

EXPERIENCIA DE EMPRENDIMIENTO EN LA CREACION DE LA EMPRESA
“EVENTOS Y LOGISTICA MA.F” EN EL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE
EMPRESAS, GIRARDOT.

MARITZA FERNANDA LOZADA ANDRADE

PROYECTO DE GRADO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y

CONTABLESADMINISTRACION DE EMPRESAS

GIRARDOT-CUNDINAMARCA

2023

EXPERIENCIA DE EMPRENDIMIENTO EN LA CREACION DE LA EMPRESA
“EVENTOS Y LOGISTICA MA.F” EN EL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE
EMPRESAS, GIRARDOT.

MARITZA FERNANDA LOZADA ANDRADE

PROYECTO DE GRADO

DIEGO ARMANDO CASTRO MUNAR

DIRECTOR

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES

ADMINISTRACION DE EMPRESA

GIRARDOT-CUNDINAMARCA

2023

Tabla de contenido

Lista de ilustraciones.....	7
Lista de tablas	8
1. TITULO	9
2. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	10
2.1 Área de investigación.....	10
2.2 Línea de investigación.....	10
2.3 Programa	10
3. FORMULACION DE PROBLEMA	11
3.1 Descripción del problema	11
3.2 Formulación del problema	12
4. OBJETIVOS.....	13
4.1 Objetivo general	13
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
5. JUSTIFICACION	14
6. MARCO REFERENCIAL.....	16
6.1 Marco Teórico.....	16
6.1.1 Empresas familiares: Conceptos, teorías y estructuras	16
6.1.2 Marco teórico fundamental: la esencia de una familia empresarial:	16
6.1.3 Emprendimiento en Colombia, principales dificultades y consideraciones para sortearlas.....	17
6.1.4 Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios: una aproximación teórica.....	17
6.1.5 Las áreas funcionales de la empresa.....	18
6.1.6 La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial	18
6.2 Marco De Antecedentes.....	18
Emprendimientos creados dentro de la Universidad de Cundinamarca:.....	19
6.3 Marco Conceptual	21
6.4 Marco Legal.....	22
6.5 Marco Geográfico.....	23
6.5.1 Macro Localización.....	24
6.5.2 Micro Localización.....	25

7. DISEÑO METODOLÓGICO	26
7.1 Tipo De Investigación	26
7.2 Enfoque De Investigación:	26
7.3 Método De Investigación	26
7.4 Técnicas De Recolección	27
7.5 FUENTES DE INFORMACIÓN	27
7.5.1 Fuentes primarias	27
7.5.2 Fuente secundarias	27
7.6 Población	28
7.7 Muestra	28
7.8 Resultados	31
7.9 Recursos Humanos	39
7.10 Recursos materiales	39
7.11 Recursos Institucionales	39
7.12 Recursos Financieros	40
8. PROCESOS DE CREACIÓN Y GESTIÓN DESDE LA IDEA DE NEGOCIO HASTA LA CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA EVENTOS Y LOGISTICA MA.F	41
8.1 Antecedentes E Idea De Negocio Eventos Y Logistica Ma.F	41
8.2 Creación De Eventos Y Logistica Ma.F	41
8.3 Generalidades De La Empresa Eventos Y Logistica Ma.F	43
8.4 Servicios	43
8.4.1 Fiestas Infantiles	43
8.4.2 Decoraciones	43
8.4.3 Bodas Y 15 Años.....	44
8.4.4 Sonido	44
8.4.5 Alquiler.....	44
8.5 Negocio	44
Misión	44
Visión	44
9. HERRAMIENTAS EXPERIENCIAS O ACTIVIDADES BRINDADAS POR EL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS PARA LA IDEACIÓN / CREACIÓN DE EVENTOS Y LOGISTICA MA.F	48

9.1 Núcleos Temáticos	48
9.2 Expoucundinamarca	54
9.3 Citgo	56
10. PLAN DE INVERSIÓN PARA EL CRECIMIENTO DE LAS ÁREAS OPERATIVAS DE LA EMPRESA EN LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS.	59
10.1 Objetivos Del Plan De Inversión	59
10.2 Estrategias	59
11. PROYECCION DE EVENTOS Y LOGISTICA MA.F.....	60
12. PROYECCION FINANCIERA.....	61
12.1 Balance General	61
12.3 Flujo De Caja	63
13. IMPACTO.....	63
13.1 Económico	63
13.2 Social	63
13.3 Ambiental	64
14. MATRIZ DE RIESGOS Y PELIGROS.....	65
Fuente; Elaboración propia	66
15. ESTANDARES MINIMOS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	67
16. PLAN DE MEJORA	68
17. MARKTING ONLINE.....	69
18. EXPERIENCIA CREACION DE EMPRESA.....	71
19. CONCLUSIONES.....	72
20. RECOMENDACIONES.....	73
21. BIBLIOGRAFIA.....	74

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Ubicación de Girardot	24
Ilustración 2 Micro localización.....	25
Ilustración 3	32
Ilustración 4	33
Ilustración 5	34
Ilustración 6	34
Ilustración 7	35
Ilustración 8	36
Ilustración 9	36
Ilustración 10	37
Ilustración 11	38
Ilustración 12 Evolución	42
Ilustración 13 Imagen corporativa	45
Ilustración 14 Punto físico	45
Ilustración 15 Diagrama de Pareto	49
Ilustración 16 Factura.....	51
Ilustración 17 Propuesta de valor	52
Ilustración 18 Ciclo de vida del producto	53
Ilustración 19 Cadena de suministro	54
Ilustración 20 . Algunos eventos	55
Ilustración 21 Eventos.....	55
Ilustración 22 Asesoría recibida	57
Ilustración 23 Modelo canvas.....	57
Ilustración 24. Matriz de riesgo (Se anexa Excel)	65
Ilustración 25. Estándares mínimos del SG-SST	67
Ilustración 26. Pagina instagram.....	69
Ilustración 27. Pagina Google.....	69
Ilustración 28. Contenido Instagram.....	69

Lista de tablas

Tabla 1. Muestra de la cantidad de encuestas	28
Tabla 2. Participación acumulada	49
Tabla 3 Inversión a 5 años	59
Tabla 4 Inversión emergencia	60
Tabla 5. Estado de situación financiera	61
Tabla 6. Estado de resultados	62
Tabla 7. Flujo de caja	63

1. TITULO

**EXPERIENCIA DE EMPRENDIMIENTO EN LA CREACION DE LA EMPRESA
“EVENTOS Y LOGISTICA MA.F” EN EL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE
EMPRESAS, GIRARDOT.**

2. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Área de investigación

Gestión de las organizaciones y sociedad.

2.2 Línea de investigación

Emprendimiento

2.3 Programa

La investigación está contenida dentro del programa Administración de Empresas.

3. FORMULACION DE PROBLEMA

3.1 Descripción del problema

El emprendimiento se ha considerado en los últimos años un área de gran valor en la sociedad colombiana generando sostenibilidad y nuevas fuentes de economía al país, puesto que la raíz de las necesidades o problemáticas de las personas surgen nuevas ideas paracreación de empresas. A su vez, el desempleo representa una problemática de gran relevancia, ya que impulsa a las personas a explorar opciones que les permitan generar ingresos necesarios para su sustento. Esto, a su vez, fomenta la concepción de ideas innovadoras con el objetivo de mejorar su situación económica.

Teniendo en cuenta que la creación de nuevas empresas es una de las claves para el crecimiento de la economía, pero ante la coyuntura de la pandemia del covid-19, uno de los temas que más preocupa es la supervivencia de las compañías existentes. De acuerdo con INNPULSA, en los últimos cinco años se han creado en promedio 283.000 empresas por año, pero según el Boletín Analítica, un reporte presentado recientemente por la entidad, al tercer año de operación solo 63,4% de las empresas creadas en Colombia sobrevive en el mercado, cifra que desciende a 54,3% en el quinto año y a 40,5% al término de una década.¹

Sin embargo, el emprendimiento en Colombia también enfrenta desafíos significativos. La incertidumbre económica, la competencia en el mercado y la falta de acceso a financiamiento adecuado pueden dificultar la supervivencia y el crecimiento de nuevas empresas. La falta de experiencia empresarial y la limitada educación en emprendimiento en algunas regiones pueden actuar como obstáculos para el desarrollo sostenible de empresas emergentes, como lo que

¹ López, Julián. 2021. Recuperado de <https://juliandavidlopez.com/blog-el-emprendimiento-alternativa-al-desempleo/>

pudo haber enfrentado "Eventos y Logística MAF". Además, la informalidad y la falta de regulación en ciertos sectores pueden generar inestabilidad y limitar la capacidad de las empresas para competir en igualdad de condiciones.

Cabe resaltar que la Universidad de Cundinamarca busca promover la creación de empresas desde las herramientas y habilidades que se enseñan en el programa, logrando generar un desarrollo al progreso personal, regional y nacional.

Entre los núcleos temáticos relacionados al emprendimiento dirigidos por la universidad esta: Proyecto de Empresa. Formulación y Evaluación de proyectos, Mercadotecnia, Innovación y creatividad, Gerencia de mercados, y a su vez con el apoyo brindando con la unidad denominada "Campo de emprendimiento e innovación" (CITGO) que fue fundada en el año 2016, la cual busca apoyar las ideas de negocios de los estudiantes, egresados y comunidad en general mediante asesorías, capacitaciones y mentorías

Teniendo en cuenta lo anterior, la Universidad de Cundinamarca en la seccional Girardot ha logrado direccionar y propiciar a diferentes emprendimientos a su desarrollo, evolución y posicionamientos, como lo son: Topitop A&L, Pincel y chocolate, Marketing y finanza, Bariloche, mom pets, gourmet, entre otros.

3.2 Formulación del problema

¿Qué impacto generó los aportes teóricos y prácticos brindados por la Universidad de Cundinamarca a la evolución y posicionamiento de la empresa Eventos y logística Ma.F en Girardot y sus alrededores.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Determinar los aportes académicos del programa de administración de empresas en la creación y funcionamiento de la organización eventos y logística Ma.F.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir la línea cronológica de la evolución en la organización.
- Reconocer los diferentes aportes teóricos y prácticos desde los ejes temáticos a partir de la perspectiva financiera, mercadeo, innovación, recursos humanos para la búsqueda constante de la creatividad
- Presentar un plan de inversión para el crecimiento de las áreas operativas de la empresa en los próximos 5 años.
- Aplicar planes de mejora de acuerdo a la encuesta de impacto en nuestros clientes.

5. JUSTIFICACION

Actualmente, las universidades buscan que los estudiantes conciban al emprendimiento como herramienta estratégica a la hora de establecer un negocio o proyecto por cuenta del estudiante, puesto que genera nuevos pensamientos de negocios de acuerdo a las necesidades del entorno. Es por eso que en la universidad de Cundinamarca fortalece el emprendimiento e innovación para la vida con el fin de contribuir a los actores académicos (estudiantes y docentes) a que vivan experiencias y resuelvan problemas de su contexto socioeconómico y organizacional mediante el diseño e ideas innovadoras.

El documento es objeto de estudio y busca mostrar la importancia de las experiencias vividas en la academia aportando a la evolución y desarrollo del negocio permitiendo así una evolución óptima, productiva al igual que su crecimiento económico. Teniendo en cuenta las ideas de los emprendedores Udecinos. Es por esto que la justificación visionada por la Universidad de Cundinamarca (GEM, 2020). en este tema plasma la siguiente referencia teórica: Al comprender el emprendimiento como un fenómeno social, vale la pena analizar el concepto del GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Según esta concepción se percibe el emprendimiento como un fenómeno complejo, que a su vez es un proceso, que refiere a los requisitos personales del emprendedor tales como: la motivación, innovación, competitividad y aspiraciones de alto crecimiento, propia de los desarrolladores de las iniciativas empresariales. (Universidad de Cundinamarca, 2020).

Se logra mostrar la importancia de los conocimientos aplicados en la academia tanto teóricos y prácticos, para la ejecución de la organización y su buen desarrollo empresarial en la región, logrando un posicionamiento en el área de entretenimiento. A su vez fortalecer el emprendimiento en la universidad, dando a conocer los frutos que da el ser dueños de nuestros propios negocios en base a

las herramientas brindadas por la academia.

