



MACROPROCESO DE APOYO
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL

CÓDIGO: AAAR113
VERSIÓN: 3
VIGENCIA: 2017-11-16
PAGINA:1 de 7

16.

FECHA 29 de Noviembre del 2018

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
BIBLIOTECA
Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Seccional Girardot
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	Nº. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
ANDRADE VEGA	INGRID YICET	1070595274

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
QUIROGA ROJAS	DIEGO EDISON

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



MACROPROCESO DE APOYO
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL

CÓDIGO: AAAr113
VERSIÓN: 3
VIGENCIA: 2017-11-16
PAGINA:2 de 7

TÍTULO DEL DOCUMENTO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS LOGISTICOS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT 2018”

SUBTÍTULO

(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO

2018

NÚMERO DE PÁGINAS

133

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Usar 6 descriptores o palabras claves)

ESPAÑOL	INGLÉS
1.EVENTO	EVENT
2.LOGISTICA	LOGISTICS
3.SOCIOECONOMICO	SOCIOECONOMIC
4.EMPREDIMIENTO	ENTREPRENEURSHIP
5.TURISMO	TOURISM
6.ORGANIZACION	ORGANIZATION



RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

RESUMEN

El presente trabajo de grado se proyecta un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios logísticos de organización de eventos "Business Event" en la ciudad de Girardot 2018, y tiene como objetivo determinar la viabilidad económica al crear este modelo de negocio, para la cual se identifica la necesidad de ofrecer este servicio al no existir en el mercado local una empresa que oferte este tipo de servicios logísticos para eventos empresariales tanto en la ciudad como en la región, donde empresarios, inversionista o empresas puedan encontrar un ambiente ejecutivo y neutro acorde a su necesidad, para tratar temas de negocios, como también poder desarrollar eventos sociales de acuerdo a las preferencias de los clientes. Contando con personal altamente capacitado en lenguas Bilingüe, dinámico y humano al momento de brindar el servicio, de aquí nace la propuesta de valor de Business Event, como también contar con diferentes expertos que permita un desarrollo infalible en las actividades que se realizan, contando así con ingenieros de sonidos, diseñadores de espacios y otros profesionales que destacan el buen servicio.

Como conclusión el trabajo determinó la viabilidad socioeconómica para la creación y funcionamiento de una empresa de servicios logísticos de eventos empresariales en la ciudad de Girardot y la región, que aporte soluciones al desarrollo económico y social de su comunidad y la logística como prestación de un servicio ha tenido un mayor auge en el mundo de los eventos empresariales y ha cobrado gran importancia para el país.

ABSTRACT

This current project is presented to show the viability for the creation of a company of logistic services of events organization "Business Event" in the city of Girardot 2018, the aim is to determine the economic viability by creating this business model, as a need to offer this kind of service due to a lack of this type of companies offering this sort of logistics services for Business events, either in the city or the region, where entrepreneurs, investors or companies could find an executive and neutral environment regarding to their needs to deal with business issues, as well as being able to develop social activities related to the needs of the clients. With the service of trained staff in languages Bilingüe, dynamic and human when providing the service, this is where the Business Event value proposal was born, as well as having different experts that allow an infallible development in the activities carried out, counting with sound engineers, space designers and other professionals who highlight good service

Conclusion the work determined the socioeconomic viability for the creation and operation of a company's logistics services of business events in the city of Girardot and the region, providing solutions to the social and economic development of their community and logistics as a service It has had a major prestige in the world of business events and has gained great importance for the country

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA:4 de 7

AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)		SI	NO
1.	La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2.	La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
3.	La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4.	La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas,



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA:5 de 7

por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI** NO **X**.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2



5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS LOGISTICOS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT 2018	TEXTO
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
ANDRADE VEGA INGRID YICET	

12.1.50

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS LOGISTICOS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD
DE GIRARDOT 2018"**



**INGRID YICEDANDRADE VEGA
CÓDIGO: 310213242**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT
2018**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS LOGISTICOS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD
DE GIRARDOT 2018”**

**INTEGRANTE
INGRID YICED ANDRADE VEGA
CÓDIGO: 310213242**

**TRABAJO DE GRADO
PARA OPTAR EL TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**ASESOR
DR. DIEGO EDISON QUIROGA ROJAS
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS
DOCENTE DE TIEMPO COMPLETO**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT
2018**

Nota de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primero a Dios por su infinita bondad y misericordia por darme la sabiduría para poder enfrentar este gran reto que estoy culminando con éxito, seguidamente a mis padres Orlando Andrade y Melba Vega Méndez y a mi hijo Juan Sebastián Amador Andrade ya que han sido mi mayor motivación e inspiración para poder lograr este gran sueño, por ser mi apoyo incondicional y la fuerza, gracias padre hermoso por tus sabios consejos que siempre me han impulsado a ser una gran persona y luchar por mis sueños. También quiero agradecer a todos los docentes del programa de Administración de empresas de la seccional Girardot por siempre estar dispuestos a enseñarme con dedicación. Finalmente agradezco a mis amigos que siempre me han apoyado y han estado presentes en este proceso académico, tanto en los buenos momentos como en los malos, a todos ellos gracias y siempre están en mi corazón.

Ingrid Yicet Andrade Vega

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo doy gracias al Todo creador (Dios), por darme la gran oportunidad de estudiar en una gran universidad como lo es la Universidad de Cundinamarca, por otro lado a mi familia por creer y siempre confiar en mis capacidades, por ser una motivación diaria y constante para poder lograr el objetivo que es ser profesional.

Cabe resaltar también mis sinceros agradecimientos a nuestra Universidad de Cundinamarca y a la facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y contables, al director del programa administración de empresas en cabeza del Dr. Arturo Serrano, ya que siempre he contado con su apoyo y dirección en mi proceso académico.

También quiero agradecer a todos los docentes de la universidad de Cundinamarca por ese excelente proceso académico que tuvimos, seguidamente por mis compañeros de salón quienes están y estarán por siempre en mi corazón y mi vida ya que no solo compañeros sino realmente amigos pude encontrar en este proceso académico, esto solo será el comienzo de un gran peldaño propuesto y cumplido siempre teniendo en cuenta la grandes directrices de la administración de empresas como la Planeación, Organización, Dirección y control en todo lo que de aquí en adelante se me presente en la vida.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	13
TÍTULO	14
1. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1 ÁREA DE INVESTIGACIÓN.....	15
1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	15
1. PROBLEMA.....	16
1.1 DESCRIPCIÓN.	16
1.2 FORMULACIÓN.....	16
2. JUSTIFICACIÓN	17
3. OBJETIVOS.....	20
3.1 OBJETIVO GENERAL	20
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
4. MARCO DE REFERENCIA	21
4.1 MARCO DE ANTECEDENTES.....	21
4.2 MARCO TEÓRICO.....	22
4.3 MARCO CONCEPTUAL	28
4.4 MARCO GEOGRÁFICO	31
5. ANÁLISIS DEL ENTORNO	37
5.1 ECONÓMICO	37
5.2 POLÍTICO Y LEGAL	40
6. ESTUDIO METODOLÓGICO	43
7. ESTUDIO DE MERCADO.....	54
8. ESTUDIO TÉCNICO.....	75
8.2 Estudio del Servicio	75
8.3 Localización	76
9. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	91
10. ESTUDIO FINANCIERO	115
11. IMPACTO AMBIENTAL	129
12. CONCLUSIONES.....	131
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	132

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1- Tamaño de la población	21
Tabla 4- Tasa de Crecimiento PIB en Colombia.	37
Tabla 5- Tasa de Desempleo	38
Tabla 8- Análisis de la Competencia	59
Tabla 9- Precios de los Planes Ofertados.....	63
Tabla 10 Crecimiento en el Mercado.....	64
Tabla 11- Volumen de Venta Estimado desde tres escenarios	65
Tabla 12 - Volumen mensual de ingresos proyectado desde tres escenarios.	66
Tabla 13- Volumen de venta mensual de eventos empresariales del primer año ..	66
Tabla 14 - Mercado Proveedor	67
Tabla 15 - Servicio Bronce – 40 personas	70
Tabla 16 - Servicio Plata 60 Personas	71
Tabla 17 - Servicio Oro – 120 personas	71
Tabla 18 - Servicio de Convenciones.....	72
Tabla 19 - Proyección Anual Precio de Venta por Servicio.....	73
Tabla 20 - Proyección Anual Ingresos por Servicio	73
Tabla 21- Proyección Gasto de Publicidad	74
Tabla 22- Macro – Localización	77
Tabla 23 - Micro – Localización.	77
Tabla 24 - Descripción de Actividades.....	78
Tabla 25- Muebles y Enseres	79
Tabla 26 - Muebles y Enseres de Evento	80
Tabla 27 - Reposición de Muebles y Enseres de Oficina	81
Tabla 28 - Reposición de Muebles y Enseres de Evento	82
Tabla 29 - Balance de Personal.....	83
Tabla 30 - Gasto de Legalización	83
Tabla 31- Datos Básicos	115
Tabla 32 - Inflación, Salario Mínimo, Aux. Transporte, Crecimiento en ventas....	116
Tabla 33 -Inversión Inicial Requerida.	116
Tabla 34- Relación Empleados por Centro de Costo	117
Tabla 35 - Proyecciones de Unidades a Vender.....	117
Tabla 36 - Proyección Precio de Venta por Unidad	117
Tabla 37 -Costo de Materia Prima Directa	118
Tabla 38 Costos Indirectos y Gastos Operacionales Mensual Año 1	118
Tabla 39- Nomina Empleados Mensual Año 1	119
Tabla 40 - Total Devengado Mensual Año 1	119
Tabla 41 - Deducidos y Neto a Pagar Mensual Año 1.....	120
Tabla 42 - Plan de Financiamiento.....	120
Tabla 43 - Periodo y Tasa de Financiación Externa.....	121
Tabla 44 Amortización Préstamo	121

Tabla 45 - Flujo de Caja Proyectado	122
Tabla 46 - Balance General.....	123
Tabla 47 - Herramientas de Evaluación Financiera	124
Tabla 48 - Indicadores Financieros	125
Tabla 49- Punto de Equilibrio	126

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1 - Producto Interno Bruto (PIB).....	37
Gráfica 2 - Tasa de Desempleo	39
Gráfica 3- ¿Le gusta realizar eventos empresariales?.....	46
Gráfica 4- ¿Usted ha contratado anteriormente una empresa que brinde los servicios de eventos empresariales?	47
Gráfica 5- ¿Qué es más importante para usted al momento de prestarle el servicio?	47
Gráfica 6- ¿En qué ocasión contrataría este tipo de servicio?.....	48
Gráfica 7- ¿Cuántas veces al año organiza sus reuniones?	48
Gráfica 8- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por un evento?.....	49
Gráfica 9- ¿Le interesaría que exista en el mercado una nueva empresa de eventos empresariales?.....	50
Gráfica 10 - Entre estos servicios para reuniones sociales, ¿Cuál considera más importante?	50
Gráfica 11- ¿Sí usted fuera el gerente del proyecto, que nombre de las siguientes opciones escogería para el nombre de la empresa?	51
Gráfica 12- ¿Cuál es para usted el sector más adecuado para que se encuentren ubicadas las oficinas de esta empresa que brinda el servicio de eventos sociales y empresariales?	52
Gráfica 13- ¿En qué medio se informa para conocer acerca de los servicios de realización de eventos?	52
Gráfica 14- ¿Al realizar un evento que tiene en cuenta?.....	53
Gráfica 15 - Inflación Proyectada.....	56
Gráfica 17 - Crecimiento en el mercado	64

