,000.00	\$ 958,400,000.00
Prestamos	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Pasivo No Corriente	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Total Pasivo	\$ 191,680,000.00	\$ 239,600,000.00	\$ 319,466,666.67	\$ 479,200,000.00	\$ 958,400,000.00
Patrimonio Neto	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Capital	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Resultado	-\$ 10,409,408.00	-\$ 13,011,760.00	-\$ 17,349,013.33	-\$ 26,023,520.00	-\$ 52,047,040.00
	-\$ 10,409,408.00	-\$ 13,011,760.00	-\$ 17,349,013.33	-\$ 26,023,520.00	-\$ 52,047,040.00
Total Pasivo + PN	\$ 181,270,592.00	\$ 226,588,240.00	\$ 302,117,653.33	\$ 453,176,480.00	\$ 906,352,960.00

✓ **FLUJO NETO DEL PROYECTO**

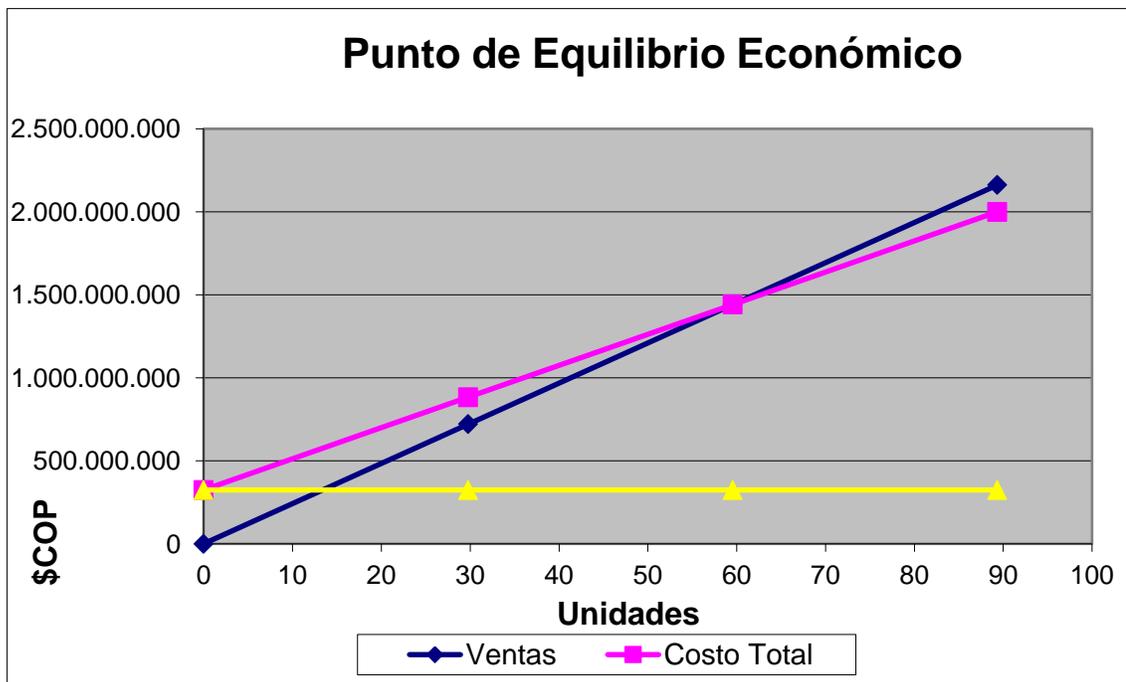
Flujo de Fondos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	0	\$1.210.192.960	\$1.255.020.480	\$1.344.675.520	\$1.434.330.560
Egresos por Compras M.P.	0	\$938.000.000	\$975.520.000	\$1.050.560.000	\$1.125.600.000
Sueldos y Cargas	\$224.400.000	\$63.600.000	\$63.600.000	\$63.600.000	\$63.600.000
Otros Gastos de Producción	\$68.400.000	\$68.400.000	\$68.400.000	\$68.400.000	\$68.400.000
Otros Gastos de Adm. Y Ventas	\$11.040.000	0	0	0	0
Impuesto a las Ganancias		0	0	0	0
Total Egresos Operativos	\$303.840.000	\$1.070.000.000	\$1.107.520.000	\$1.182.560.000	\$1.257.600.000
Diferencia Operativa	\$-303.840.000	\$140.192.960	\$147.500.480	\$162.115.520	\$176.730.560
Inversiones	0				
Flujo Financiero					
Prestamo	0				
Devolución del Prestamo	0	0	0	0	0
Total Flujo Financiero	0	0	0	0	0
Diferencia Ingresos - Egresos	\$-303.840.000	\$140.192.960	\$147.500.480	\$162.115.520	\$176.730.560
Aporte del Emprendedor	0				
Flujo de Fondos	\$-303.840.000	\$-163.647.040	\$-16.146.560	\$-1.531.520	\$160.584.000

✓ **RENTABILIDAD**

Flujo del Proyecto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas		0	\$1.210.192.960	\$1.255.020.480	\$1.344.675.520	\$1.434.330.560
Egresos Operativos		\$303.840.000	\$1.070.000.000	\$1.107.520.000	\$1.182.560.000	\$1.257.600.000
		\$-303.840.000	\$140.192.960	\$147.500.480	\$162.115.520	\$176.730.560
Inversión	0					
Flujo del Proyecto	0	\$-303.840.000	\$140.192.960	\$147.500.480	\$162.115.520	\$176.730.560

✓ **PUNTO DE EQUILIBRIO**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de Equilibrio (Valor Ventas)	\$696.000.000	\$765.600.000	\$788.568.000	\$835.882.080	\$894.393.826
Punto de Equilibrio Eventos paquete	20.812	21.135	21.267	21.252	21.352
Ventas Netas	\$718.968.000	\$788.568.000	\$814.590.744	\$841.472.239	\$923.908.823
# Eventos año proyectado	21.496	26.814	30.043	32.377	34.828



Se observa en el punto de equilibrio que para el primer año este se cumple apenas en 600 oportunidades de eventos sin embargo para los años siguientes se encuentra que con el conocimiento y marketing de los eventos estos irán aumentando cada año y se superara el punto de equilibrio superando en gran medida las expectativas planteadas.