Mediante encuestas, recopilación de datos, conocimientos teóricos e históricos y a su vez guiados al enfoque mixto el presente trabajo da a conocer la investigación plasmada a la experiencia que ha generado el crear emprendimiento en base a las herramientas orientadas durante el proceso académico.

Cabe resaltar su principal beneficiado al desarrollo de este documento es la organización “Eventos Ma.F” ya que le genera un valor agregado a la misma y posicionamiento, de igual forma a la universidad porque demuestra que más estudiantes están siendo visionados al emprendimiento y por último a la región porque aumenta la economía local y regional.

Engrosando lo anterior, como generalidad se logra tener un impacto para la evolución del negocio debido a que se conoce más a fondo como está definida la organización tanto interna como externamente, logrando así un fortalecimiento profesional a su representante legal y colaboradores.

6. MARCO REFERENCIAL

6.1 Marco Teórico

El trabajo que es objeto de estudio busca aportes académicos de la Universidad de Cundinamarca del programa de administración de empresas para la creación y funcionamiento de la empresa Eventos y Logística Ma.F, mediante el apalancamiento de las siguientes teorías que se plasman a continuación:

6.1.1 Empresas familiares: Conceptos, teorías y estructuras

La empresa familiar también puede definirse como un tipo de unidad empresarial que suele operar a partir de la disponibilidad de capital y trabajo de origen familiar o doméstico, y en la cual las relaciones laborales presentan elementos diferenciadores con respecto a otro tipo de organizaciones empresariales. Soto Maciel (2013), la define como aquella compañía donde la mayoría de los votos está en manos de la familia controladora, incluyendo al fundador, el cual busca heredar la empresa a sus descendientes, obligándolos a conservar las raíces y los valores que permitan mantener la unidad familiar a través del patrimonio (Steckerl, 2006).²

6.1.2 Marco teórico fundamental: la esencia de una familia empresarial:

Esta teoría se sustenta y origina en los dos grandes sistemas que compone la realidad: familia y empresa, siendo a partir de ellos de donde nacen lo que nosotros denominamos los elementos esenciales de una familia empresaria: visión, liderazgo y cultura familiar: los cuales, por su transcendencia e impacto en el desarrollo

² Quejada Perez, R, F..., Avila Gutierrez, J,N, (2016) empresas familiares: conceptos, teorías y estructura, recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n81/n81a08.pdf>

empresarial, se convierten en las tres claves de éxito de una familia empresaria en el mundo de los negocios.³

6.1.3 Emprendimiento en Colombia, principales dificultades y consideraciones para sortearlas

El emprendimiento en Colombia actualmente se visualiza como una gran alternativa para la dinamización económica del país, sin embargo, las condiciones de soporte no se están brindando y no garantizan la sostenibilidad de los nuevos negocios creados, reflejado en una tasa de mortalidad del 40% en el primer año y del orden del 80% en los primeros tres años; de igual forma, otro de los factores de fracaso empresarial es la deficiente formación emprendedora en los diferentes niveles educativos del país².

6.1.4 Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios: una aproximación teórica

El emprendimiento es un factor clave para el surgimiento de las empresas, considerando que el ser emprendedor está ligado a ser innovador, esto se suscribe como un hecho cultural donde el ser humano logra su desarrollo como individuo, a la vez que su entorno empresarial termina proporcionándole beneficios para su crecimiento personal y profesional.⁴

³ Enrique Mendoza, Y (2021) Marco teórico fundamental: la esencia de una familia empresaria, recuperado de <https://vlex.com.co/vid/marco-teorico-fundamental-esencia-879134434>

6.1.5 Las áreas funcionales de la empresa

En cualquier empresa podemos diferenciar las distintas áreas o funciones en que se divide su actividad. Cada una de ellas tiene un fin específico, desde la forma de captar los recursos para producir los bienes, la organización del personal, la investigación, el marketing hasta la dirección, pero a la vez todas tienen el mismo objetivo final, que es realizar con éxito el proyecto empresarial.⁵

6.1.6 La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial

La creación de empresas a partir de planes de negocios está tomando cada vez más fuerza en Colombia. Desde esta perspectiva, se deben revisar algunos elementos que hacen parte de este proceso de planeación empresarial, específicamente, en lo referente a la planeación financiera y su incidencia en la construcción del denominado estudio financiero o plan financiero que hace parte del plan de negocio.⁶

6.2 Marco De Antecedentes

La palabra “entrepreneur”, por tanto, se traduce como pionero, o persona con la capacidad para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo. Estas descripciones son las que se designan a aquellas personas innovadoras que inician un nuevo proyecto sin importar las adversidades.

⁵ Pérez Gregorio, M. G. (2016), Las áreas funcionales de una empresa. Publicaciones didácticas. Recuperado <https://core.ac.uk/download/pdf/235860095.pdf>

⁶ Centro de investigaciones, Universidad Militar Nueva Granada, (2010), recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052010000100011

Si retomamos un poco de historia y a la misma sociología, podríamos deducir que el emprendimiento ha existido desde los orígenes de la historia de la humanidad, teniendo en cuenta que, desde los inicios, el descubrimiento era una necesidad imprescindible para asegurar la supervivencia. Desde entonces, el ser humano siempre ha luchado por superarse, mejorar y evolucionar para proveer una mejor calidad de vida a próximas generaciones.⁷

Estados Unidos es un claro ejemplo de capacidad innovadora. Alfred Chandler, en su libro *Una nación transformada por la información*, describe la obsesión del estadounidense desde la colonia por mantenerse informado. El sistema postal creado permitió entregar el periódico y correo puerta a puerta. Para fines del siglo XVIII, ese país tenía algunas publicaciones entre diarios y revistas. El telegrama y teléfono, creados en el siglo XIX, En la primera mitad del XX, nació la máquina de escribir y la televisión y en la segunda mitad, el telex, computadora, fax, televisión por cable e Internet. Ese país no se quedó con la paloma mensajera, con el transcurso del tiempo fue encontrando medios más veloces para transmitir información y lo lograron.

La breve narración de la evolución histórica del emprendimiento tiene algo en común. El ser humano funciona con base a incentivos; si están disponibles hay progreso humano, si se coartan prevalece el estancamiento o atraso.⁸

Emprendimientos creados dentro de la Universidad de Cundinamarca:

Pincel y chocolate: Es una familia que cuenta con 6 años de experiencia en el mercado, cuidando el bienestar de uñas, cuerpo y piel; ofrece servicios

⁷ La comunidad. 2022. Recuperado <https://lacomunidad.co/noticias/origen-de-la-palabra-emprendimiento/>

⁸ Arasemena, G. (2010). *Emprendimiento y desarrollo*. Recuperado de file:///c:/users/hp/downloads/emprendimiento_y_desarrollo.pdf

personalizados de alta calidad en un ambiente relajante. Hemos diseñado junto a un equipo de trabajo en bellezay estética, tratamientos para revitalizar la mente y cuerpo.⁹

Topitop: un emprendimiento de moda femenina creado en el 2019 por Laura Triana y Alejandra Malagón, durante los años se ha esforzado por crecer en un mercado competitivo, ha usado las diferentes herramientas, actividades y experiencias brindadas por la universidad de Cundinamarca de Girardot en el programa de administración de empresas.¹⁰

Mini Market Bar Los Naranjos: A través de la implementación de recomendaciones estratégicas, se busca mejorar la oferta de productos y servicios, mantenerse al tanto de las necesidades cambiantes de los clientes, fomentar la innovación, promover la fidelización de clientes y establecer una sólida presencia en redes sociales. Para lograr esto, se recomienda que el mini mercado evalúe y fortalezca su oferta de productos y servicios, identificando los aspectos que lo diferencian de la competencia y comunicándolos de manera efectiva.¹¹

H & D Eventos Recreación y Turismo: Es un proyecto de empresa que compacta una serie de recursos tanto humanos como materiales en un solo sitio, con el fin de ser la mejor opción al momento de organizar eventos.¹²

Arabesco's Design: Es una microempresa que lleva poco tiempo en la industria de la moda, pero que ha demostrado en su corta trayectoria tener las capacidades de innovar y ofrecer a los clientes productos con su toque personal logrando marcar la diferencia frente a su competencia esta lleva 5 años en el mercado diseñando,

⁹ Ruiz Alfonso, A.R. (2019). Evolución y proyección de "pincel y chocolate" un caso de emprendimiento gestado en la Universidad de Cundinamarca". Recuperado. <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/2118>

¹⁰ Triana Cruz, L. C., Malagón Calderón, R.A. (2022). Experiencia y creación de emprendimiento "Topitop a&I" a través de las herramientas académicas brindadas por el programa de administración de empresas en la universidad de Cundinamarca. Recuperado <https://hdl.handle.net/20.500.12558/4656>

¹¹ SALGADO C., LUZ A., 2016. Recuperado de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/413?show=full>

¹² SALGADO C., LUZ A., 2016. Recuperado de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/413?show=full>

confeccionando y comercializando vestidos de baño, prendas de vestir femeninas y accesorios.¹³

Tangara: Es una marca con espíritu joven que se dedica al diseño de sus productos con sus respectivos estampados para así ofrecer prendas que transmiten experiencias diferenciadoras y únicas; esto genera exclusividad en los diseños puesto que se cuenta con los factores excepcionales haciendo la marca diferente a las demás del mercado.¹⁴

Mompets Gourmet: Es una empresa innovadora en repostería, producen transmiten experiencias diferenciadoras y únicas; esto genera exclusividad en los diseños puesto que se cuenta con los factores excepcionales haciendo la marca diferente a las demás del mercado.¹⁵

6.3 Marco Conceptual

Emprendimiento: Es un negocio que surge a partir de una persona o grupo de personas que tienen un espíritu inquieto, que buscan poner en juego su creatividad y ven la oportunidad de ofrecer una solución diferente a una necesidad existente, asumiendo diferentes riesgos.¹⁶

Creación de empresa: Crear empresa comienza con la concepción de una idea de negocio y la toma de decisiones consecuentes. Para determinar la viabilidad de la idea es necesario estudiar con detenimiento todos los elementos que implican su puesta en marcha, tales como: las condiciones del mercado, las necesidades que el producto o servicio va a solucionar y la propuesta de valor que vas a ofrecer a

¹³ SALGADO C., LUZ A., 2016. Recuperado de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/413?show=full>

¹⁴ GODOY Y., F. H., 2020. Socialización De La Experiencia En La Creación De La Empresa Tangara Swimwear En La Ciudad De Girardot. UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

¹⁵ GODOY Y., F. H., 2020. Socialización De La Experiencia En La Creación De La Empresa Tangara Swimwear En La Ciudad De Girardot. UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

¹⁶ Quickbook en español. (2023) Recuperado <https://quickbooks.intuit.com/global/resources/es/emprendimiento/que-es-emprendimiento/>

los clientes, entre otras.¹⁷

Valor agregado: Es aquella característica o servicio extra con el que cuenta un producto. El valor agregado permite dar un mayor valor comercial a un bien; generalmente mediante un elemento clave de diferenciación respecto a los competidores.¹⁸

GEM: Describe al emprendedor y su entorno y ayuda a identificar los factores que incrementan los niveles de emprendimiento. Los resultados constituyen una valiosa herramienta de comparación entre países.¹⁹

Innpulsa: Es la agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional junto al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ejecutamos e integramos la estrategia nacional para la reindustrialización y el cierre de brechas sociales y territoriales, a través del emprendimiento, la innovación, el desarrollo de la economía popular y el fortalecimiento de las MiPymes colombianas.²⁰

Plan de inversión: Como la estructuración y el análisis de todo lo que se necesita para efectuar una inversión. En otras palabras, son las estrategias que permiten a los inversores considerar todas las variables. De esta manera, como inversionista puedes medir la cantidad de capital que puedes invertir mientras cumple con tus otras obligaciones financieras.²¹

6.4 Marco Legal

LEY 2069 DE 2020: La presente Ley tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y

¹⁷ Bancolombia. (2022) Recuperado <https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/legal-y-tributario/como-constituir-tu-empresa>.