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Localización en Colombia – departamento de Cundinamarca	32
Figura 2. Localización en el departamento de Cundinamarca.	32
Figura 3 . Mapa de Girardot - Cundinamarca.	33
Figura 4. Comuna 1 de Girardot – Cundinamarca	34
Figura 5 - Logo.....	74
Figura 6 - Localización	76
Figura 7 - Distribución en Planta del Evento	85
Figura 8 - Evento Servicio Bronce	87
Figura 9 - Evento Servicio Plata.....	87
Figura 10 - Evento Servicio Oro.....	88
Figura 11 - Comida Tipo Bufet	88
Figura 12 - Evento Empresarial	89
Figura 13 - Convenciones.....	89
Figura 14 - Registro Único Tributario - RUT.....	106
Figura 15 - Cámara de Comercio – RUES, parte 1.....	107
Figura 16 - Cámara de Comercio – RUES, Parte 2	108
Figura 17 - Inscripción Prodesarrollo	110
Figura 18 - Formulario Inscripción Sayco y Acinpro.....	111
Figura 19 - Inscripción Secretaria de Hacienda - ICA.....	112

RESUMEN

El presente trabajo de grado se proyecta un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios logísticos de organización de eventos “**Business Event**” en la ciudad de Girardot 2018, y tiene como objetivo determinar la viabilidad económica al crear este modelo de negocio, para la cual se identifica la necesidad de ofrecer este servicio al no existir en el mercado local una empresa que oferte este tipo de servicios logísticos para eventos empresariales tanto en la ciudad como en la región, donde empresarios, inversionista o empresas puedan encontrar un ambiente ejecutivo y neutro acorde a su necesidad, para tratar temas de negocios, como también poder desarrollar eventos sociales de acuerdo a las preferencias de los clientes. Contando con personal altamente capacitado en lenguas Bilingüe, dinámico y humano al momento de brindar el servicio, de aquí nace la propuesta de valor de **Business Event**, como también contar con diferentes expertos que permita un desarrollo infalible en las actividades que se realizan, contando así con ingenieros de sonidos, diseñadores de espacios y otros profesionales que destacan el buen servicio.

ABSTRACT

This current project is presented to show the viability for the creation of a company of logistic services of events organization "**Business Event**" in the city of Girardot 2018, the aim is to determine the economic viability by creating this business model, as a need to offer this kind of service due to a lack of this type of companies offering this sort of logistics services for **Business events**, either in the city or the region, where entrepreneurs, investors or companies could find an executive and neutral environment regarding to their needs to deal with business issues, as well as being able to develop social activities related to the needs of the clients. With the service of trained staff in languages Bilingüe, dynamic and human when providing the service, this is where the **Business Event** value proposal was born, as well as having different experts that allow an infallible development in the activities carried out, counting with sound engineers, space designers and other professionals who highlight good service.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo un estudio de factibilidad para la creación de empresa de servicios logísticos para la organización de eventos en la ciudad de Girardot.

Las personas por naturaleza siempre están buscando la necesidad de relacionarse con la sociedad para así poder fortalecer lazos afectivos tanto en su vida social como empresarial, en contexto con lo anteriormente mencionado la propuesta que se da a conocer es de género innovador y diferenciador a las empresas de eventos ya establecidas en la ciudad y la región. Por lo tanto el principal enfoque del trabajo estará propuesto para las organizaciones de carácter empresarial.

Un evento empresarial sirve para motivar a sus colaboradores tanto interna como externamente, la importancia del comportamiento organizacional está en la vanguardia y es ahí donde se debe aprovechar esta nueva tendencia de eventos empresariales.

Por esta razón Surge la idea de **Business Event** para satisfacer la necesidad que en la región se está presentando por este aspecto ya que este servicio actualmente no se está dando en Girardot, y porque no aprovechar la gran demanda de crecimiento que se está dando a este tipo de mercado, pero lo que se pretende es poder afianzar lazos importantes con compañías u organizaciones que están llegando a la ciudad y la región.

TÍTULO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS LOGISTICOS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT 2018.

1. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN (DENTRO DEL SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD).

1.1 ÁREA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES Y SOCIEDAD

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

EMPRENDIMIENTO

1. PROBLEMA.

1.1 DESCRIPCIÓN.

En el mercado existente en la ciudad de Girardot en cuanto a eventos hay pocas empresas que se dedican a la logística de eventos como conciertos, reinados, ferias o fiestas, pero cuando se habla de eventos empresariales no existe actualmente en el mercado en la ciudad de Girardot, empresas que se dediquen a los servicios logísticos de eventos empresariales, convenciones o conferencias, siendo esta una demanda insatisfecha, con base en lo anterior lo que se pretende con el presente estudio, es conocer la factibilidad de crear una empresa de servicios logísticos que se dedique a la organización de eventos de carácter empresarial en la ciudad de Girardot, donde los empresarios, inversionistas o conferencistas se dedique única y exclusivamente a disfrutar del evento.

1.2 FORMULACIÓN.

¿Qué condiciones técnicas, administrativas, comerciales y financieras debe tener para la creación de una empresa de logística de eventos empresariales en la ciudad de Girardot?

2. JUSTIFICACIÓN

Hoy en día a pesar de los esfuerzos del gobierno nacional por mantener un equilibrio económico y poder adquisitivo en las familias colombianas, el país tiene una tasa de desempleo bastante considerable, lo cual el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, informó que la tasa de desempleo total cerró en 9,4% para el 2017¹. Por otra parte en el mes de agosto del 2018 la tasa de desempleo aumento en comparación a la tasa registrada en el año anterior que pasó de ser el 9,1% a 9,2%, teniendo un incremento de 350.000 personas en la población inactiva.² Una de las causas se debe al aumento de la demanda de profesionales, lo cual es superior en el mercado laboral frente a la oferta laboral, por ende solo profesionales que cuenta con una formación académica orientada a la creación de empresa, de oportunidades y de riqueza como la Universidad de Cundinamarca, que de cierta manera los profesionales del siglo XXI deben de estar en la capacidad de contribuir en la solución de problemas socioeconómicos de su entorno, teniendo la capacidad de idear y crear valor. Una de las razones del presente estudio es contribuir en la reducción del índice de desempleo, de esta manera generar por lo menos el 1% de empleo en la ciudad de Girardot.

De tal manera se observa la necesidad de crear una empresa de eventos de servicios logísticos de eventos empresariales, para potenciar y mejorar la capacidad de realizar negocios o eventos de gran impacto que permita el crecimiento económico y con políticas estratégicas que pueda llevar a cabo el fortalecimiento de una económica participativa y la solides de un musculo financiero que permita mejorar la calidad de vida de la población.

¹Dinero, Empleo, artículo de desempleo en Colombia 2017 según DANE, publicado el 30-01-2018.

²El Tiempo, Economía y Negocios, redacción del Tiempo, desempleo en Colombia en agosto 2018, Publicado el 28-09-2018.

Teniendo en cuenta que Girardot es la capital de la provincia del Alto Magdalena, al contar con una mejor infraestructura urbana, con mayor número de empresas, por su clima, por su ubicación geográfica, que le permite contar con cuatro vías de acceso, por Nariño, Tocaima, Ricaurte y al departamento del Tolima por medio de Flandes, al contar con vías como la ruta del sol y la construcción del tercer carril entre Bogotá y Girardot, este aspecto es de gran importancia, debido a que la Capital del país es una gran plaza empresarial tanto en lo nacional como lo internacional.

El importante desarrollo de Girardot, lo cual resulta esencial para el desarrollo del presente estudio, teniendo presente que Bogotá es el centro empresarial más grande del país por su mayor número de empresas, superando al Valle del Cauca y Antioquia. Bogotá D.C. Sigue siendo la ciudad con el centro comercial más grande en Colombia, gracias a la construcción del nuevo centro comercial con un área de 320.000 con 134.000 mil área de comercio, lo que se tiene previsto su desarrollo entre el primer trimestre del 2015 al segundo semestre del 2017, será construido en la intersección sur – oriental de la avenida Boyacá con la Calle 13, siendo un punto estratégico de la ciudad que ha tenido un crecimiento industrial y residencial, otro aspecto positivo es que contara con cinco entradas y salidas lo cual permitirá la conectividad con el resto de la ciudad, como también contara con una infraestructura moderna y de tres niveles teniendo una capacidad instalada de 357 locales comerciales, 16 salas de cine con dos salas que contara con tecnología de punta, plazoleta de comidas, zona de juegos, contara con sótano y semisótano con zonas de parqueo con capacidad aproximadamente de 4.000 vehículos con direccionamiento electrónico inteligente. Por otra parte la sostenibilidad es el pilar fundamental en la realización del Centro Comercial, teniendo como eje central la recuperación de la zona verde del canal del río Fucha que contara con ciclo vías y senderos peatonales.³Al apreciar un aspecto tan

³La Opinión, Sitio web corporativo, Artículo empresarial, Apertura Centro Comercial más grande de Colombia.

especial y el crecimiento urbano, social y económico de Girardot, nos permite crear un puente que nos pueda llevar a que el sector empresarial de Bogotá sea uno de nuestros clientes potenciales.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad económica y financiera para la creación de una empresa de servicios logísticos de eventos en la ciudad de Girardot y la región, que brinde soluciones al desarrollo socioeconómico.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar por medio de estudios de mercado el tamaño y la capacidad adquisitiva del mercado, la competencia, demanda real, análisis de precios con el cual entraremos a competir y estudiar cada una de las variables de oferta y demanda.
- Analizar y evaluar todos los recursos técnicos necesarios para el funcionamiento de la empresa **Bussines Event**, teniendo en cuenta variables como material de calidad, equipos, tecnología, suministros, instalaciones, y demás.
- Diseñar la estructura organizacional funcional, definiendo niveles de autoridad, salarios, responsabilidades, que conlleven a un clima organizacional favorable para la obtención de los objetivos.
- Definir e interpretar los principales indicadores financieros que nos muestran las cifras económicas más relevantes para la instalación y puesta en marcha de la Empresa.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 MARCO DE ANTECEDENTES

La presente propuesta de factibilidad económica y financiera para la creación de una empresa de servicios de organización de eventos en la ciudad de Girardot, tiene la obligación de contribuir al desarrollo socioeconómico, para mejorar la calidad de vida de la población.

4.1.1 Tamaño de la Población. Girardot tiene proyectado para el año 2018 una población total de 106.818 habitantes, de los cuales 103.341 hacen parte del área urbana (cabecera) y 3.477 del área rural (resto), según fuente DANE.