¹⁸ Universidad de Guadalajara. (2021) Recuperado

<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2972/1/Valor%20agregado%20y%20propuesta%20%C3%BAnica%20de%20valor.pdf>

¹⁹ GEM. Centro de emprendimiento. Recuperado <https://gem.ufm.edu/que-es-gem/#:~:text=El%20GEM%20a%20trav%C3%A9s%20de,herramienta%20de%20comparaci%C3%B3n%20entre%20pa%C3%ADses.>

²⁰ Innpulsa. Agenda de emprendimiento e innovación del Gobierno nacional. Recuperado <https://www.innpulsa.com/nosotros/>

²¹ Jesus M. Plan de inversión ¿Qué es y por qué es tan útil este instrumento?. Recuperado

<https://economia3.com/plan-de-inversion/>

sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad²²

LEY 1014 DE 2006: La presente ley tiene por objeto: a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley. b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas²³.

LEY 590 DE 2000: Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.²⁴

6.5 Marco Geográfico

Nombre del municipio: Municipio de Girardot

NIT: 890680378-4

Código Dane: 25307 Gentilicio: Girardoteño

Otros nombres que ha recibido el municipio: La Chivatera, La Ciudad de las Acacias, Puerto del río grande de la Magdalena.

Población de la conurbación Girardot, Flandes y Ricaurte: 184.075 habitantes.

Límites del municipio: Limita al norte con el municipio de Nariño y Tocaima, Al sur con el municipio de Flandes y el Río Magdalena, Al oeste con el río Magdalena y el

²² Gobierno de Colombia, recuperado de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966>

²³ Minciencias, recuperado de: <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

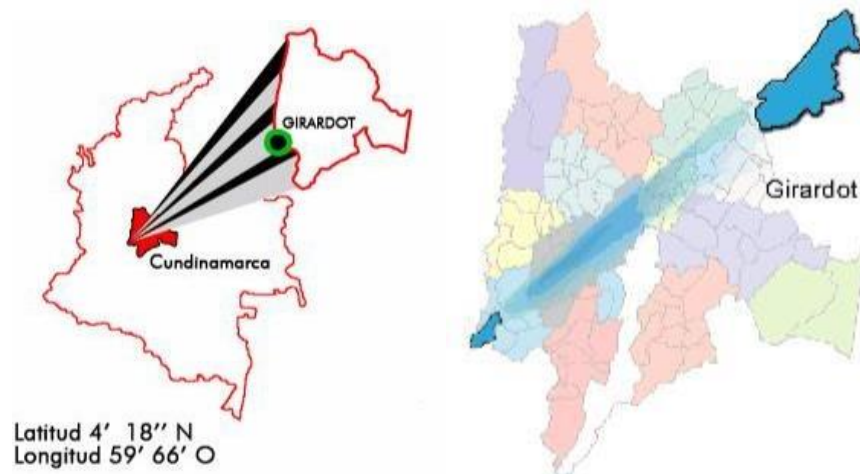
²⁴ Gobierno de Colombia, recuperado de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>

municipio de Coello, y al este con el municipio de Ricaurte y el Río Bogotá.²⁵

6.5.1 Macro Localización

“Eventos & Logística Ma.F se encuentra ubicado en el municipio de Girardot, Cundinamarca del cual es perteneciente a la provincia del Alto Magdalena, al que es capital. Está ubicado a 134 km al suroeste de Bogotá. Es un de los municipios más importantes de Cundinamarca por su población, economía y afluencia turística.

Ilustración 1 Ubicación de Girardot



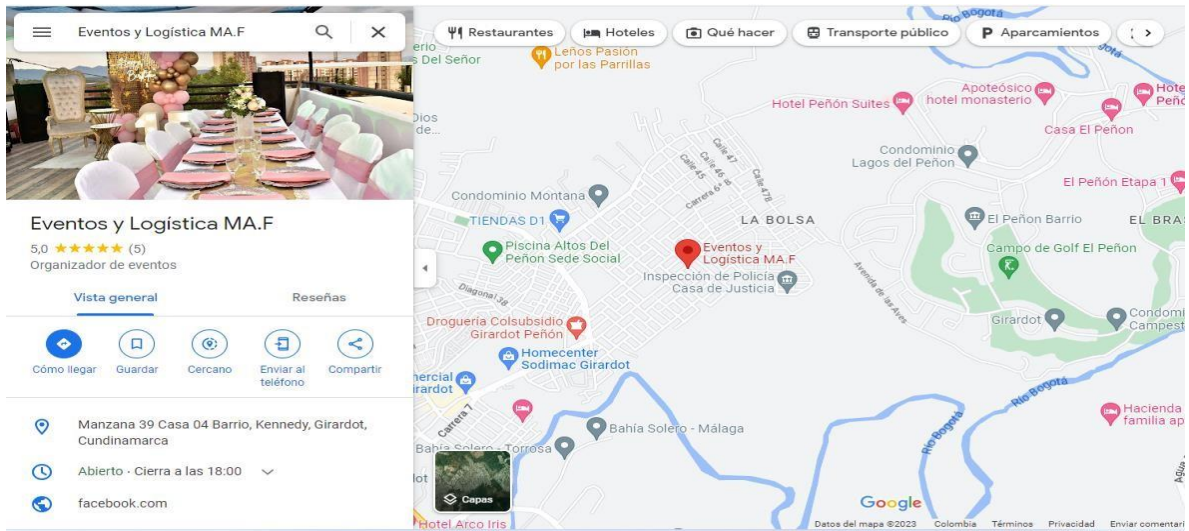
Fuente: <https://www.girardotcundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Galeria-de-Mapas.aspx>

²⁵ Alcaldía municipal de Girardot, Cundinamarca. Recuperado de <https://www.girardot-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>

6.5.2 Micro Localización

Eventos Ma.f se encuentra ubicado en la ciudad e Girardot en el barrio Kennedy (Manzana 39 casa 4) es de fácil ubicación y tránsito vehicular dado que se encuentra sobre toda la avenida principal.

Ilustración 2 Micro localización



Fuente: Google maps.

7. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1 Tipo De Investigación

Descriptiva, ya se conocen las características del fenómeno en este caso las experiencias, vivencias y actividades para la creación de emprendimiento y lo que se busca, es exponer su presencia en un determinado grupo humano. Se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación.²⁶ Este tipo de investigación ayuda a la recopilación de información que puede ser cuantificable para utilizarla en análisis estadísticos.

7.2 Enfoque De Investigación:

Mixta

Esta clase de investigación, también llamada metodología mixta, se define por el hecho de un diseño de investigación en la cual se recolectan, analizan y combinan datos cuantitativos y cualitativos en un único estudio o en un programa de investigación multifase.²⁷ Este enfoque sirve a la investigación del proyecto porque combina los métodos cualitativos y cuantitativos permitiendo un mejor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

7.3 Método De Investigación

²⁶ QuestionPro, recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>

²⁷ USAC, <https://digi.usac.edu.gt/sitios/capacitaciones2017/xela2017/presentaciones/MetodosPlanRegionalSandra.pdf>

Deductivo-inductivo

Se utiliza los dos tipos de métodos, puesto que se abarca tantas conclusiones en general como conclusiones de un desarrollo específico. Esta combinación de los dos métodos sirve a la investigación del proyecto debido a que permite establecer un vínculo de unión entre teoría y observación, alcanzando un mejor análisis del objeto de estudio

7.4 Técnicas De Recolección

Encuestas: Dirigida a los clientes para conocer su punto de vista sobre la evolución de la empresa.

Observación: Directa.

7.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

7.5.1 Fuentes primarias

Como fuentes primarias, se tuvo en cuenta los clientes, empleados y directivos de la organización, para obtener la información pertinente, además de información ya establecida por la organización.

7.5.2 Fuente secundarias

Se recurrió a información brindada por la academia en sus diferentes núcleos, y a su vez en libros de diferentes publicaciones, artículos científicos revistas, páginas web, entre otras.

7.6 Población

Clientes, colaboradores y directivos de la organización “Eventos y logística Ma.F”.

7.7 Muestra

153 encuestas.

Tabla 1. Muestra de la cantidad de encuestas

Parametro	Insertar Valor
N	250
p	0,5
q	0,5
e	5%
z	1,96

Para poder conocer la experiencia y percepción de los clientes y colaboradores de la empresa Eventos y Logística Ma.F , realizamos una encuesta según la muestra arrojada en el marco metodológico a 150 participantes, con el fin de conocer su punto de vista de la evolución de la empresa durante el proceso académico en la Universidad de Cundinamarca.

ENCUESTA

1. Indíquenos por favor su genero

- Femenino
- Masculino

2. Indíquenos por favor su rango de edad

- 18- 27 años
- 27 – 40 años
- 40 – 60 años

3. Indíquenos por favor su estrato socioeconómico

- Estrato 1
- Estrato 2
- Estrato 3
- Estrato 4
- Estrato 5 o mas

4. Del portafolio de servicio que le ha brindado la empresa Ma.F cual es que más ha utilizado

- Fiestas infantiles
- Decoraciones
- Animación y sonido
- Paquete todo incluido

- Alquileres

- Bodas

5. ¿Cuántas veces ha utilizado los servicios de eventos Ma.F?

- Una sola vez
- Dos a tres veces
- Siempre que requiera algún evento

6. Marque de 1 a 5 como le ha parecido la experiencia en el servicio de eventos Ma.F. Siendo 1 muy mala y 5 excelente

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

7. Cuando utilizó por primera vez el servicio de eventos Ma.F por ¿cuál medio se enteró?

- Redes sociales
- Punto físico
- Voz a voz

8. Señor usuario, desde su punto de vista cual es la capacidad de gestión de la administradora de eventos Ma.F

- Es profesional en su trabajo
 - Busca soluciones e ideas a la hora de hacer un evento
 - Tiene buena calidez humana y atención al cliente
 - Le falta más entrega y profesionalismo
9. Teniendo en cuenta su punto de vista cuales variables hacen diferente a la empresa eventos Ma.F frente a otras empresas de eventos.
- Calidad
 - Puntualidad
 - Cumplimiento
 - Profesionalismo
10. Marque del 1 a 5 ¿qué evaluación ha tenido la empresa en el recurso físico y humano a la hora del desarrollo de un evento? Siendo 1 muy poco y 5 bastante
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5

7.8 Resultados

Después de haber encuestado 153 clientes de la empresa Eventos y Logística Ma.F, se llevó a cabo la organización de las encuestas y posteriormente la tabulación de la información. Seguidamente se detallan cada una de las

preguntas contestadas por los encuestados junto a los respectivos diagramas de porcentaje para ser analizado y determinar la experiencia de cada cliente con respecto a cada evento y como ha percibido la evolución de la empresa con base en las herramientas brindadas por la Universidad de Cundinamarca para la creación y desarrollo de emprendimiento.

A continuación, se presentan los resultados arrojados por las encuestas según la pregunta generada.

1. Indíquenos por favor su genero

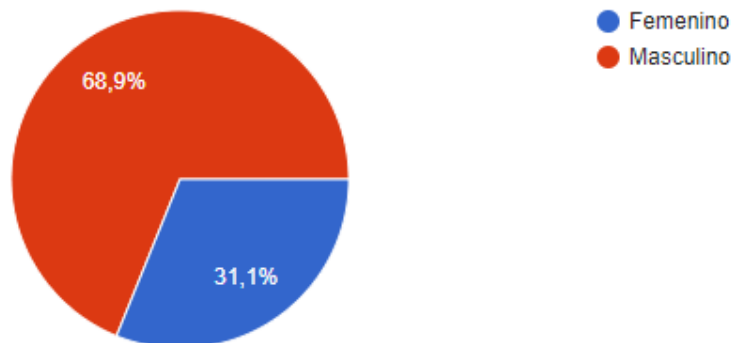
_____ Masculino _____ Femenino

Esta pregunta es indispensable para conocer cuáles son aquellas personas que más acceden a los servicios para organización de eventos, en donde se evidencia que con un 68% los hombres son el mayor porcentaje de personas que han realizado un evento con la empresa.

Ilustración 3

Indíquenos por favor su genero

151 respuestas



2. Indíquenos por favor su rango de edad.

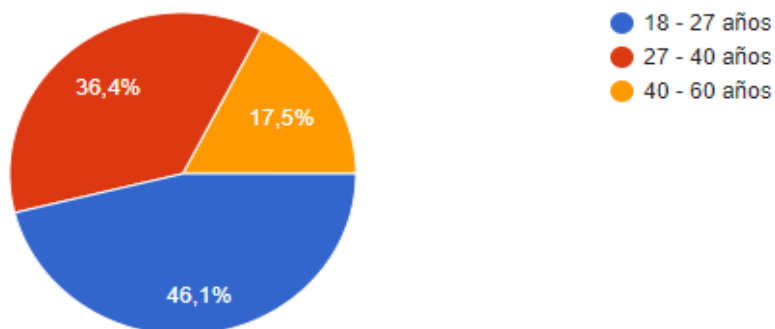
___ 18 – 27 años ___ 27 – 40 años ___ 40 – 60 años

Con esta pregunta se observó que el rango de personas que más realizan eventos son personas jóvenes con un 46,1% donde se debe tener en cuenta cada vez más la innovación y tendencias.

Ilustración 4

Indíquenos por favor su rango de edad

154 respuestas



3. Indíquenos por favor su estrato socioeconómico

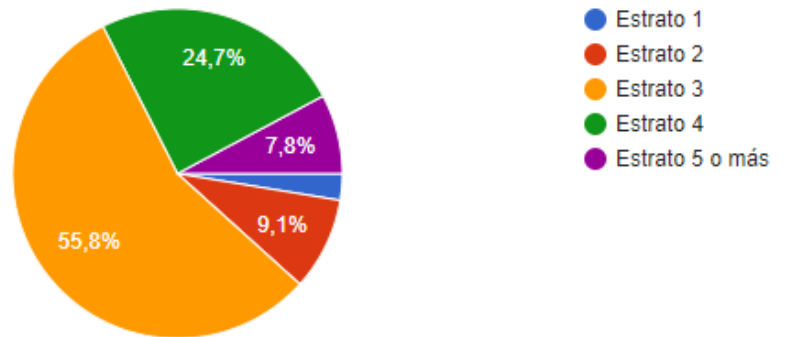
___ Estrato 1 ___ Estrato 2 ___ Estrato 3 ___ Estrato 4 ___ Estrato 5 o mas

En esta tercera preguntas de las 154 personas encuestadas se evidencia que el 55,8% de los clientes son de estrato 3, le sigue el estrato 4 con un 24,7% siguiente el estrato con 9,1% es el estrato 2 y el que menor porcentaje obtuvo fue el 1 estrato, es decir, el promedio de clientes de Eventos Ma.F se posiciona en el rango socioeconómico común.

Ilustración 5

Indíquenos por favor su estrato socioeconómico

154 respuestas



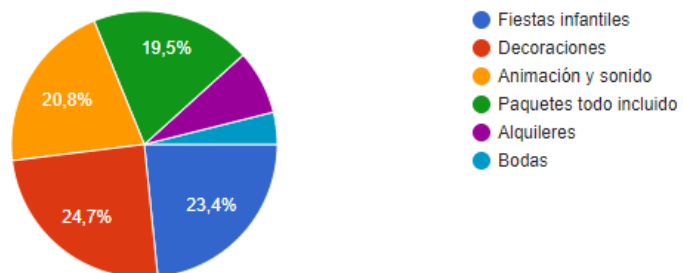
4. Del portafolio de servicio que le ha brindado la empresa ma.f cual es que más ha utilizado.

___ Fiestas infantiles ___ Decoraciones ___Animación y sonido
 ___Paquete todo incluido ___Bodas ___Alquileres

Ilustración 6

Del portafolio de servicio que le ha brindado la empresa Eventos Ma.f cual es el que mas ha utilizado

154 respuestas



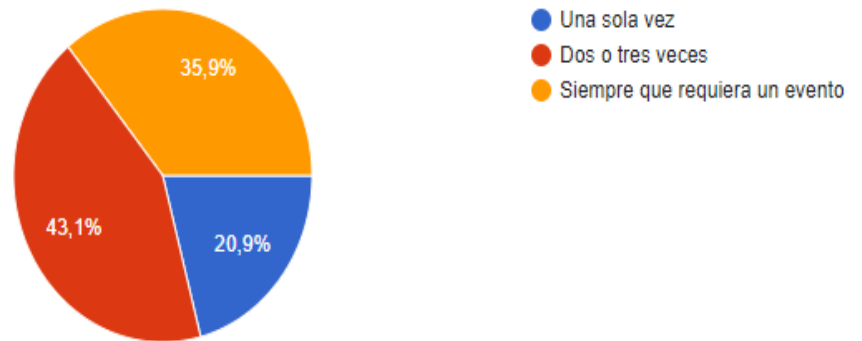
5. ¿Cuántas veces ha utilizado el servicio de eventos Ma.f?

En esta quinta pregunta se puede evidenciar que los clientes han utilizado los servicios de la empresa o tres veces con el 43,1%, siguiendo con un 35,9% los clientes cada vez que requieran un evento buscan a la empresa y con un 20,9% solo han realizado un evento.

Ilustración 7

¿Cuántas veces ha utilizado los servicios de eventos Ma.f?

153 respuestas



6. Marque de 1 a 5 como le ha parecido la experiencia en el servicio de eventos Ma.F. Siendo 1 muy mala y 5 excelente.

___1 ___2 ___3 ___4 ___5

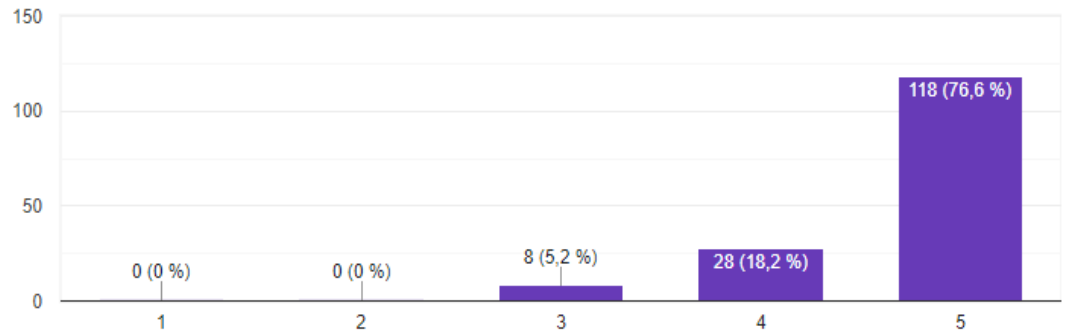
En esta sexta pregunta 118 personas y con un 76,6% los clientes han vivido una muy buena experiencia en sus eventos, con un 18,2% han tenido una buena experiencia y con un 5,2% las personas han tenido una experiencia ni tan buena ni tan mala.

Ilustración 8

Marque de 1 a 5 como le ha parecido la experiencia en el servicio de eventos Ma.F. Siendo 1 muy mala y 5 muy buena.

Copiar

154 respuestas



7. Cuando utilizó por primera vez el servicio de eventos Ma.F por cual medio se enteró

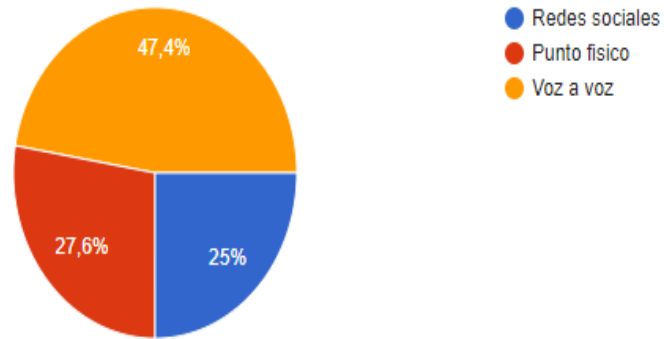
___ Redes sociales ___ Punto físico ___ Vos a Vos

En esta pregunta se pudo analizar que el medio por el cual las personas tiene más conocimiento de la empresa es por la voz a voz con un 47,4% es decir las personas recomiendan a sus conocidos el realizar eventos con la empresa, a su vez las redes sociales ayudan bastante a llegar a más población con 25%

Ilustración 9

Quando utilizo por primera vez el servicio de eventos Ma.f por cual medio se entero

152 respuestas



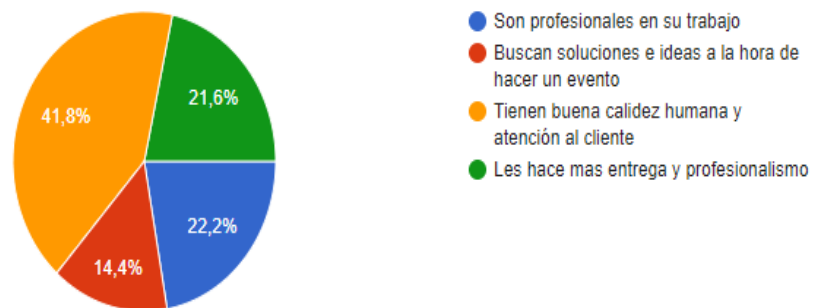
8. Señor usuario desde su punto de vista cual es la capacidad de gestión de la empresa

___ Son profesionales en su trabajo ___ Buscan soluciones e ideas a la hora de realización un evento ___ Tienen buena calidad humana y atención al cliente ___Les hace más entrega y profesionalismo.

Ilustración 10

Señor usuario desde su punto de vista cual es la capacidad de gestión de la empresa ? [Copiar](#)

153 respuestas



Con esta pregunta se puede evidenciar que el personal de la empresa tiene

calidez humana y atención al cliente, ya que el 41% de los encuestados votaron por esta opción, en segunda medida dicen los clientes que son profesionales en sus servicios con 22,2% y con un inferior dicen que les hace mas entrega y profesionalismo, es decir a que realizar mejorar en los servicios brindados para que todas las personas esten satisfechas.

9. Marque de 1 a 5 que evolución ha tenido la empresa en el recurso físico y humano a la hora del desarrollo de un evento. Siendo 1 muy poco y 5 bastante.

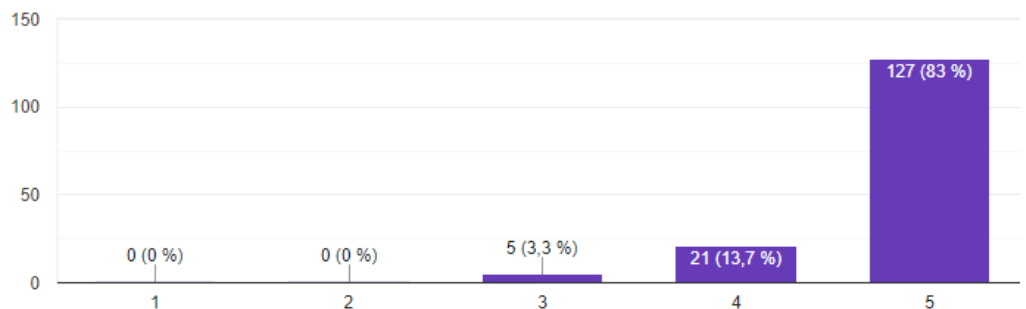
___ 1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5

Con esta última pregunta se analizó cual ha sido la evolución que ha tenido la empresa, esto con ayuda a las bases académicas brindadas por la universidad y a su vez con la experiencia que se iba adquiriendo, en donde la mayoría de la encuesta con un 83% que la empresa ha tenido una muy buena evolución en su proceso de crecimiento.