Tabla 1- Tamaño de la población

POBLACION		2014	2015	2016	2017	2018
Población Total		104.476	105.085	105.701	106.283	106.818
Población Urbana	Área	101.001	101.610	102.225	102.806	103.341
Población Rural	Área	3.475	3.475	3.476	3.477	3.477

Fuente: Proyecciones de poblaciones municipales por área 2005 – 2020 –DANE

4.2 MARCO TEÓRICO

4.2.1 Evolución Histórica⁴

Desde la Antigüedad y la Edad Media han existido personas que se desplazan a distintos lugares por diferentes tipos de motivos, llámense religiosos, culturales, de esparcimiento, de festividades, negocios y/o de descubrimiento, etc. Durante los siglos XV al XVIII podemos encontrar las diversas primicias del turismo.

Durante el siglo XIX hasta la mitad del XX, se crean las bases del turismo moderno, con una corriente elitista tras la Segunda Guerra Mundial, que le permitió dar paso al turismo de masas con un fuerte grado de democratización debido a factores económicos, sociales, culturales y la creciente urbanización, al tiempo que se diversifican las formas del turismo con grandes disparidades entre los países desarrollados y los menos desarrollados, destacando una fuerte concentración de la demanda en Europa, América del Norte (EE.UU. y Canadá) y Japón, especialmente de sus poblaciones urbanas y con motivaciones muy diversas, al tiempo que, recientemente, se ha producido la emergencia de una serie de países (Caribe, Sudáfrica, Sudamérica, Costa mediterránea de África, China, Tailandia, etc.), que captan una parte, cada vez más importante de los flujos turístico, por lo tanto cada vez el mercado del turismo y eventos es mucho más exigente debido a la constante diversificación e innovación del servicio haciéndolo más atractivo y transformándolo a una corriente elitista pero actualmente cada vez más alcanzable para los países menos desarrollados.

A finales del siglo XVIII y a mediados del siglo XIX ocurrió la Revolución Industrial que propició una transformación económica y social y el surgimiento de una clase media numerosa y próspera; la cual compartía el deseo de viajar debido a que se

⁴Maure Agüero, G. "Definiciones y tendencias del turismo de eventos" en Contribuciones a la Economía, Nº 82, julio 2007.

incluyeron las vacaciones y se mejoró el transporte, se incrementó el tráfico de pasajeros que hacía uso del barco a vapor y los ferrocarriles, desde el transcurrir de los tiempos los deseos de las personas de viajar debido a cualquier motivo de celebración fueron haciéndose más grandes por cuanto la forma de movilización se convirtió en una motivación adicional debido a la innovación de los medios de transporte haciendo que los tiempos de traslado a diferentes lugares se convirtieron en espacios cortos y del agrado de los viajeros.

Desde la mitad del siglo XIX por intermedio de Thomas Cook quien hizo florecer la industria turística .debido a que fue el primer agente de viaje que en 1841 alquiló un tren para llevar 540 personas a una convención antialcohólica; y organizó el viaje al precio de un chelín por viajero en la trayectoria de ida y vuelta de Leicester a Loughborough, podemos decir que a partir de ahí nace una nueva tendencia para los viajes grupales actualmente conocidas como agencia de viajes lo cual han ayudado notablemente al crecimiento masivo del mercado.

A lo anterior se agregan las innovaciones tecnológicas en el transporte. Con el desarrollo de la aviación comercial se flexibilizó el derecho aéreo y en 1945 se fundó la Asociación Internacional de Transporte Aéreo. Así se incrementó la comercialización, lo cual originó que los inversionistas dieran un fuerte impulso a la industria del turismo y a la aplicación de técnicas adecuadas de mercadotecnia. Ante esta circunstancia el profesional del turismo tuvo que definir el perfil del visitante que deseaba captar, por ello el análisis de las motivaciones se transformó en el objeto de estudio central de quienes deseaban atraer el mayor número de turistas a sus regiones.

El alto incremento de la demanda turística en todo el mundo debido a la constante evolución y desarrollo en el transporte han originado que se invierta en la industria del turismo, pero no solo en factores físicos externos y tecnológicos sino en algo que viene siendo tendencia actualmente y es en el deseo, motivación,

pensamiento y satisfacción de la necesidad de las personas, por lo tanto a raíz de ese crecimiento del mercado y al análisis de sus motivaciones se empieza a incursionar en las organizaciones de eventos por cuanto el deseo de las personas de interactuar constantemente con las demás por diferentes fines comienza a formar parte del llamado turismo de negocio.

Como resultado del marco teórico se presume que el desarrollo preciso y acertado de este tipo de proyectos minimiza la incertidumbre y el riesgo, además facilitan un análisis de viabilidad, factibilidad técnica y económica de otros proyectos relacionados. Para la realización de eventos se necesita tener principalmente un conocimiento sobre lo que requiere el cliente, lo que desea, la motivación que lo conlleva a solicitar dicho servicio para de esta forma proceder con la planificación de cómo va a ser la ejecución del evento, las aspiraciones del contratante son sumamente importantes, además que el evento debe satisfacer dichas aspiraciones.

Para la implementación de esta empresa se necesita un capital monetario importante, para el inicio de las operaciones se realizarán algunas alianzas con diferentes empresas con conocimiento en algunos procesos con el fin de iniciar con base empresarial fuerte para una mayor acogida en el mercado regional. Algunas de las tareas que incluye la organización de un evento, es la de realizar el presupuesto y el cronograma, la selección y reserva del espacio en el que se desarrollará el encuentro, la tramitación de permisos y autorizaciones, la supervisión de los servicios de transporte, los servicios gastronómicos, la coordinación logística integral, entre otros.

4.2.2 Fundamentos del Emprendimiento

Hoy en día el emprendimiento es una forma de pensar y por consiguiente de actuar, orientada a la creación de oportunidades y de riqueza, que por ende

permite mejorar la calidad de vida y de facilitar la vida de las personas en varios puntos de vista. Por lo cual constituye una manera de razonar y proceder, planteándose con una visión social global que se lleva a cabo mediante el ejercicio del liderazgo objetivo y el cálculo de la gestión de un posible riesgo; que cuyo resultado es la creación de valor que no solo beneficia a la empresa, sino a la economía y a la sociedad en general (Ley 1014 de 2006).

De acuerdo a lo anterior va relacionado con un espíritu emprendedor que de igual manera produce oportunidades y riqueza, contribuye a la generación de empleo, mejora la competitividad y permite la articulación entre la economía y el entorno. Por esta razón adquiere gran importancia en las estrategias de desarrollo de un país como Colombia.

4.2.3 El Desarrollo del Turismo

La palabra turismo no es tan nueva como el hombre que nace con el mismo. Cuando se empieza a hablar de tribus antiguas como los indios Nómadas y los Sedentarios, básicamente se habla de manera inconsciente de turismo y canalizadores de turismo.⁵

Marco Polo, de Venecia, se dice que fue el primer turista. El padre de él cuyo nombre es Nicolás, fue quien realizó el primer viaje de la ciudad de Venecia a China, cuando regreso lo hizo cargado de esencias, pieles, especies, etc. Donde veinte años más tarde regreso en su segundo viaje con su hijo, quien disfruto de la confianza del Emperador Kublainkan. Al momento del regreso de Polo fue tomado prisionero por inmiscuirse durante la guerra de Tesinas de Venecia con Génova, y mientras era retenido allí en la cárcel le conto a su compañero de celda sus

⁵ PELEGRINI, Mariel, Los Deportes Extremos: Una Alternativa Turística, Universidad de Belgrano, Argentina, noviembre de 2004.

vividas aventuras. Allí fue donde escribió “Viajes de Marco Polo”⁶, dichos relatos tuvieron influencia en su libertad. Se trae este autor con el fin de dar a conocer que fue el primer libro acerca de turismo.

4.2.4 La Importancia del Turismo en la Economía

La industria turística logra un gran impacto en el crecimiento de la economía de los países que ofertan destinos y planes turísticos, donde les permite generar utilidades, fomenta la generación de empleo, contribuye a la generación de divisas que permite el equilibrio en la balanza de pagos, permite el incremento de los ingresos públicos para así mismo lograr invertir en turismo e inversión social y fortalece el sector empresarial. De esta manera, el turismo adquiere una gran importancia para la economía en un país como Colombia, razón por el cual a su contribución en el Producto Interno Bruto (PIB).⁷

Los turistas no solo se limitan al gasto de hospedaje, sino que también destinan parte del presupuesto a una gran variedad de bienes y servicios de alto consumo, como transporte, entretenimiento: piscina, recreación; alimentos, entre otros. Esto es favorable a la medida en que exista un aumento de la demanda en la región o en el país.⁸

El sector turístico factura alrededor de 4,5 trillones de dólares por año en el mundo, y además genera un promedio de 192 millones de empleos (siendo el 10,06% del músculo laboral en el mundo).⁹

⁶ Los Viajes de Marco Polo, Rustichelo.

⁷ PELEGRINI, Mariel, Los Deportes Extremos: Una Alternativa Turística, Universidad de Belgrano, Argentina, noviembre de 2004.

⁸ Según Marcos Cobra (2001, 26)

⁹ Ibídem

Ahora si vemos al turismo desde su evolución de su actividad a lo largo del tiempo, se puede observar

4.2.5 La importancia de la Logística en las empresas

Este término no es nuevo, debido que se ha venido usando incluso antes de cristo, en el siglo VII, lo cual refiere a diestro en el cálculo o saber calcular. En Grecia en el año 489 A.C. la palabra Logística se usaba para referirse a hacer algo lógico. La primera noción en la logística moderna se le atribuye al barón Antoine - Henri Jomini, que en su pasaje Précis de l'art de la guerre (El arte de la guerra), hace alusión a la teoría de la cadena de abastecimiento y distribución de las tropas y a las estrategias de guerras.¹⁰

El pensamiento de la logística son las actividades en relación al movimiento y almacenamiento de forma coordinada, y a su vez a la utilidad de la logística como generadora de valor agregado se fundamenta en el año 1844, cuando el matemático y economista francés Jules Juvenel Dupuit, creó la idea de relacionar los costos del inventario por los costos del transporte.

*“Una parte del proceso de la cadena de suministros que planea, implementa y controla el eficiente y efectivo flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información relacionada del punto de origen al punto de consumo con el propósito de satisfacer los requerimientos del cliente”.*¹¹

Esta hace referencia a la importancia de la logística empresarial en el desarrollo de las operaciones desde que su ideación y creación de los bienes o servicios que al final llegaran al cliente, donde permite un eficiente control de los recursos, para poder satisfacer las necesidades o preferencias de los clientes.

¹⁰Historia y Biografía, Historia de la logística, 2017

¹¹Historia y Biografía, Historia de la logística, 2017

El tema de la logística hoy en día toma gran importancia para las empresas, es tan importante que es necesario crear áreas específicas para el desarrollo de los procesos, para conseguir beneficios, lograr ser competitiva y sostenible en el mercado, se convierte en un pilar importante en las empresas, debido a que los clientes están demandando la mejor calidad en los productos o servicios y al menor precio. Es por eso que algunas empresas tienen la necesidad de contratar a empresas que se especializan en temas de logística y más cuando se desarrolla una actividad ajena al objeto social de las empresas, como el caso de eventos, convenciones o conferencias, por ende este tipo de servicios es esencial para las organizaciones lo cual les permite contratar y preocuparse únicamente por disfrutar del evento. La tecnología juega un papel importante para la logística de las organizaciones, donde viven en un mundo de constantes cambios y de gran competitividad al tratar de cumplir con las exigencias del mercado y las preferencias de los clientes.¹²

4.3 MARCO CONCEPTUAL

En este marco se ubican los siguientes términos que son utilizados con mayor repetición durante el desarrollo de este estudio, es importante tener claridad en estos conceptos para lograr comprender la distancia de la visión del mismo.