Ilustración 11

Marque de 1 a 5 que evolución ha tenido la empresa en el recurso físico y humano a la hora del desarrollo de un evento. Siendo 1 muy poco y 5 bastante [Copiar](#)

153 respuestas



7.9 Recursos Humanos

EMPRESA

- ✓ Gerente
- ✓ Departamento de Marketing
- ✓ Departamento de logística
- ✓ Departamento de contabilidad
- ✓ Atención al cliente

UNIVERSIDAD

- ✓ Docentes
- ✓ Bienestar universitario
- ✓ Departamento administrativo de la seccional Girardot

7.10 Recursos materiales

EMPRESA

- ✓ Inmueble
- ✓ Muebles y equipos
- ✓ Servicios públicos
- ✓ Transporte
- ✓ Materia prima

7.11 Recursos Institucionales

UNIVERSIDAD

- ✓ Aulas virtuales
- ✓ Aulas de clase
- ✓ Laboratorios
- ✓ Auditorio
- ✓ Biblioteca
- ✓

7.12 Recursos Financieros

EMPRESA

- ✓ Dinero en efectivo
- ✓ Consignaciones
- ✓ Utilidades

8. PROCESOS DE CREACIÓN Y GESTIÓN DESDE LA IDEA DE NEGOCIO HASTA LA CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA EVENTOS Y LOGISTICA MA.F

8.1 Antecedentes E Idea De Negocio Eventos Y Logistica Ma.F

En Colombia es muy común que las personas quieran celebrar cada momento importante en sus vidas como lo son sus cumpleaños, grados, matrimonios, 15 años y demás eventos que Con lleven a un festejo o a una celebración. Todo inicia en el programa de administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca seccional Girardot, en donde los primeros núcleos temáticos orientados por los docentes se busca lograr la generación de ideas innovadoras de los estudiantes con base a el crecimiento emprendedor, desarrollando desde la idea hasta las habilidades de creatividad e innovación. Los docentes pedían a sus estudiantes visionarse con ideas de negocios nuevas y que tuvieran fuerza para su creación con prototipos de los productos o servicios a comercializar. A su vez se realizaban charlas empresariales que generaban motivación a crear prototipos fuertes y solidos que tuvieran validez en el mercado, así fue como Maritza Lozada en una de esas clases, tuvo la visión de crear una propuesta de eventos sociales y corporativos en donde los clientes encontraran todo lo que requerían en un mismo lugar, y ahí es donde su creadora empieza a conocer el mercado del entretenimiento en Girardot, realizar cursos sobre decoración y a su vez a darse a conocer mediante redes sociales como lo son Facebook e Instagram.

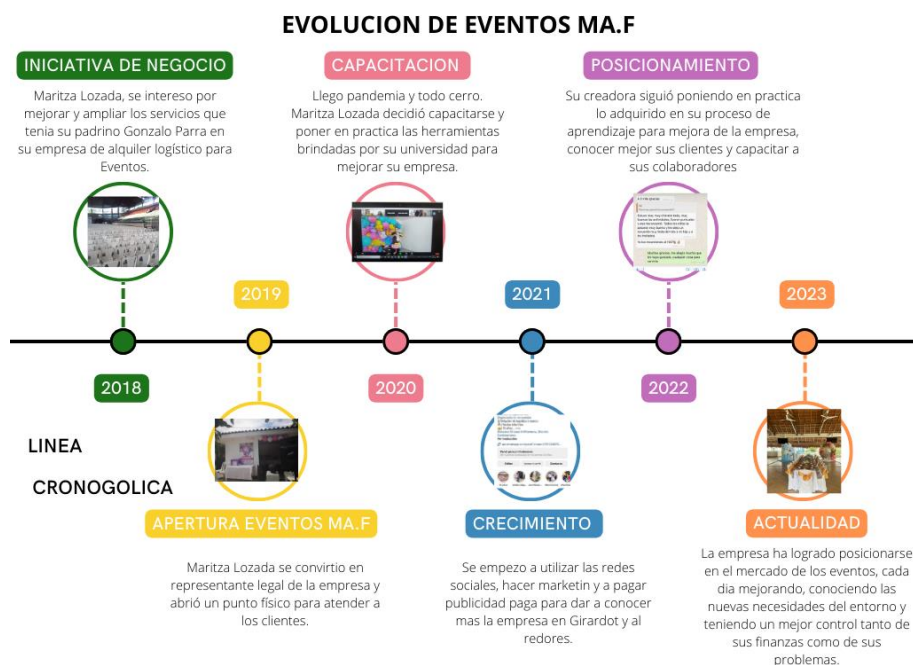
8.2 Creación De Eventos Y Logistica Ma.F

Cabe mencionar que antes de que su creadora Maritza Lozada tuviera la iniciativa de posicionar la idea de negocio, ella ya tenía una base para dar inicio

a su proceso de negocio, ya que su padrino Gonzalo Parra, se desempeñaba en el alquiler de mobiliario logístico para eventos (Sillas, mesas y carpas), es allí donde ella decide hablar con él y proponerle ampliar los servicios que el en su momento brindaba. El accedió y decidió apoyarla en su proceso de aprendizaje y experiencia en los eventos.

Muchas personas empezaron a ver el trabajo que realizaba en Eventos Ma.f, logrando la motivación para seguir en pie, se logra formalizar la empresa en cámara de comercio, industria y comercio, se inició con el proceso de inventarios y asesoría con varios docentes en temas de marketing y presupuesto, logrando así mayor credibilidad y confianza a los clientes y a su vez a su creadora en el crecimiento de la misma. En febrero de 2021 se abre un punto físico para que las personas conocieran y pudieran tener una asesoría más detallada de cómo quieren sus eventos, conocer sus necesidades y poner brindar eventos personalizados de calidad y cumplimiento.

Ilustración 12 Evolución



Fuente: Elaboración propia

8.3 Generalidades De La Empresa Eventos Y Logística Ma.F

Eventos y Logística Ma.F, es una empresa que participa activamente en la industria de los Eventos desde hace 3 años en la ciudad de Girardot, desarrolla sus servicios en dicha ciudad y municipios aledaños, Cuenta con local físico para asesoría de sus clientes como a su vez con una línea de WhatsApp, ofrece servicios de fiestas infantiles, decoraciones, matrimonios, baby shower, 15 años, alquiler de mobiliario y todo lo relacionado con la planeación y ejecución de un evento. Busca que el cliente se sienta escuchado con en base sus necesidades y pueda tener la tranquilidad de encontrar todo en la empresa, generando tranquilidad por su calidez y cumplimiento.

8.4 Servicios

La empresa cuenta con variedad de servicios para la realización de eventos para que las personas tengan en un solo sitio todo lo necesario para esa celebración.

8.4.1 Fiestas Infantiles

Es un servicio que va enfocado en la diversión y el entrenamiento de la niñez, nos enfocamos en la recreación de fiestas para niños, realizamos actividades pedagógicas para la celebración de cumpleaños o eventos de colegios/jardines.

8.4.2 Decoraciones

Este servicio va enfocado a la realización de decoraciones temáticas, en donde escuchamos las necesidades o gustos del cliente, y a su vez brindarle asesoramiento para que su decoración sea impactante.

8.4.3 Bodas Y 15 Años

Este paquete va enfocado en bodas destino y 15 años, donde se incluye paquetes completos (sonido, decoración, cena, silletería, logística, hidratación), de igual forma conociendo las necesidades y gusto del cliente, para que su fecha sea inolvidable y tenga la tranquilidad de que su día especial va ser único.

8.4.4 Sonido

Ofrecemos sonido profesional para fiestas y eventos sociales, contamos con disc jockey y animadores profesionales que harán del evento un ambiente impactante.

8.4.5 Alquiler

Ofrecemos el servicio de alquiler logístico y de mobiliario para la realización de eventos. (sillas, mesas, carpas, tarima, mobiliario para decoraciones, entre otros...)

8.5 Negocio

Misión

La empresa Ma.F eventos se dedica a la organización y ejecución de eventos sociales y empresariales acorde a los intereses de sus clientes sin dejar de lado la calidad , innovación y su estilo de vida.

Visión

La empresa Ma.F eventos, busca liderar el mercado regional de eventos, innovando nuestros servicios con el propósito de satisfacer totalmente las exigencias del cliente

Ilustración 13 Imagen corporativa



Ilustración 14 Punto físico



Fuente: Elaboración propia

La empresa cuenta con local para atención de sus clientes para poder brindar una asesoría personalizada y confiable al escuchar las necesidades y gustos de cada uno siendo cada evento único.

El lugar ideal para organizar su evento

Eventos y logística Ma.f es considerada la empresa idónea para la realización de eventos sociales y cooperativos ya que cuenta con la capacidad logística y profesional para que cada evento salga de la mejor manera y en cumplimiento de los cliente.

Experiencia en el servicio

En Eventos y logística Ma.F se busca que cada cliente tenga la mejor atención desde que pregunta sobre su evento hasta finalizar dicho contrato, por lo tanto, la empresa se percata de escuchar las necesidades del cliente y con base en ello realizar a cabalidad cada ítem, en donde se debe tener en cuenta el cumplimiento, la calidad y el profesionalismo.

De la misma forma se cuenta con canales digitales como lo son Whatsapp e Instragam, brindando atención personalizada a cada persona, respondiendo sus dudas de manera rápida y específica.

Principios y valores de Eventos Ma.F

Trabajo en equipo: Es la base fundamental para generar un trabajo eficiente y eficaz, cada persona dentro de la empresa cuenta con una función importante para realizar y tener éxito en cada evento.

Respeto: El trato interno y externo es importante, se trata de mantener la calma en situaciones de estrés y manejar las actitudes de cada colaborador siempre digiriéndose de la manera más clara y respetuosa, así mismo con el cliente y sus invitados.

Creatividad: En cada evento tenemos como principio generar cosas nuevas e impactante, dando valor agregado a cada evento.

Confianza: Brindamos confianza desde el inicio para generar la tranquilidad al cliente de que vamos a cumplir con sus requerimientos.

Amabilidad: Los colaboradores de la empresa siempre están a la disposición de ayudar al cliente, ser atentos y cordiales a la hora de necesitar algo dicha persona.

Puntualidad: Se caracteriza por llegar a la hora acordada y cumplir con los horarios establecidos para la realización de cada evento.

9. HERRAMIENTAS EXPERIENCIAS O ACTIVIDADES BRINDADAS POR EL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS PARA LA IDEACIÓN / CREACIÓN DE EVENTOS Y LOGISTICA MA.F

Al iniciar Eventos y Logística Ma.f, hubo un apoyo por parte de la Universidad de Cundinamarca que ayuda a promover e impulsar el emprendimiento que llevaría al surgimiento de Eventos y Logística Ma.F, por consiguiente, Maritza Lozada actual propietaria de esta empresa de eventos de Girardot tomó las enseñanzas teóricas/prácticas y las aplicó en su emprendimiento.

9.1 Núcleos Temáticos

Estando en primer semestre, aunque Eventos y Logística Ma.F aun su único dueño era el señor Gonzalo Parra, padrino de Maritza Lozada, el cual prestaba únicamente los servicios de alquiler logístico para evento y no tenía un orden de sus finanzas ni en cómo llevar una empresa, realizando todo empíricamente. Al iniciar la carrera la materia que abrió la perspectiva a su actual dueña fue pensamiento administrativo, la cual la llevó a tener una visión de cómo podría mejorar dicha empresa y no hacerla caer en declive. **Diagrama de Paret**

Tabla 2. Participación acumulada

SERVICIOS	PARTICIPACIÓN ACUMULADA
Alquiler sillas	12,24%
Alquiler mesones	14,34%
Alquiler carpas	21,68%
Alquiler Decoraciones Mesa principal	39,16%
Alquiler Recreación	51,40%
Alquiler Sonido de 15 años y Matrimonio	64,51%
Alquiler Tiffany	65,03%
Alquiler Comida y Decoración 50 años	100%

Ilustración 15 Diagrama de Pareto



Fuente; Elaboración propia

En la imagen se observa los servicios que se manejan y la participación en porcentaje que cada uno tiene.

En segundo y tercer semestre, los tres núcleos que ayudaron a que su creadora decidiera formar parte de la empresa y ponerle un orden, fue legislación comercial, contabilidad y proyecto de empresa con base a estas tres que fueron la base para legalizar la empresa y generar un diferenciador, a su vez tener el control de sus ingresos y gastos para tener una visión más clara hacia donde quería llevar la organización.