Fiesta: Según Marcos González Pérez, Historiador por la Universidad La Gran Colombia, (profesor, Investigador y Coordinador de la Maestría de Investigación Interdisciplinaria en Ciencias Humanas de la Universidad Distrital de Bogotá); define La fiesta como uno de los actos o acciones colectivas que los grupos humanos realizan con mayor frecuencia, entraña muchas formas de sociabilidad y como un medio de manifestación social está ligada a las variadas esferas e

¹²Coeba, La importancia de la logística en la empresa, 2017

intereses de poder en virtud de ser un campo propiciatorio de interacciones sociales. Ella sirve como punto de encuentro creando, en algunos casos, un espacio de unanimidad y en otros, construyendo territorios de lo diferente de tal manera que modela lugares de diversidad. Mediante la fiesta "el hombre se acerca a la divinidad, pero también a su dimensión animal, entregándose a lo irracional," es allí donde el individuo pierde una porción de su autonomía que sólo podrá encontrar en la comunidad.

Evento: Para Andrea Consuelo Eventos, es una reunión de personas que conlleva un motivo en particular, los eventos son una herramienta de comunicación debido a que permiten transmitir información, conceptos, sentimientos, modelos de trabajo, establecer contacto directo con los clientes potenciales, introducir nuevos productos o servicios y crear nuevos sistemas de promoción y comercialización.

Evento Empresarial: Según Andrea Consuelo Eventos, es un acto que sirve a su empresa para presentar o potenciar un determinado producto/servicio o una determinada marca, o para poder dar a sus clientes la oportunidad de un acercamiento directo a su empresa, lo que facilita en todo caso nuestros objetivos de fidelización frente a la competencia del mercado actual.

Logística: Según la Real Academia Española define como; conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa o servicio, especialmente de distribución.

Logística Integral: Según la empresa Transgesa, abarca y coordina todos los procesos necesarios para el flujo de materiales de una compañía. Y lo hace desde una visión global. Es decir, sabe cómo las diferentes partes (departamentos, personas, procesos) que la componen han de estar dirigidas armónicamente hacia un fin común y entienden la importancia que todo esto tiene para la marcha de la organización.

Organización: Según Melinkoff (1987) “el proceso administrativo a través del cual se crea la estructura orgánica de la institución, se determinan los niveles de autoridad y de responsabilidad, se establecen las funciones, los deberes y las atribuciones que corresponden a los objetivos trazados previamente en el proceso de planificación u elaboración del nivel corporativo estratégico (misión, visión, objetivos corporativos, metas y mecanismos de medida u actuación)”.

Organizadores: Según Andrea Salamanca, son las personas que se encargan de la organización, son los directos responsables de la ejecución del evento y dependiendo de la magnitud del mismo, se constituyen comités para alcanzar el éxito deseado.

Planeación: Para Burt K. Scanlan es el "Sistema que comienza con los objetivos, desarrolla políticas, planes, procedimientos, y cuenta con un método de retroalimentación de información para adaptarse a cualquier cambio en las circunstancias".

Administración: “Es un campo de conocimiento que sistemáticamente trata de entender porque y como se construyen y evolucionan unidades o grupos humanos especiales con personas que trabajan juntas en un marco de relaciones o estructuras formales o informales, cumpliendo distintas funciones, ocupando distintos puestos y llevando a cabo un sin número de actividades y tareas para cumplir fines, alcanzar objetivos y hacer tales unidades más útiles a la sociedad” Laroca, y otros, (2001).

Valor Actual Neto (VAN): El Valor Actual Neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). (Economipedia)

Tasa Interna de Retorno (TIR): La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. (Economipedia)

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI): Es un criterio para evaluar inversiones que se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión. Es un método estático para la evaluación de inversiones. (Economipedia)

EBITDA: Determina las ganancias o la utilidad obtenida por una empresa o proyecto, sin tener en cuenta los gastos financieros, los impuestos y demás gastos contables que no implican salida de dinero en efectivo, como las depreciaciones y las amortizaciones. En otras palabras, determina la capacidad de generar caja en la empresa. (Instituto Nacional de Contadores Públicos)

4.4 MARCO GEOGRÁFICO

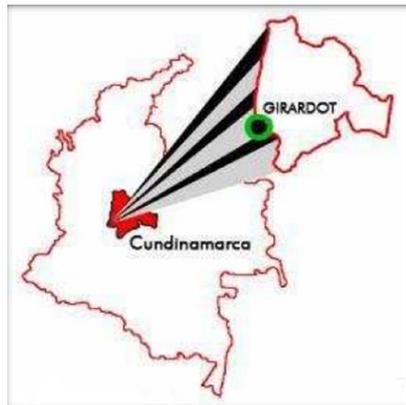
4.4.1 Extensión, Ubicación y Límites. Girardot es una de las ciudades más importante del departamento de Cundinamarca, siendo la capital de la provincia del Alto Magdalena. Girardot después de Soacha es la segunda ciudad más importante del departamento por su extensión urbana, economía, turismo, infraestructura, centros de educación y por supuesto su población. Limita al norte con los municipios de Nariño y Tocaima, al sur con el municipio de Flandes junto al río Magdalena, al oeste con el municipio de Nariño, Coello (Tolima) y el río Magdalena y al este con Ricaurte y el río Bogotá¹³.

¹³Observatorio Regional, Ambiental y de Desarrollo Sostenible del Río Bogotá.

Tiene 138 Km² de extensión y está ubicado sobre la margen derecha del Río Magdalena en las desembocaduras de los ríos Bogotá, Sumapaz y Coello, entre las coordenadas 4°, 18' 00" Latitud norte y 74°, 47' 51" Longitud oeste. Su clima es cálido seco con temperaturas promedio de 28,3 °C, que puede alcanzar máximos de 38 °C.

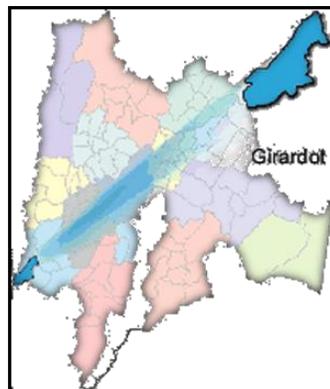
4.4.2 Macro localización. El presente trabajo se proyecta realizarse en Colombia, en el departamento de Cundinamarca, en la ciudad de Girardot.

Figura 1. Localización en Colombia – departamento de Cundinamarca



Fuente: Alcaldía Municipal Capítulo 1 “Contexto Territorial” 2008-2011

Figura 2. Localización en el departamento de Cundinamarca.



Fuente: Tomada de la página web Alcaldía de Girardot – Nuestro Municipio.

Figura 3. *Mapa de Girardot - Cundinamarca.*



Fuente: Google Maps

4.4.3 Micro Localización.

Girardot cuenta con una división territorial de la siguiente manera:

Comuna 1 (Centro): compuesta por 12 barrios

Comuna 2 (Sur): compuesta por 18 barrios

Comuna 3 (Occidente): compuesta por 59 barrios

Comuna 4 (Norte): compuesta por 57 barrios

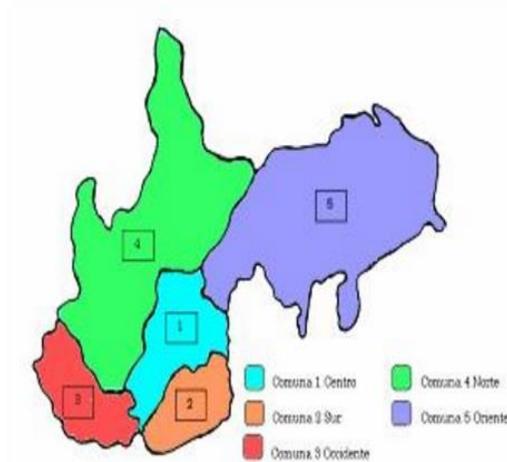
Comuna 5 (Oriente): compuesta por 39 barrios

Corregimientos Barzaloya y San Lorenzo con 11 veredas.

El presente estudio se podría realizar en la comuna uno (1), en el barrio granada.

Figura 4. Comuna 1 de Girardot – Cundinamarca

Comuna - Comuna 1 Centro



Información general:

COMUNA 1

San Miguel, Centro, Granada, Sucre, Murillo toro, Santander, Bogota, Los almendros, Blanco, La magdalena, Bavaria, San antonio, Miraflores

Fuente: Tomada de la página web Alcaldía de Girardot – Nuestro Municipio.

4.4.4 Infraestructura Territorial. Su ubicación es en el extremo sur occidental del departamento de Cundinamarca, percibida por un área total de 13.032 hectáreas de las cuales el 61.23% corresponde al área urbana, el 38.77% al área Rural.

Por su excelente ubicación geográfica, cuenta con variedad de vías de comunicación, lo cual ha hecho que se convierta en uno de los polos turísticos del centro del país.

Aérea: está el Aeropuerto Santiago Vila, que se encuentra ubicado en el municipio de Flandes – Tolima, a 3,1 kilómetros del municipio.

Terrestre: Girardot es un nodo por donde cruza la vía Panamericana que comunica la población con el territorio nacional. Cuenta con dos vías desde la capital del

país, de la cual la separan 122 kilómetros por la vía Silvania, y 103 kilómetros por la vía La Mesa - Tocaima.

Hacia el norte, la carretera Troncal del río Magdalena, que corre paralela al mismo río, conduce al municipio de Nariño (20 Km.), a Guataquí (40 Km.), con una derivación hacia el municipio de Jerusalén (12 Km.) y Tocaima (32 Km.); Beltrán (78 Km.) y Cambao (90 Km.), con cruce de puente sobre este mismo río, conectándose así con el norte del Departamento del Tolima y la ciudad de Manizales.

Por la carretera Panamericana, en Ricaurte, se desprenden ramales a los municipios de Agua de Dios, Nilo y Carmen de Apicalá, este último perteneciente al Departamento del Tolima. El puente Ospina Pérez, ubicado sobre la carretera Panamericana, comunica a Girardot con el municipio de Flandes en el Departamento del Tolima¹⁴.

4.4.5 Infraestructura Municipal.

Actualmente Girardot cuenta con una gran variedad de infraestructura como lo son los escenarios deportivos; el Estadio Municipal, el Patidronomo, coliseo Martha Catalina Daniels, Coliseo San Jorge, el Coliseo del Kennedy, la piscina olímpica Municipal, cuenta con 29 canchas múltiples que se ubican en diferentes barrios, un parque extremo ubicado en el barrio el Triunfo y parques Bio-saludables. También cuenta con gran variedad en el área de salud como lo es; el Hospital Regional, la Clínica de Especialistas, la Clínica San Sebastián, Médicos Asociados, y entre otras instituciones que actualmente prestan los servicios de salud. Por otra parte están las entidades que prestan el servicio de protección y salvaguarda de personas y bienes como; la Estación de Policía, Estación de

¹⁴Tomada de la página web Alcaldía de Girardot – “Nuestro Municipio”

Bomberos, el Centro de Reclusión, la Casa del Menor, entidades bancarias, centro religiosos, terminal de transporte terrestre, estación de combustible, la Galería central, Plaza de Mercado, supermercados, centros comerciales, heladerías, hoteles, centros vacacionales, entre otras.

5. ANÁLISIS DEL ENTORNO

5.1 ECONÓMICO

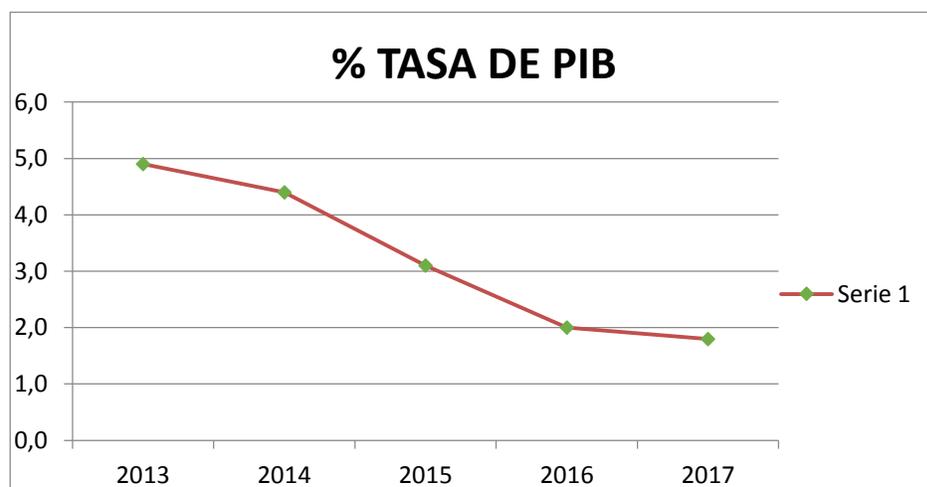
5.1.1 Entorno económico del país. La economía Colombiana se fundamenta en la producción de bienes primarios para su exportación y en la producción de bienes de consumo para el mercado interno. En Colombia los últimos cinco años ha crecido económicamente y estos datos se ven reflejados en las tasas de crecimiento del PIB, tan solo teniendo un incremento leve en el 2017.

Tabla 2- Tasa de Crecimiento PIB en Colombia.

TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB (%)	2013	2014	2015	2016	2017
	4.9	4.4	3.1	2.0	1,8

Fuente: Sitio Web corporativo datosmacro

Gráfica 1- Producto Interno Bruto (PIB)



Fuente: Elaboración propia.

En el 2015, Colombia se ubicó entre los países que obtuvo un mayor crecimiento en la región, gracias al manejo macroeconómico y fiscal efectivo.

Para el segundo trimestre el Producto Interno Bruto tuvo un leve crecimiento del 0,6% con respecto al primer trimestre, lo cual es 3 décimas menor a la tasa del primer trimestre que fue del 0,9% del año 2018. Así mismo Colombia cuenta con un PIB per cápita de 1.479 euros trimestral, lo cual fue 11 euros por encima comparado con el mismo trimestre del año anterior, que fue de 1.468 euros.

Comparando a los países en función al PIB per cápita trimestral, Colombia se ubica en el puesto número 47, esto se debe a que su población según este parámetro un nivel bajo de la riqueza con relación a los 50 países que se tuvieron presente para este análisis.

Fuente: Sitio web corporativo de datos macro

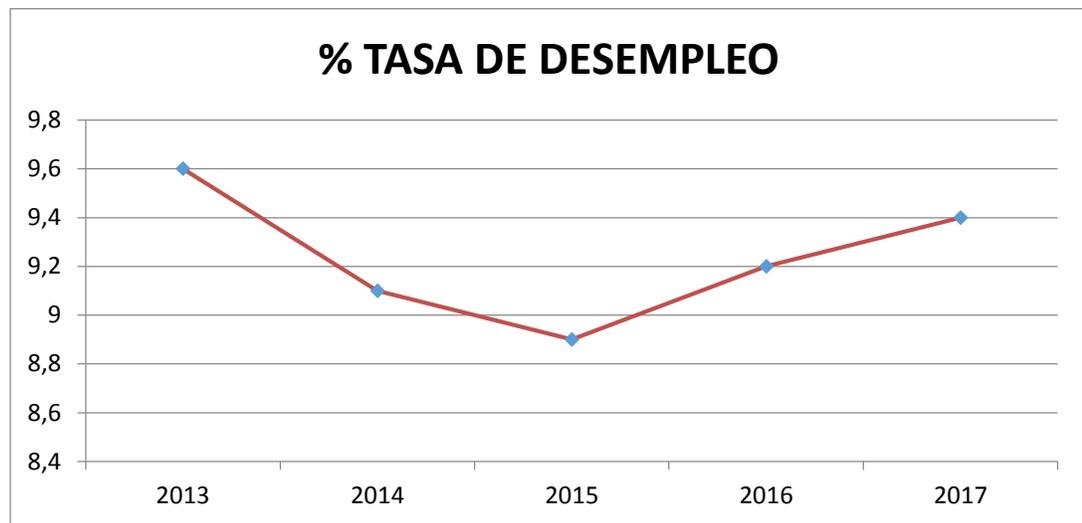
5.1.2 Desempleo. En cuanto a la tasa de desempleo en los últimos 5 años se incrementó a dos dígitos entre el 2016 y 2017 como se puede observar en la siguiente tabla, tienen un comportamiento en promedio del 9,2%.

Tabla 3- Tasa de Desempleo

TASA DE	2013	2014	2015	2016	2017
DESEMPLEO	9.6	9.1	8.9	9.2	9,4

Fuente: Departamento Administrativo de Estadística - DANE.

Gráfica 2- Tasa de Desempleo



Fuente: Elaboración propia.

Durante el 2012 la tasa de desempleo se ubicó entre la más alta en los últimos 5 años, en el 2015 se estimó la tasa más baja siendo del 8.9%, según el DANE, las áreas en las que más ha incrementado el trabajo en el país son actividades empresariales, intermediación, comercio, financiera. El empleo formal incito un aumento de la procreación de empleo siendo 8 veces superior al del empleo informal por cuenta propia. “Las ciudades en las que la tasa de desempleo es más alta son Quibdó (16,1%), Cúcuta (15,9%) y Armenia (14,3%)”¹⁵.

5.1.3 Índice De Pobreza.

En Colombia se piensa que un hogar que tiene ingresos debajo de \$408.836 se encuentra en la pobreza extrema, por otra parte la pobreza se mide a través del Índice de Pobreza Multidimensional (IPM), lo cual evalúa cinco aspectos en los hogares colombianos: como son las condiciones educativas del hogar; de la niñez

¹⁵El Tiempo, Economía y Negocios, Artículo Tasa de Desempleo en Colombia año 2017, Publicado el 30-01-2018.

y la juventud; trabajo; salud, y acceso a servicios públicos y condiciones de la vivienda.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE dio a conocer que en el 2015 las personas consideradas en condición de pobreza pasaron de ser el 28,5% en el 2015 a 27,8% de la población del 2017, lo que implica una reducción de 0,7% o que 171.000 personas superaron esta línea.

El expresidente de la República Juan Manuel Santos, aseguro que entre los años 2010 a 2015, la pobreza monetaria se ha reducido en unos 12,5 puntos porcentuales, esto equivale a 4,6 millones de colombianos. En cuanto a la pobreza extrema, también mostró una disminución, se pasó de 8,1% en 2014 a 7,9% en 2015.

5.2 POLÍTICO Y LEGAL

5.2.1 Plan de desarrollo Girardot para seguir avanzando 2016 – 2019

5.2.1.1 Inversión.

En el presente plan de desarrollo lo que busca es “posicionar al municipio de Girardot como referente de competitividad regional, con una infraestructura acorde al desarrollo del sector empresarial, destacando la apuesta por el sector turismo y de servicios como impulsores de la economía local, el empleo formal y la convivencia social”.¹⁶

“La administración municipal tiene previsto invertir en el municipio de Girardot durante el periodo 2016 – 2019, con los proyectos de inversión que materializaran nuestro plan de desarrollo, las cuales tendrán un importante incremento promedio

¹⁶ Villalba Acevedo Cesar Fabián, Plan de Desarrollo, Girardot Para seguir avanzando, Pág. 134.

anual para la vigencia 2016 al 2018 del 5% promedio y para la vigencia 2019, la inversión en educación y salud tendrá un incremento del 8% y las inversiones en agua potable, vivienda, vías y otros sectores tendrá un incremento histórico del 10%, información contenida en el marco fiscal de mediano plazo MFPM, bajo los códigos BF.2.1.4 GASTOS OPERATIVOS EN SECTORES SOCIALES (educación y Salud) y código BF-5 GASTOS DE CAPITAL BF”.¹⁷

5.2.1.2 Generación de Empleo.

“Una de las principales fuentes informal de trabajo en la ciudad de Girardot es el turismo, en la cual se busca enfocar un desarrollo económico en el cual los hoteles, centros vacacionales, condominios como infraestructura de alojamiento logren impulsar la competitividad en todas las áreas logrando productividad y empleabilidad que es lo que más se necesita reforzar en nuestra región. Para esto se necesita hacer esfuerzos para expandir el comercio, desarrollando alianzas con nuevos almacenes, empresas, etc. Con el fin de implementar políticas empresariales la cual ayude a aumentar la productividad y competitividad de la ciudad de Girardot. Generando oportunidades laborales, acceso al empleo y su formalización”.

5.2.1.3 Turismo.

El plan de desarrollo de Girardot busca “proyectar un entorno urbano y social en el cual se permita de organizar un sistema de equipamiento municipal eficaz logrando la protección de los recursos naturales con espacios públicos accesibles y amigables que no atente y cause algún daño al medio ambiente”. Con el fin de que las personas gocen de un ambiente sano y saludable para las familias y la comunidad en general. Girardot como destino turístico busca implementar acciones que cumplan con los requerimientos y exigencias del mercado laboral

¹⁷ Ibídem 9, Pág. 174.

contribuyendo al desarrollo económico generando empleo y bienestar social a los habitantes de la ciudad. Por medio de la política pública de turismo de la ciudad de Girardot se gestionara la factibilidad para crear una red de servicios la cual permita aumentar el consumo y movilidad turística con el fin de que se convierta en un municipio generador de empleo mediante el sector más fuerte de la ciudad que es el turismo.

5.2.1.4 Incentivos.

Para desarrollar una buena gestión de desarrollo económico y financiero, se busca establecer e implementar un proceso que esté acorde a los requerimientos y la capacidad de recurso en temas de suma importancia que son infraestructura y tecnología. Para eso se espera que se establezcan finanzas sanas que no afecten la sostenibilidad del municipio de Girardot. Con el fin de realizar la buena práctica de gobernabilidad a través de la gestión, administración y el eficaz recaudo de los recursos económicos y financieros de la ciudad de Girardot. En el cual se espera una asignación sectorial que contribuya al desarrollo económico permitiendo una mejor calidad de vida enfocada a la comunidad siendo un proceso eficiente en la ejecución y proyección de las inversiones de la ciudad de Girardot.