Costumbre mercantil- Wunderlist. Wave.

Ilustración 16 Factura

EVENTOS Ma.f
Eventos y Logística Ma.f
 NIT 1.003.635.000-8
 - Logística - Eventos Infantiles - 15 años - Matrimonios
 - Eventos Empresariales - Fiestas de Cumpleaños
 320 811 4509 310 249 7208
 @eventosylogisticaMa.f

Fecha de Elaboración: ____/____/____
 Factura de Venta No. ____

Señor (es): _____ N°: _____
 Dirección: _____ Ciudad: _____ Cal: _____

Cant.	DETALLE	Vr. Unitario	Vr. Total

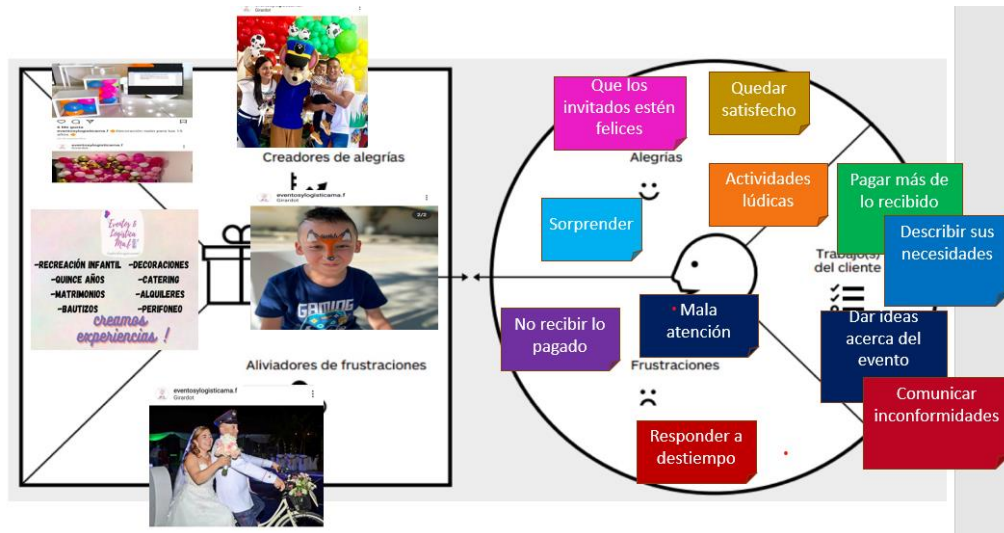
Saldo: \$ ____
 Valor \$ ____ Abono \$ ____ Saldo \$ ____
 Firma Vendedor: _____ Firma Cliente: _____
 Manzana 39 casa 4 Barrio Kennedy Girardot - Cundi

Se implementó la factura personalizada y numérica para llevar el control de las ventas y a su vez se abrió una base de datos en Excel con inventarios, ventas y gastos mensuales. También se abrió cámara de comercio y Rut a la empresa.

En cuarto y quinto semestre, los dos núcleos que ayudó a Eventos Ma.F fue costos y presupuesto, dado que ayudo a tener un mejor conocimiento de cual era realmente la rentabilidad que estaba generando la empresa, para así mismo saber si era factible hacer inversiones para la mejora de la empresa y a su vez en quinto semestre el núcleo temático de Innovación y creatividad ayudó a generar esa pasión por la empresa, a querer innovar y dar lo mejor para el crecimiento de la misma.

Indicadores financieros – Propuesta de valor

Ilustración 17 Propuesta de valor

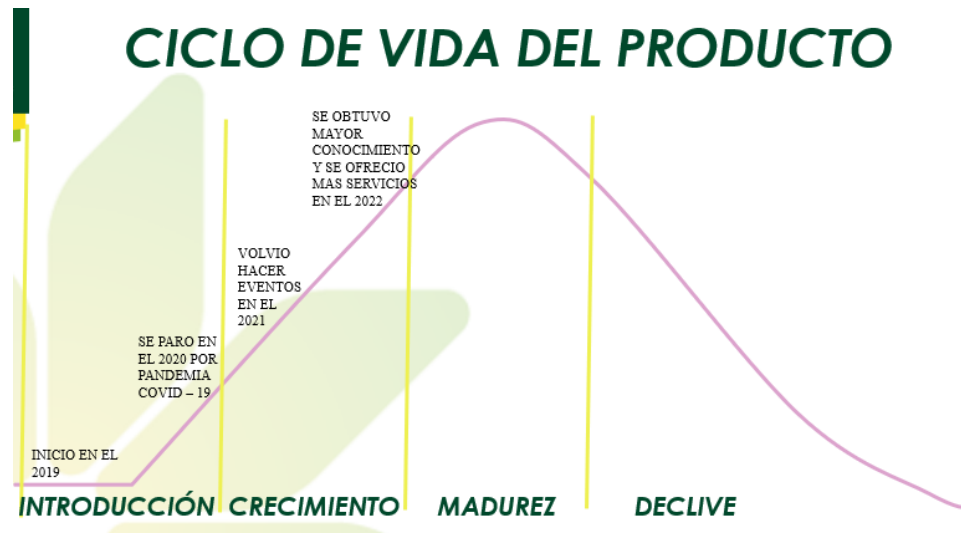


Mediante la propuesta de valor la empresa se dio cuenta cuales son aquellas cosas positivas y negativas que conlleva la empresa, para así poder conocer mejor el segmento, valor agregado y problemas para poder crear estrategias oportunas.

En sexto y séptimo semestre, fueron 3 núcleos que ayudaron a su creadora para hacer crecer la empresa, la cual en mercadotecnia se aprendió sobre las estrategias para llegar a los clientes, cuáles son esos clientes potenciales a quienes debemos alcanzar y conocer realmente saber las necesidades que está buscando la comunidad para así mismo lograr satisfacerlas; también sistemas de producción ayudó a mejorar la acomodación de los espacios de la bodega y del local para poder una mejor visión y mejorar en la producción a la hora de salir a realizar un evento; por último la materia gestión humana permitió tener un mejor seguimiento a los colaboradores y a tener un mejor ambiente laboral. **Marketing de confrontación-**

Diagrama de flujo- Test mayers.

Ilustración 18 Ciclo de vida del producto



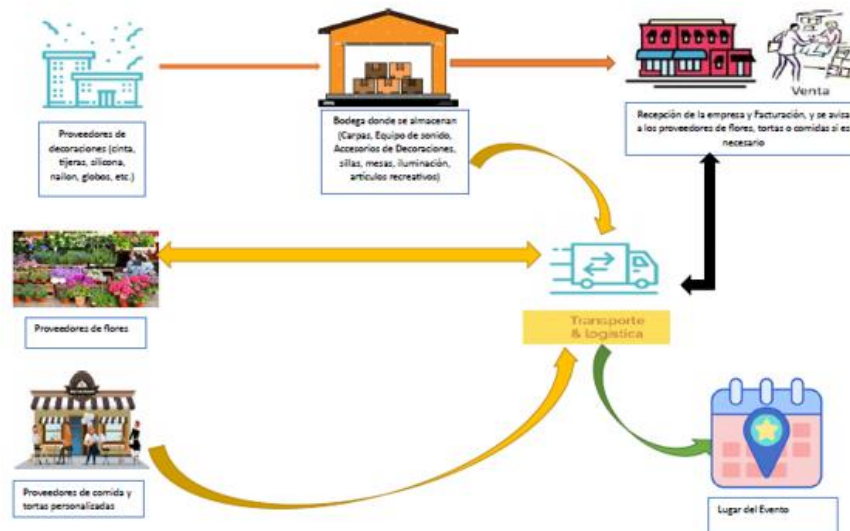
La empresa pudo realizar el ciclo de vida, ubicándose en esa fecha en crecimiento y en la actualidad sigue en crecimiento y posicionándose en la organización, dándose a conocer y conociendo las necesidades de los clientes potenciales.

En octavo y noveno semestre, los dos núcleos que contribuyeron y que en la actualidad están siendo de gran valor para el buen funcionamiento de la empresa son Evaluación de proyectos porque con los indicadores financieros se establece que la organización si está generando valor y rentabilidad, a su vez el núcleo Electiva Logística permitió conocer los cuellos de botella que presenta la empresa y cómo poner abarcarlos de la mejor manera. **VPN-TI-Proyecto logístico sobre la empresa.**

En décimo semestre ya se pudo ver la empresa Eventos y logística Ma.F estructurada con la visión de que en futuro iba a ser grande y tener la mejor línea de Eventos sociales en la región y sus alrededores, a su vez teniendo más control de las decisiones a tomar teniendo en cuenta siempre el entorno y sus

problemáticas tanto externas como internas.

Ilustración 19 Cadena de suministro



Se realizó cadena de suministro para conocer y tener mayor control de la logística a hora de realizar un evento para saber conocer los tiempos de llegada, contactar proveedores y cumplir los horarios y entregas para la realización de cada evento.

9.2 Expoucundinamarca

Es una de las herramientas o actividades realizadas en la universidad con mayor receptividad por parte de estudiantes y además personas externas ya que es un evento de libre acceso donde diversos estudiantes tienen la oportunidad de mostrar su servicio o producto e incluso idea de emprendimiento logrando captar nuevos clientes e incentivando el reconocimiento de su proyecto.

Ilustración 20. Algunos eventos



Fuente. Propia

Ilustración 21 Eventos



Fuente. Propia

Eventos y Logística Ma.F tuvo la oportunidad de hacer parte de este magnífico evento en donde la universidad cada año demuestra el esfuerzo y la logística brindando los espacios para aquellos estudiantes emprendedores den a conocer su marca al mercado, a su vez se cuenta con la participación de diversos empresarios de la región, donde comparten su experiencia creando y gestionando empresa y motivan a otros con sus historias a atreverse a tener empresa, es una oportunidad para los estudiantes y asistentes para poder hacer preguntas y tener un punto de vista de alguien que ya ha pasado por diversas etapas y cuenta con la experiencia necesaria para poder brindar una respuesta acertada a partir de su vivencia.

En el presente año se vivió la Expo Ucundinamarca allí la empresa hizo parte siendo patrocinador oficial para la logística de los stands, en donde más de 10 emprendimiento dieron a conocer sus marcas y se tuvo un apoyo significativo tanto de la universidad como de sus patrocinadores

9.3 Citgo

El Centro de Innovación Tecnología y Gestión Organizacional (CITGO), es una iniciativa para la formalización de un centro de asesoría, consultoría y apoyo especializado, inicialmente adscrita a la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables para estar dedicado al permanente análisis y evaluación de los procesos organizacionales, con el propósito fundamental de formular y orientar propuestas de interacción universitaria en beneficio de la comunidad académica y del sector productivo local, regional, departamental y nacional.²⁸

²⁸ Trabajo de grado Pasantía CITGO 2017 por Betha Campo

Ilustración 22 Asesoría recibida



Fuente. Propia

Ilustración 23 Modelo canvas

MODELO CANVAS				
<p>8. SOCIOS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Proveedores de eventos -Empresas distribuidoras de insumos para eventos 	<p>6. ACTIVIDADES CLAVE:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Busqueda de buenos proveedores. -Capacitación en el area. -Innovación -Publicidad. 	<p>1. PROPUESTA DE VALOR:</p> <p>Empresa de eventos en la ciudad de Girardot, su objetivo es escuchar las necesidades del cliente, para a su vez ofrecerle un buen servicio y acompañamiento en su evento, con innovación, calidad y cumplimiento.</p>	<p>3. RELACIÓN CON LOS CLIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Atención personalizada. -Redes sociales. -Citas previas. 	<p>2. SEGMENTO DE CLIENTES:</p> <p>Para todo el publico que este interesado en realizar un evento social.</p>
	<p>7. RECURSOS CLAVE:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sala de eventos -Recreacionistas -Personal logistico -Transporte -Material Logistico 		<p>4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Publicidad por redes sociales -El voz a voz -Asistencia fisica a la sala de eventos 	
<p>9. ESTRUCTURA DE COSTOS:</p> <p>Arriendo de local, servicios basicos, pago a</p>		<p>5. FUENTE DE INGRESOS:</p> <p>Realización de eventos y alquiler del mobiliario/logistico</p>		

Fuente. Propia

emprendimiento e innovación, desarrollo emprendedor y ayuda de herramientas para implementar en la empresa por parte del CITGO, algunas de los cambios que genera positivamente en los emprendedores son:

Ecosistema de emprendimiento: Organización y perfilación de roles de acuerdo con una estructura psicológica, sociológica acorde para los factores del talento humano.

Mercadeo y ventas: Alianza estratégica con entes externos públicos y privados.

Consecución de convenios

Formulación y evaluación de proyectos: Estructura financiera para la formación y ejecución de los proyectos, herramientas metodológicas de evaluación de proyectos, adecuación a políticas y lineamiento económicos tributarios

Liderazgo: Direccionamiento Estratégico para la gestión empresarial

Diseño y desarrollo de producto: Diseño y desarrollo de producto²⁹

²⁹ Recuperado de diapositivas brindadas por CITGO portafolio de servicios.

10. PLAN DE INVERSIÓN PARA EL CRECIMIENTO DE LAS ÁREAS OPERATIVAS DE LA EMPRESA EN LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS.

La empresa para su crecimiento y mejora continua debe proyectarse a corto, medio y largo plazo para ofrecer más servicios, tomar mejores decisiones, determinar estrategias y cumplir con los objetivos que en este caso se han proyectado para sus próximos 5 años. Se determinaron 3 objetivos a cumplir con este plan de inversión.

10.1 Objetivos Del Plan De Inversión

Aumentar la materia prima para ofrecer más servicios y tener más variedad en nuestro portafolio.

Establecer un fondo de emergencia y de percances ante cualquier daño o eventualidad

Garantizar la sostenibilidad financiera.

10.2 Estrategias

Realizar el promedio de lo que se quiere tener en 5 años basado en aquello que más rotación tiene la empresa en donde se conozcan las necesidades que se están utilizando para la realización de eventos, para así mismo invertir en ella y poder tener variedad de mobiliario.

En cada evento o alquiler a realizar dejar un porcentaje del 5% de utilidad para la devaluación del mobiliario, para daños o emergencias.

Realizar planificación apropiada, conociendo la competencia y analizando la toma de decisiones para garantizar las ventas y crecimiento mes a mes.

Tabla 3 Inversión a 5 años

INVERSION A 5 AÑOS MOBILIARIO Y EQUIPOS			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR A INVERTIR
SILLAS	500	\$ 30.000,00	\$ 15.000.000,00
MESONES	20	\$ 450.000,00	\$ 9.000.000,00
CARPAS	10	\$ 1.000.000,00	\$ 10.000.000,00
MOBIALIRIO DECORATIVO	15	\$ 400.000,00	\$ 6.000.000,00
MANTELERIA	20	\$ 50.000,00	\$ 1.000.000,00
SONIDO	4	\$ 2.000.000,00	\$ 8.000.000,00
TOTAL A INVENTIR			\$ 49.000.000,00

Para la realización de esta proyección de inversión en mobiliario y equipo se debe tener un margen de ahorro 9,800.000 en cada año que será destinado para aumentar la variedad de mobiliario y tener mayor capital.

Tabla 4 Inversión emergencia

INVERSION PARA EMERGENCIA O DAÑOS		
DESCRIPCION	VALOR EVENTO	EL 5% PARA DAÑOS
EVENTO 1	\$ 500.000,00	\$ 25.000,00
EVENTO 2	\$ 900.000,00	\$ 45.000,00
EVENTO 3	\$ 1.500.000,00	\$ 75.000,00
EVENTO 4	\$ 350.000,00	\$ 175.000,00

11. PROYECCION DE EVENTOS Y LOGISTICA MA.F

En 10 años Eventos y logística Ma.F se visualiza siendo la mejor empresa de eventos en la ciudad de Girardot y sus alrededores. Brindando la mejor atención y asesoría a sus clientes a la hora de escoger el lugar ideal para la organización de sus eventos sociales y corporativos, a su vez contar con el mejor equipo de trabajo, demostrando su calidad humana y amor por brindar alegría y felicidad en fechas especiales para las personas.

A su vez, quiere tener su propio salón de eventos, en donde la innovación y la elegancia sean su diferenciador, para que cada cliente se sienta tranquilo que su

evento se hará de la mejor manera y tendrá todo en un mismo lugar.

Para el término de 10 años, Eventos y logística Ma.F espera triplicar su talento humano para poder abarcar a más cantidad de eventos, contar con personal capacitado y profesional para que cada evento sea único y especial. Gracias a la universidad de Cundinamarca y a las herramientas brindadas, su creadora Maritza Lozada, cuenta con las bases suficientes y a su mismo por su experiencia para posicionar en grande la empresa y tener un control permanente tanto de su capacidad financiera, humana y profesional.

12. PROYECCION FINANCIERA

12.1 Balance General

Tabla 5. Estado de situación financiera

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA COMPARATIVOS		
AÑO 2021 - 2022		
Activos	2021	2022
Activo corriente		
Efectivo en caja y bancos	\$ 20.430.000,00	\$ 54.457.600,00
Inventario mobiliario	\$ 45.000.000,00	\$ 57.000.000,00
Total activo corriente	\$ 65.430.000,00	\$ 111.457.600,00
Activo no corriente		
Propiedad, plata y equipo	\$ 10.000.000,00	\$ 12.000.000,00
Depreciación acumulada	\$ 1.500.000,00	\$ 2.000.000,00
Total activo no corriente	\$ 8.500.000,00	\$ 10.000.000,00
TOTAL ACTIVO	\$ 73.930.000,00	\$ 121.457.600,00
Pasivos		
Cuentas x pagar	\$ 5.000.000,00	\$ 3.200.000,00
Impuesto sobre la renta por pagar	\$ 0	\$ 0
Total pasivos	\$ 5.000.000,00	\$ 3.200.000,00
Patrimonio		
Capital	\$ 50.000.000,00	\$ 58.000.000,00
Utilidad neta	\$ 29.287.800,00	\$ 39.559.820,00
Total patrimonio	\$ 79.287.800,00	\$ 97.559.820,00
Pasivo+patrimonio	\$ 84.287.800,00	\$ 100.759.820,00

12.2 Estado De Resultados

Tabla 6. Estado de resultados

EVENTOS Y LOGISTICA MA.F		
NIT. 1003635000-8		
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES COMPARATIVOS		
AÑO 2021 - 2022		
INGRESOS	2021	2022
VENTA	\$ 96.980.800,00	161567670
Total ingresos operacionales	\$ 96.980.800,00	\$ 161.567.670,00
Costo de venta	\$ 44.546.000,00	\$ 94.345.850,00
Utilidad bruta	\$ 52.434.800,00	\$ 67.221.820,00
Gastos operacionales de administración	\$ 5.197.000,00	\$ 6.543.000,00
Gastos operacionales en ventas	\$ 4.450.000,00	\$ 5.689.000,00
Utilidad operacional	\$ 42.787.800,00	\$ 54.989.820,00
Ingresos no operacionales	\$ 9.000.000,00	\$ 9.000.000,00
Otros gastos	\$ 4.500.000,00	\$ 6.430.000,00
Utilidad antes de impuestos	\$ 29.287.800,00	\$ 39.559.820,00
Provisión impuesto de renta	\$ 0	\$ 0
Utilidad neta	\$ 29.287.800,00	\$ 39.559.820,00

12.3 Flujo De Caja

Tabla 7. Flujo de caja

EVENTOS Y LOGISTICA MA.F			
Nit. 1003635000-8			
Flujo de caja			
Año 2021-202			
Inversión inicial			
Ingresos		2021	2022
Ingresos por la venta de producto		\$ 20.430.000,00	\$ 54.457.600,00
Otros ingresos		\$ 45.000.000,00	\$ 57.000.000,00
Total ingresos		\$ 65.430.000,00	\$ 111.457.600,00
Gastos operacionales en venta		\$ 4.450.000,00	\$ 5.689.000,00
Gastos de administración		\$ 5.197.000,00	\$ 6.543.000,00
Depreciación		\$ 1.500.000,00	\$ 2.000.000,00
Total egresos		\$ 11.147.000,00	\$ 14.232.000,00
UAI-Utilidad Operacional de impuestos- Fne	-\$ 55.590.000,00	\$ 54.283.000,00	\$ 97.225.600,00
Impuestos		\$ 0	\$ 0
Utilidad Neta		\$ 54.283.000,00	\$ 97.225.600,00

13. IMPACTO

13.1 Económico

La empresa Eventos y Logística Ma.F ha generado un impacto considerable económicamente mediante la realización de eventos se genera empleo a jóvenes universitarios que necesitan de un apoyo económico para su día a día, a su vez a su propietaria ya que es su fuente de ingreso como lo es también para la región porque la organización de eventos ayuda a la activación de turistas que vienen a pasar sus fechas especiales en ciudades calientes como lo es Girardot y sus alrededores

13.2 Social

La realización de eventos es algo totalmente sociable ya que involucra la interacción de personas en un ambiente agradable y a su vez el conocer diferentes personas en el área de los eventos.

13.3 Ambiental

La empresa es medianamente sostenible ya que cada vez que se realiza un evento siempre se busca el bienestar de los espacios donde se realizan creando conciencia a los clientes e invitados de hacer buen uso de las instalaciones como lo es tan también internamente dentro de la organización con los colaboradores.

14. MATRIZ DE RIESGOS Y PELIGROS

Ilustración 24. Matriz de riesgo (Se anexa Excel)

MATRIZ DE RIESGOS

IDENTIFICACIÓN DE PELIGROS Y VALORACIÓN DE LOS RIESGOS DE LA EMPRESA MA.F

DATOS

IDENTIFICACIÓN							PELIGRO			EFECTOS POSIBLES (Corto y Largo Plazo)	CONTROLES DE INGENIERÍA
N°	PROCESO	ZONA / LUGAR	ACTIVIDAD	TAREA	CARGO	ROUTINARIA (S/NO)	DESCRIPCIÓN	CATEGORÍA	CLASIFICACIÓN		
1	Logístico	Camión o lugar del evento	Sillas	Traslado de sillas	Transportista	NO	Desplazamiento, bajada y subida de sillas	Mecánico	R54 - Choques contra (o por) objetos en movimiento	Fractura de huesos cortos	-
2	Animación	Lugar del evento	Sonido para animación	Altos volumen de sonido	Auxiliar logístico	NO	Volumenes altos de las cabinas de sonido	Físico	R34 - Ruido	Perdida auditiva	-
3	Animación	Lugar del evento	Toma de Corriente	Fallo de electricidad	Auxiliar logístico	NO	Fallo de electricidad	Eléctrico	R16 - Exposición a corriente eléctrica	Posible movimiento anarquico del corazon	-

CONTROLES EXISTENTES				EVALUACIÓN DEL RIESGO							VALORACION RIESGO	CRITERIO PARA ESTABLECER CONSECUENCIAS				
CONTROLES DE INGENIERÍA	RESGUARDOS / DISPOSITIVOS DE ALIVIO O CONTENCIÓN / PLANES DE MANTENIMIENTO E INSPECCIÓN	CONTROLES ADMINISTRATIVOS, SEÑALIZACIÓN Y ADVERTENCIA	EQUIPOS / ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL	NIVEL DE DEFICIENCIA (ND)	NIVEL DE EXPOSICIÓN (NE)	NIVEL DE PROBABILIDAD (NP) (NDxNE)	INTERPRETACIÓN NIVEL DE PROBABILIDAD	NIVEL DE CONSECUENCIA (NC)	NIVEL DE RIESGO (NR=NPxNC) E INTERVENCIÓN	INTERPRETACIÓN DEL NR	ACEPTABILIDAD DEL RIESGO	N° EXPUESTOS	PEOR CONSECUENCIA	REQUISITO LEGAL ESPECÍFICO ASOCIADO (SI/NO) ¿CUAL?	ELIMINACIÓN	SUSTITUCIÓN
-	-	Capacitación y entrenamiento, Procedimiento de trabajo seguro	No se tiene	2	2	4	Bajo	25	100	III	Aceptable	2	Perdida auditiva total	SI	-	-
-	-	Capacitación y entrenamiento, Procedimiento de trabajo seguro	No se tiene	2	2	4	Bajo	60	240	II	No Aceptable o Aceptable con controles	2	Muerte	SI	-	-

Fuente; Elaboración propia

La matriz de riesgos es una herramienta de gestión que permite determinar objetivamente cuáles son los riesgos relevantes para la seguridad y salud de los trabajadores que enfrenta una organización en la implementación de servicios, en seguridad o en cualquier otro proceso de la empresa permitiendo analizar el nivel de riesgo presente en los trabajadores de la empresa Ma.F,

Por consiguiente, comparar por nivel de riesgo diferentes tareas, proponer acciones concretas para disminuir los riesgos y estimar el impacto que estas acciones tendrán sobre el nivel de riesgo de los trabajadores. (Se anexa Excel)

15. ESTANDARES MINIMOS DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

La Resolución 0312 de 2019 establece los estándares mínimos de seguridad y salud en el trabajo que deben cumplir las empresas en Colombia. Estos estándares buscan garantizar la protección de los trabajadores y prevenir accidentes y enfermedades laborales.