5.2.2 Disposiciones Legales Que Se Vinculan Con El Proyecto

- LEY 1014 DE 2006
- LEY 1558 DE 2012
- LEY 232 DE 1995

6. ESTUDIO METODOLÓGICO

6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación del presente trabajo es de carácter descriptivo con enfoque cuantitativo donde se analizan resultados de encuestas.

6.2. POBLACIÓN

Si la población es finita, es decir si conocemos el número de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar, se determina mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Fuente: Imagen tomada del sitio web corporativo de Psyma.

Donde:

- N = tamaño de la población
- Z_a^2 = nivel de confianza. 1.962 (si la seguridad es del 95%)
- p = probabilidad de éxito o Proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = probabilidad de fracaso 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

¿Qué cantidad se tendrá que estudiar de 9.500 empresas en la ciudad de Girardot?

- N = 9.500
- Z_a^2 = 1.962 la seguridad es del 95%
- p = 05 % = 0.05
- q = 1 – p, en este caso 5% = 1 - 0.05 = 0.95
- d = En este caso deseamos un 5%.

$$n = \frac{9500 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.05^2 \times (9500 - 1) + 1.962^2 \times 0.06 \times 0.95} = 70$$

5.3 Modelo de Encuesta

OBJETIVO

Investigar la factibilidad en las empresas a la ciudad de Girardot al mercado de eventos Empresariales y sociales. Este estudio es realizado a empresas en la región y a personas del común.

La información aquí suministrada será utilizada exclusivamente para fines académicos.

DATOS GENERALES

Lea cuidadosamente cada una de las siguientes afirmaciones:

1. ¿En algún momento ha realizado un evento empresarial?

Sí _____ No _____

2. ¿Usted ha contratado una empresa que brinde servicios de logística para eventos empresariales?

Sí _____ No _____

3. ¿Qué es lo más importante al momento de contratar una empresa de logística de eventos?

Que tenga experiencia dentro del mercado

Que ofrezca nuevas opciones

Que tenga precios asequibles

Que esté cerca de donde va a realizar su evento

Que tenga variedad en los productos que ofrece

4. ¿En qué evento contrataría este tipo de servicio?

Evento empresarial

Conciertos

Convenciones

Seminario

Otro tipo de evento _____ ¿Cuál? _____

5. ¿Cuántas veces al año organiza sus reuniones?

1 a 3 ____

3 a 5 ____

6 a 7 ____

Ninguna_____

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por un evento?

Entre \$1.500.000 - \$ 2.000.000

Entre \$2.100.000- \$ 3.000.000

Entre \$ 3.000.000 en Adelante

7. ¿Le interesaría que exista en el mercado una nueva empresa de eventos empresariales?

Sí _____ No_____

8. Entre estos servicios para reuniones sociales. ¿Cuál considera más importante?

Animadores

Decoración

Meseros

Música

Fotografía

9. ¿Sí usted fuera el gerente del proyecto, que nombre de las siguientes opciones escogería para el nombre de la empresa?

Eventox Shop

Sueño Real Bodas& Eventos

Business Event

The Five in Events

10, ¿Cuál es para usted el sector más adecuado para que se encuentren ubicadas las oficinas de esta empresa que brinda el servicio de eventos sociales y empresariales?

Norte Girardot _____ Centro de Girardot_____ Sur de Girardot_____

11. ¿En qué medio se informa para conocer acerca de los servicios de realización de eventos?

Internet ____
 Periódico ____
 Publicidad exterior ____
 Radio ____
 Otro ____ cual ____

12. ¿Al realizar un evento que tiene en cuenta?

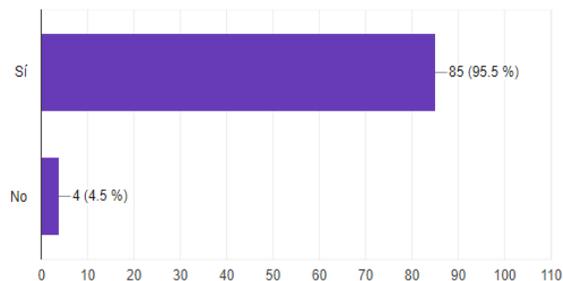
Precio ____
 Ubicación ____
 Calidad ____

Gracias por su tiempo y colaboración, sus respuestas serán muy útiles para este trabajo de investigación

5.4 Tabulación de Encuesta

1. ¿En algún momento ha realizado un evento empresarial?

Gráfica 3- ¿En algún momento ha realizado un evento empresarial?

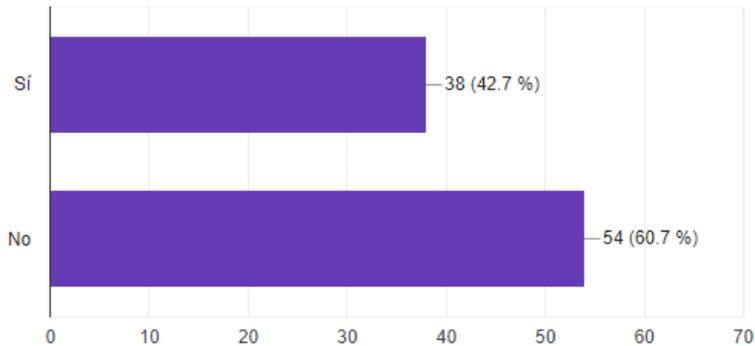


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la gráfica el 85% de los encuestados respondieron que sihan realizado eventos empresariales, para este modelo de negocio es aplicable el estudio realizado.

2. ¿Usted ha contratado una empresa que brinde servicios de logística para eventos empresariales?

Gráfica 4- ¿Usted ha contratado una empresa que brinde los servicios de logística para eventos empresariales?

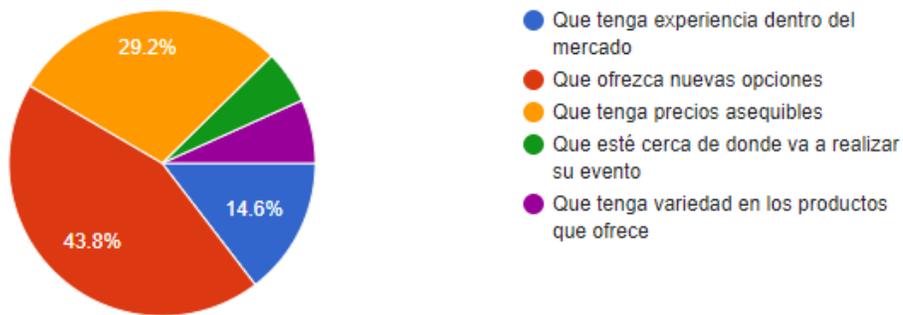


Fuente: Elaboración propia.

Se evidencia que la mayoría de los encuestados con un 60% no han contratado una empresa de este tipo de servicios de logística en la ciudad de Girardot .

3. ¿Qué es lo más importante al momento de contratar una empresa de logística de eventos?

Gráfica 5- ¿Qué es lo más importante al momento de contratar una empresa de logística de eventos?

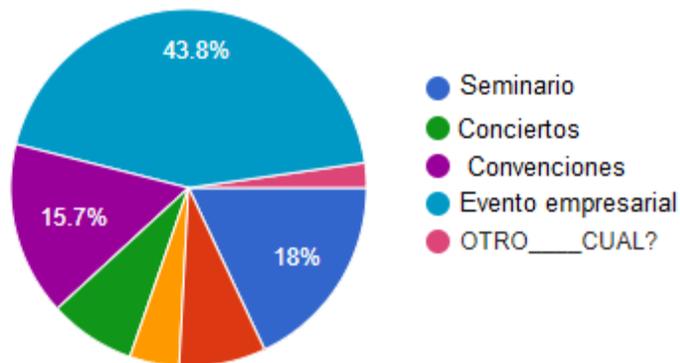


Fuente: Elaboración propia.

El resultado indica que el 43% de los encuestados buscan en la ciudad de Girardot nuevas propuestas teniendo en cuenta la innovación de cada uno de los eventos.

4. ¿En qué ocasión contrataría este tipo de servicio?

Gráfica 6- ¿En qué ocasión contrataría este tipo de servicio?

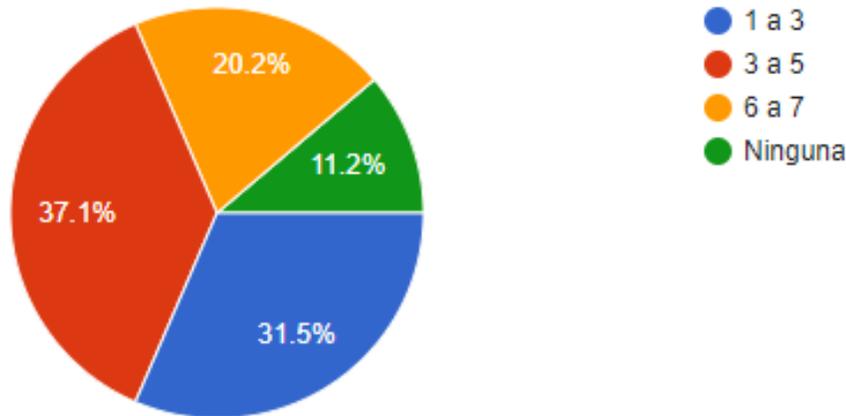


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la gráfica el 43,8% de los encuestados optaron por los eventos empresariales, seguido de Bodas y 15 años con el 18% y Conciertos con el 15,7%.

5. ¿Cuántas veces al año organiza sus reuniones?

Gráfica 7- ¿Cuántas veces al año organiza sus reuniones?

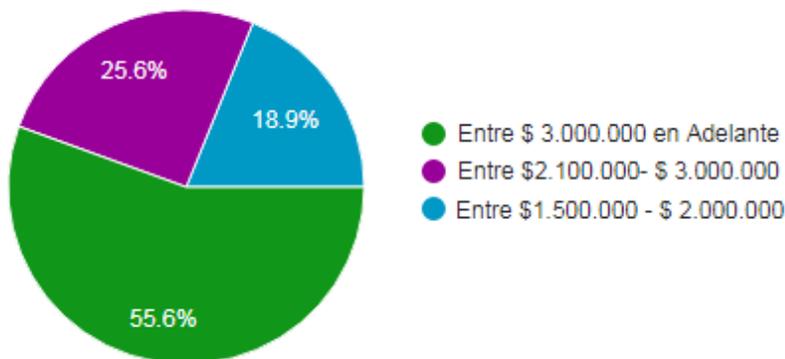


Fuente: Elaboración propia.

La frecuencia con el que los encuestados organizan sus reuniones sociales es de 3 a 5 al año que representa el 37,1% de los encuestados seguido con el 31,5% de 1 a 3 veces en el año.

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por un evento?

Gráfica 8- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por un evento?

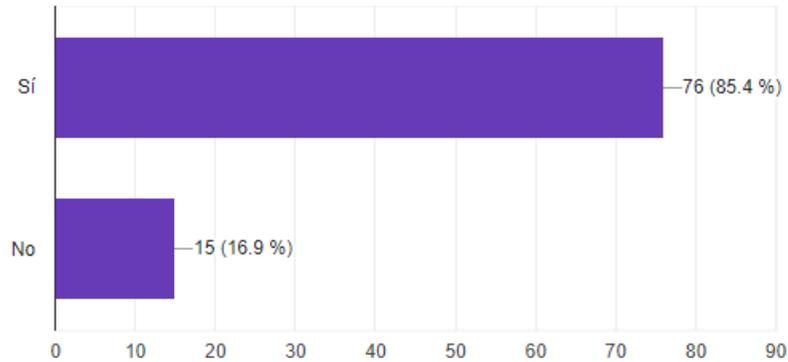


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la gráfica los encuestados están dispuestos a pagar de 3.000.000 en adelante, representado por el 55,6% de los encuestados, seguido por el 25,6% de 2.100.000 a 3.000.000.

7. ¿Le interesaría que exista en el mercado una nueva empresa de eventos empresariales?

Gráfica 9- ¿Le interesaría que exista en el mercado una nueva empresa de eventos empresariales?

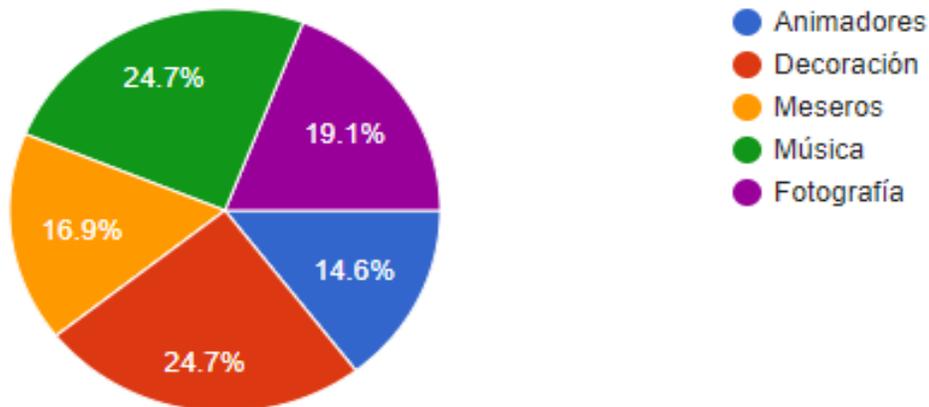


Fuente: Elaboración propia.

En esta grafica se puede apreciar que el 76% están interesados en que exista una nueva empresa que oferte eventos empresariales.

8. Entre estos servicios para reuniones sociales, ¿Cuál considera más importante?

Gráfica 10- Entre estos servicios para reuniones sociales, ¿Cuál considera más importante?

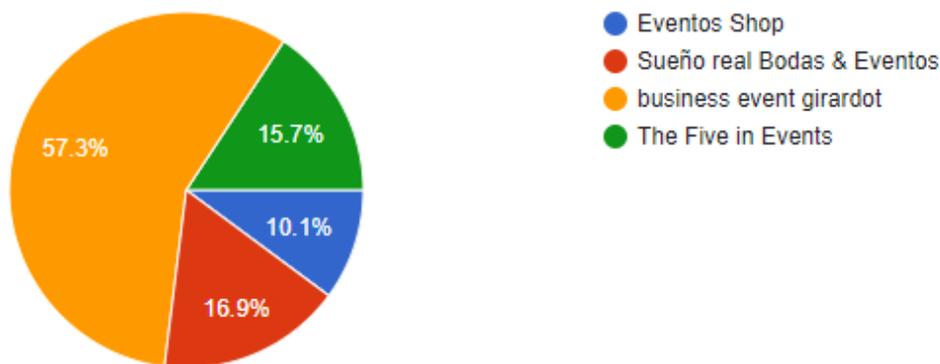


Fuente: Elaboración propia.

En este caso los encuestados consideran que los más importantes en las reuniones sociales son la decoración y la música, ambos con el 24,7% de los encuestados.

9. ¿Sí usted fuera el gerente del proyecto, que nombre de las siguientes opciones escogería para el nombre de la empresa?

Gráfica 11- ¿Sí usted fuera el gerente del proyecto, que nombre de las siguientes opciones escogería para el nombre de la empresa?

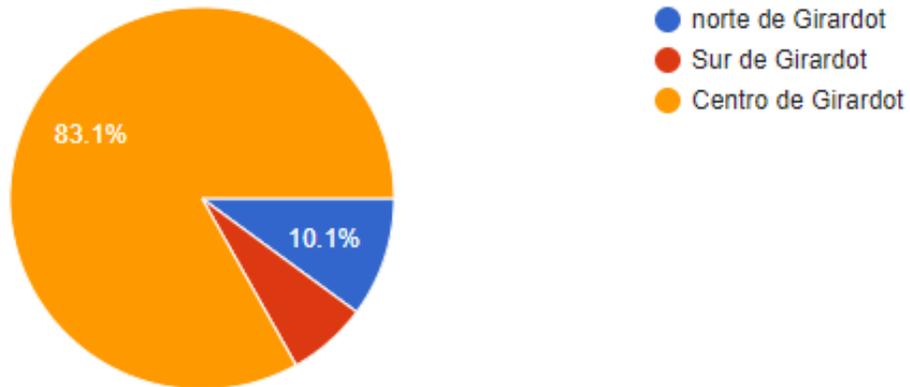


Fuente: Elaboración propia.

El 57,3% de los encuestados optaron por el nombre de la empresa **Business Event**, seguido con el 16,9% el nombre de Sueño Real Bodas & Eventos.

10. ¿Cuál es para usted el sector más adecuado para que se encuentren ubicadas las oficinas de esta empresa que brinda el servicio de eventos sociales y empresariales?

Gráfica 12- ¿Cuál es para usted el sector más adecuado para que se encuentren ubicadas las oficinas de esta empresa que brinda el servicio de eventos sociales y empresariales?

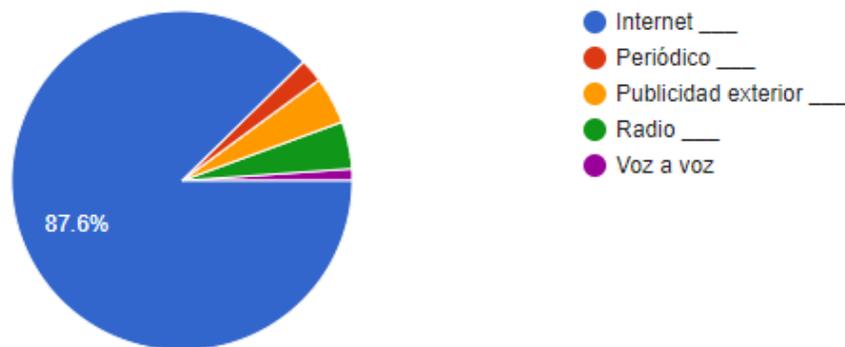


Fuente: Elaboración propia.

Los encuestados en su mayoría decidieron que el sector más adecuado para que se encuentren las oficinas de la empresa se ubique en el centro de Girardot, siendo el 83,1% de los encuestados.

11. ¿En qué medio se informa para conocer acerca de los servicios de realización de eventos?

Gráfica 13- ¿En qué medio se informa para conocer acerca de los servicios de realización de eventos?

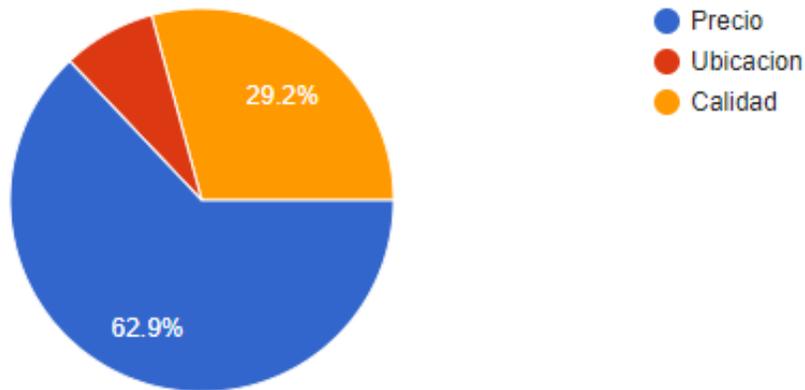


Fuente: Elaboración propia

Con un total de 87,6% de los encuestados dio como resultado que el medio con el que se informan acerca de los servicios con relación a eventos es el internet.

12. ¿Al realizar un evento que tiene en cuenta?

Gráfica 14- ¿Al realizar un evento que tiene en cuenta?



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los encuestados tienen en cuenta al momento de realizar o contratar un servicio de evento es el precio con el 62,9%, seguido de la calidad con el 29,2%.

7. ESTUDIO DE MERCADO

7.1 Introducción

Este estudio pretende establecer el tamaño y la capacidad adquisitiva del mercado, necesarios para el desarrollo del proyecto, estudiando variables como, precios, competencia, canales de distribución, oferta y demanda, etc.

Este estudio se realiza con el fin de conocer el mercado objetivo al cual se va a ofrecer el servicio.

A) Objetivo del estudio

1. Identificar la cantidad de la demanda estimada
2. Establecer el segmento del mercado
3. Identificar el precio que están dispuestos a pagar por el servicio
4. Conocer si las características del servicio se ajustan la preferencia del consumidor

7.2 Análisis del Sector

El mercado de la realización de eventos en Colombia va en crecimiento y se encuentra actualmente en desarrollo, razón por el cual el país se ha internacionalizado para los últimos 4 años de manera positiva, obteniendo un incremento en toda una serie de eventos a nivel nacional e internacional en las principales ciudades de Colombia como; Bogotá DC, Cartagena, Cali y Medellín.

“Los hoteles, especialmente los urbanos, son los lugares más escogidos para hacer eventos. Por ello, deben entender su papel de proveedores principales de la industria y pensar en lo que sus clientes exigen (tecnología, procesos, innovación, sostenibilidad, etc.), de tal manera que puedan diseñar productos acordes a las

necesidades de los organizadores de eventos”, señala Édgar Blanco, docente de la facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras del Externado.¹⁸

La tecnología juega un papel muy importante, porque más allá de cables y equipos, el sector de las reuniones demanda centros de convenciones que estén en la capacidad de articular eventos virtuales, presenciales o híbridos, y junto al marketing digital para promocionar los eventos. Gustavo Adolfo Toro, presidente de Cotelco, advierte *“La promoción de la oferta Mice en los hoteles todavía es tradicional: se hace a través de una vendedora que visita las empresas, porque aún no se ha posicionado en el mercado una plataforma para reservar salones a través de medios digitales”*.¹⁹

Mice (congresos, incentivos, conferencias y exposiciones, por sus siglas en inglés) ha demostrado que cuenta con un gran potencial y Colombia aprovecha relacionándose con los gigantes de la industria, donde eventos cifras e infraestructura remodelada lo afirman.²⁰

Por otra parte el segmento corporativo representa el 35% del total de ventas de las agencias de viajes para la temporada de in de año. Esto quiere decir que la posibilidad del segmento del turismo soy relativamente amplias. Esto fue uno de los análisis en lo cual llevo a la conclusión en la encuesta que Anato realizo en sus afiliados, así mismo lo dio a conocer parcialmente en la última edición de su Vitrina, la cual se llevó a cabo del 21 al 23 de febrero del 2018 en Corferias.²¹

María Lorena Gutiérrez, ministra de Comercio, Industria y Turismo, asegura que *“Esta es una invitación a los inversionistas nacionales y extranjeros para que*

¹⁸Dinero, Centro de Convenciones, Artículo Tendencias y retos del sector Mice en 2018, 2018.