Por consiguiente, la empresa Ma.F cuenta con problemas de seguridad y salud laboral más comunes como caídas, golpes, cortes, el estrés, la ansiedad, entre otros. Falta de ergonomía que puede ocasionar lesiones musculoesqueléticas relacionadas con el trabajo.

Para cumplir con los estándares mínimos de seguridad y salud en el trabajo establecidos en la Resolución 0312 de 2019, la empresa Ma.F tiene una matriz de riesgo que puede presentar en sus lugares de trabajo y adoptar medidas para controlarlos con eficacia. Por lo tanto, la empresa Ma.F tiene un ARL para cada uno de sus trabajadores.

Ilustración 25. Estándares mínimos del SG-SST

Según en número de trabajadores y nivel de riesgo de la empresa.

TRABAJADORES	RIESGO I, II, III	RIESGO IV, V
1 a 10	Técnico, Tecnólogo, Profesional, Especialista 7 Estándares	Profesional, Especialista. 60 Estándares
11 a 50	Tecnólogo, Profesional, Especialista 21 Estándares	Profesional, Especialista. 60 Estándares
mayor a 50	Profesional, Especialista 60 Estándares	Profesional, Especialista. 60 Estándares

www.serviem.com.co

Fuente; (2019)

16. PLAN DE MEJORA

Para mejorar la presencia en redes sociales de la empresa, se realiza las siguientes estrategias que son crear contenido atractivo y relevante para la audiencia. Esto incluye imágenes, videos, publicaciones que generen engagement, concursos y sorteos; publicar en los momentos de mayor actividad de la audiencia. Para ello, se pueden utilizar las estadísticas de las redes sociales para conocer los momentos de mayor actividad.

Utilizar las plataformas adecuadas debido a que las características de cada plataforma para poder elegir la adecuada para la empresa. Por ejemplo, Instagram es una plataforma muy visual, mientras que Twitter es más para conversaciones y debates en tiempo real. Por lo cual, se debe mantener actualizado con las últimas tendencias y cambios en las plataformas de redes sociales. Siga a expertos en redes sociales, participe en foros y lea blogs para mantenerse informado y adaptar su estrategia en consecuencia.

A su vez cada vez que se realice un evento realizar una encuesta de satisfacción al cliente, en donde se le pide su opinión acerca de cómo se sintió en el evento y así poder tener un análisis mas directo y apropiado de que se debe mejorar.

17. MARKETING ONLINE

Eventos y logística Ma.F ha crecido parcialmente por medio de las plataformas digitales en donde los clientes evidencian mediante historias, reel y publicaciones el trabajo que se realiza en cada evento, a su vez cuenta con WhatsApp Business en donde brinda asesoría personalizada, en donde el cliente puede estar seguro de que su evento saldrá con total éxito teniendo contacto únicamente vía WhatsApp o telefónica.

También cada cierto tiempo se realiza publicidad paga en la página de Instagram para lograr tener un mayor alcance en el entorno de Girardot y al rededores, en donde muchas veces turistas y visitantes conocen de la empresa mediante estos medios.

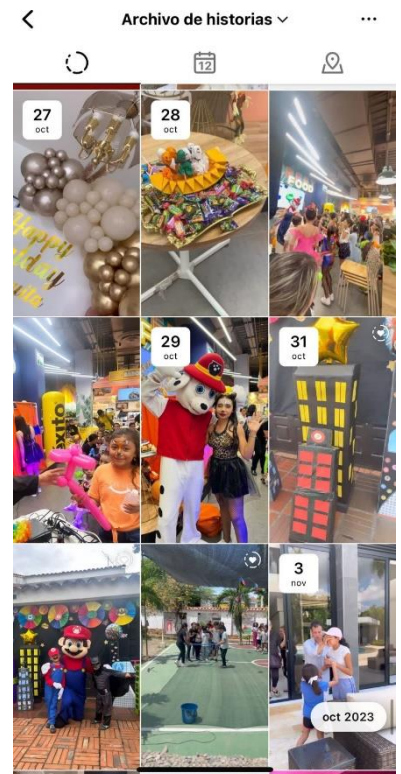
Ilustración 26. Pagina Instagram



Ilustración 27. Buscador Google



Pagina 28. Contenido Historias



Testimonios.

Ilustración 29. Testimonio 1

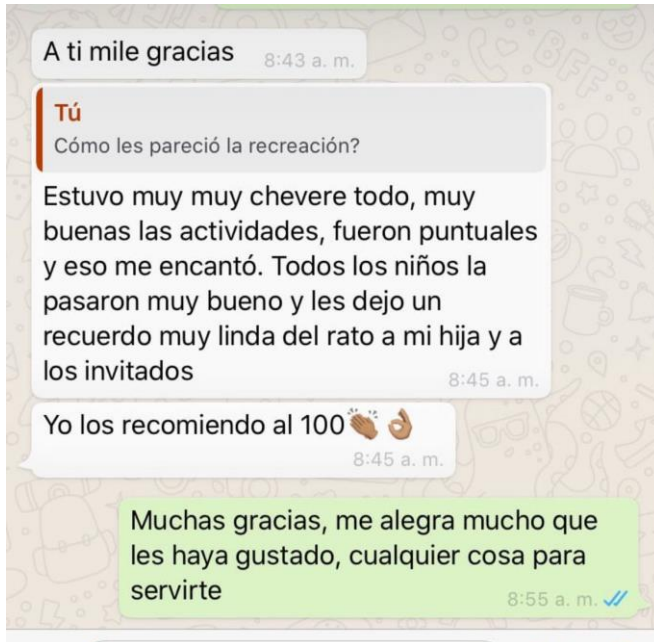


Ilustración 30. Testimonio 2



Cada vez que se realiza un evento se pregunta al cliente como le parecio el evento, en donde se evidencia que la satisfacción es primordial para el crecimiento y mejora continua de la empresa.

18. EXPERIENCIA DE CREACION DE EMPRESA

La mejor experiencia lograda al crear empresa es el raciocinio que se hace a diario para mejorar todas y cada una de las partes de la gestión que se ha propuesto la empresa Eventos y logística Ma.F, tal como la consecución de elementos para el funcionamiento y crecimiento de la misma, logrando así un posicionamiento en el primer lugar, no obstante cabe mencionar que se presentan dificultades que con el entendimiento y las herramientas brindadas en la academia se logra la erradicación de cualquier trauma administrativo u operacional .Los resultados siempre se ven reflejados con la satisfacción que recibe cada cliente por parte del trabajo realizado.

El emprender es la mejor forma de salir adelante debido a que la falta de empresas tanto como el nivel publico y privado son inciertas, como también los salarios no satisfacen las necesidades de los profesionales, por eso es necesario la creación de empresas futuristas, como lo es Evento Ma.F, quien ya tiene participación quien en el mercado del entretenimiento en Girardot y sus alrededores.

19. CONCLUSIONES

- *La universidad de cundinamarca programa de administración de empresas, ha sido parte fundamental en el crecimiento y desarrollo de la empresa.*
- *Las herramientas teoricas y practicas brindadas por la academia ayudan a que los estudiantes saquen sus ideas de negocios a flote, logrando un éxito empresarial*
- *Se evidencio un crecimiento progresivo en la empresa en todas sus areas funcionales.*
- *Se debe realizar constamente mejoras tanto al servicio como logativamente para una mejor prestación del servicio con miras a largo plazo.*
- *El emprendimiento es un arte que con ayuda de la universidad de Cundinamarca se logro incrementar para satisfacción de los clientes.*

20. RECOMENDACIONES

- Se debe tener claro una idea de negocio y cuales son esos clientes potenciales a lo que su producto o servicio debe tener.
- Capacitar al personal en habilidades de servicio al cliente, esto puede ayudar mejorar la calidad del servicio que se brinda y la resolución de problemas
- Para la universidad de Cundinamarca, en el programa de administración de empresas es necesario mejorar la comunicación entre estudiante/docente , para que no haya desinformación de las ayudas que se pueden obtener al querer emprender como estudiante.
- Crear un grupo instruccional en donde todos los estudiantes y egresados de la universidad puedan conocer de todos los beneficios, charlas y conferencias que se realicen en la academia y a su vez tener un seguimiento mas cercano con los emprendedores.

21. BIBLIOGRAFIA

López, Julián. 2021. Recuperado de <https://juliandavidlopez.com/blog-el-emprendimiento-alternativa-al-desempleo/>

Quejada Perez, R, F..., Avila Gutierrez, J,N, (2016) empresas familiares: conceptos, teorías y estructura, recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n81/n81a08.pdf>

Enrique Mendoza, Y (2021) Marco teorico fundamental: la esencia de una familia empresaria, recuperado de <https://vlex.com.co/vid/marco-teorico-fundamental-esencia-879134434>

Información del Municipio. Alcaldia de Girardot. Retrieved April 6, 2022, from <https://www.girardotcundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>

Innovación. (2019, November 14) Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>

INN PULSA. (n.d.). [Innpulsacolombia.com](https://innpulsacolombia.com/nosotros). Retrieved April 4, 2022, from <https://innpulsacolombia.com/nosotros>

Pérez Gregorio, M. G. (2016), Las áreas funcionales de una empresa. Publicaciones didácticas. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/235860095.pdf>

Centro de investigaciones, Universidad Militar Nueva Granada, (2010), recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-68052010000100011

La comunidad. 2022. Recuperado <https://lacomunidad.co/noticias/origen-de-la-palabra-emprendimiento/>

Arasemena, G. (2010). Emprendimiento y desarrollo. Recuperado de file:///c:/users/hp/downloads/emprendimiento_y_desarrollo.pdf

Ruiz Alfondo, A.R. (2019). Evolución y proyección de “pincel y chocolate” un caso de emprendimiento gestado en la Universidad de Cundinamarca”. Recuperado. <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/2118>

Triana Cruz, L. C., Malagón Calderón, R.A. (2022). Experiencia y creación de emprendimiento “Topitop a&I” a través de las herramientas académicas brindadas por el programa de administración de empresas en la universidad de Cundinamarca. Recuperado <https://hdl.handle.net/20.500.12558/4656>

SALGADO C., LUZ A., 2016. Recuperado de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/413?show=full>

SALGADO C., LUZ A., 2016. Recuperado de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/413?show=full>

GODOY Y., F. H., 2020. Socialización De La Experiencia En La Creación De La Empresa Tangara Swimwear En La Ciudad De Girardot. UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

GEM. Centro de emprendimiento. Recuperado <https://gem.ufm.edu/que-es-gem/#:~:text=El%20GEM%2C%20a%20trav%3%A9s%20de,herramienta%20de%20comparaci%3%B3n%20entre%20pa%3ADses>

GEM. Centro de emprendimiento. Recuperado <https://gem.ufm.edu/que-es-gem/#:~:text=El%20GEM%2C%20a%20trav%3%A9s%20de,herramienta%20de%20comparaci%3%B3n%20entre%20pa%3ADses>