¹⁹Ibídem

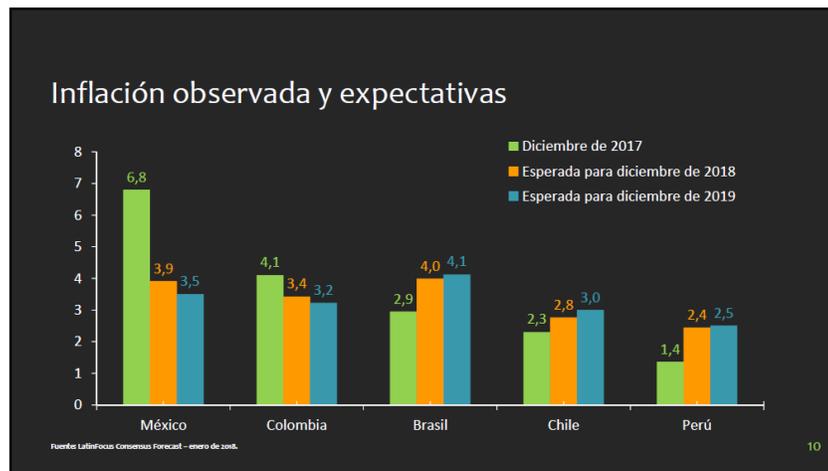
²⁰Dinero, Centro de Convenciones, Artículo Potencial económico del sector Mice en Colombia, 2018

²¹Ibídem

conozcan las oportunidades que hay en Colombia y continúen haciendo buenos negocios con aliados colombianos”.²²

7.3 Inflación Proyectada²³

Gráfica 15- Inflación Proyectada



Fuente: Sitio web corporativo del Banco de la Republica de Colombia

De acuerdo a la gráfica, se tiene la expectativa que para el 2018 la inflación en Colombia se ubique en 3,4%.

7.4 Análisis del Mercado

7.4.1 Mercado Potencial: El mercado potencial que se establece para el presente estudio se compone de 728.784²⁴empresas en Bogotá D.C., que están compuestas por 465.237 personas naturales y 263.547 por personas jurídicas, según cámara de comercio de Bogotá. Por otra parte según

²²Ibídem

²³ Echavarría, Juan José, Informe Sobre Inflación, Banco de la Republica de Colombia, febrero 2018

²⁴Cámara de Comercio de Bogotá D.C.

información suministrada por la Cámara de Comercio de Girardot, indico que hay 9.500²⁵ empresas activas en el municipio como Personas Jurídicas.

- 7.4.2 Mercado Objetivo:** Se compone de empresas que están categorizadas como personas naturales y personas jurídicas en la ciudad, la región y Bogotá D.C., que estén legalmente constituidas, sea cual sea su naturaleza u objeto social.
- 7.4.3 Segmento de Mercado:** Se tiene como segmento meta para el presente estudio a todas las empresas que están categorizadas como personas naturales y jurídicas. Por otra parte es difícil establecer la tasa de crecimiento de las empresas de este segmento, es necesario aplicar la tasa de crecimiento que tuvo en el año 2017 que fue del 8%, según cámara de comercio.
- 7.4.4 Mercado Consumidor:** Se hizo uso de las fuentes como lo son encuestas y métodos de observación a cada uno de los elementos claves, para analizar la información obtenida y resumirla con el fin de diseñar e implementar estrategias de mejora para la empresa y generar factores diferenciales de competitividad, comprendiendo ampliamente las Fortalezas y amenazas que enfrenta el negocio en el entorno. Nuestros principales consumidores son aquellas empresas que buscan la forma de realizar un evento empresarial, no solo para una fecha especial sino también para un momento de esparcimiento e integración con los colaboradores, que les deje de por vida un agradable recuerdo, además seremos un ideal para todas aquellas personas dueñas de empresas, soñadoras, detallistas de Girardot y la región que buscan nuestros servicios para la realización de algún tipo de evento.

²⁵Cámara de Comercio de Girardot

7.4.4.1 Características demográficas

- Edad:

Desde los 18 años en adelante

- Sexo:

Todos los géneros

- Nivel educativo:

Todos los niveles educativos

- Nivel socioeconómico:

Desde estrato 2 en adelante

- Nivel de ingresos:

Desde un salario mínimo legal

- Lugar de residencia:

Girardot y la región

Por otra parte es importante identificar las características de las empresas a ofrecer los servicios, como lo son industriales, servicios, comerciales y financieras.

7.4.5 Análisis de la Competencia: Actualmente las empresas que existen en el mercado ofrecen los servicios de fiestas, bodas y otros eventos pequeños, cabe resaltar que las empresas legalmente constituidas en la ciudad ofrecen sus servicios directamente a personas de estrados 4 y 5, porque sus precios están alrededor de 4.500.000. Por otra parte no hay empresas que oferten el tipo de servicios logísticos de eventos empresariales, lo cual le permita a las empresas realizar eventos sociales masivos, como también se pueden realizar eventos de negocios a inversionistas o empresas y eventos masivos que se pueda realizar para la ciudad y la región. Por tal razón no tenemos competidores directos en la ciudad.

Tabla 4- Análisis de la Competencia

EMPRESA	UBICACIÓN	SERVICIO	ESTRATEGIAS
BODA & EVENTOS MILFOR	CARRERA 14 #17-57	<p>Es una empresa con más de 15 años de experiencia en decoración y organización de eventos.</p> <p>Se caracterizan por la calidad e innovación, importando materiales de Miami.</p> <p>Tienen aspectos que han ayudado a ser líderes en el mercado local y regional.</p>	Segmentado en los estratos altos, publicidad radial.
CASEROLO EVENTOS	CALLE 21 #1-61	<p>Son un Grupo de profesionales Especializados en el área de Bienestar, Desarrollo Integral y Esparcimiento para las Familias, incluyendo Todas las edades (niños, jóvenes, Adultos y adulto Mayor) con experiencia en el mercado por más de 8 años en la logística de eventos</p>	Estrategias en las redes sociales, la promoción de sus servicios en las redes sociales ha sido fundamental para situar sus eventos en una dimensión mucho más amplia y con un alcance superior.
EVENTOS D&A	CARRERA 9 #18-63	<p>La empresa, ubicada en el municipio de Girardot le ofrece además de apoyo logístico elementos de decoración y adornos florales, adecuados para todo tipo de celebraciones (bautizos, primeras comuniones, fiestas de quince</p>	D & A Eventos se caracteriza por organizar eventos de manera meticulosa, enfocándose siempre en los detalles para que

EMPRESA	UBICACIÓN	SERVICIO	ESTRATEGIAS
		años y en general cualquier tipo de evento social.)	nada falle en los momentos más cruciales.
FLORISTERIA EKOS	CARRERA 19 # 18-03	Estas empresas se caracteriza por las decoraciones en flores naturales, reconocida a nivel regional por su gran distribución, sus precios son cómodos a comparación de la competencia.	El poder del detalle, por su gran influencia en el mercado de las flores Ekos a fidelizado sus clientes utilizando como factor diferenciador los detalles, que además cuentan con la ventaja añadida de ser un detalle ornamental típico de cada región

Fuente: Elaboración propia

7.5 Características del Servicio

Un evento implica crear un buen ambiente de comunicación y esparcimiento entre personas de diferentes sectores sociales y así mismo eventos empresariales. Por ello es necesario ejecutar con suma precaución la organización del evento contratado, previendo los aspectos técnicos, tecnológicos y el convencimiento de que los anfitriones y los invitados se retiren sintiendo que han cumplido sus expectativas de intercambiar conocimientos, lograr nuevos contactos, establecer

vínculo de amistad con las demás personas afines que hayan participado, pero sobre todo de cumplir con el sueño de esa persona o personas por la cual se realizó el esfuerzo de organizar el evento.

Tipo o clase de eventos

- Eventos: Empresariales
- Congresos o conferencias: Medicina, Ingeniería, Ambiental, Bancarios y demás de acuerdo a la demanda y al mercado.
- Convenciones

7.6 Plan de Mercadeo

7.6.1 Estrategia de Producto

El establecimiento de los servicios fue ideado de acuerdo a la necesidad y de cada una de las etapas que tiene que pasar un evento, desde su idealización, planeación y ejecución, lo cual requiere de mucho tiempo y de profesionales idóneos para que los eventos sean realizados con tal excelencia. Lo cual **Business Event** busca es que sus clientes solo tengan que hacer es de disfrutar del evento, dejando todo en las manos de expertos de la empresa, logrando ofrecer un evento personalizado de acuerdo a los gustos, preferencias y características del cliente y por intermedio de buenas prácticas en las negociaciones con los proveedores, diseñando de igual manera propuestas de acuerdo al mercado y al estado actual de la economía del país que garantice la rentabilidad de la empresa.

Para ello es necesario establecer los siguientes parámetros:

- Ofertar servicios personalizados e innovadores que permita penetrar nuevos mercados y ampliar la participación del mercado de la ciudad de Girardot.
- De acuerdo a la magnitud del evento se debe de concretar como mínimo de un mes hasta 4 meses de anticipación.
- Tener políticas bien definidas sobre el servicio al cliente.
- Capacitar al personal sobre la atención al cliente de manera constante.
- Orientar los procesos de tu negocio a las necesidades el cliente, no a las nuestras.
- Ofrecerle servicios adicionales que incrementen su experiencia de marca contigo.
- Realizar encuestas periódicas y fijas para medir el nivel de satisfacción del cliente.

7.6.2 Estrategia de Precio

Se tendrá en cuenta el costo de los materiales e insumos que se van a adquirir para cada tipo de evento, con base a esto se establecerá los precios de cada uno de los paquetes de servicios. De acuerdo a los precios establecidos por la competencia como estrategia se estableció que los precios deben ser del 10 al 15 por ciento más económicos que el actualmente existente en el mercado. Por otra parte la forma de pago será del 50% al reservar el evento y el 50% restante al finalizar el mismo.

El precio se ajusta de acuerdo al mercado, como el precio que maneja la empresa Joy List es el siguiente:

Evento para 120 personas tiene un valor de 5.000.000

Evento para 50 personas tiene un valor de 3.400.000

Evento para 30 personas tiene un valor de 2.250.000

Tabla 5- Precios de los Planes Ofertados

NOMBRE	PRECIO – COP	N° PERSONAS
Servicio Bronce	2.000.000	40
Servicio Plata	3.000.000	70
Servicio Oro	4.500.000	120
Convenciones	30.000.000	120

Fuente: Elaboración propia.

7.6.3 Estrategia de Distribución

De acuerdo al tipo de servicios ofertados, en cuanto a la producción y venta por lo general demanda constantemente un contacto directo, lo cual pueda generar una atención personalizada entre el productor y el consumidor, es necesario emplear un canal directo, que permita la presentación personalizada de los servicios ofrecidos en citas establecidas que se complementa con un plan de propuestas de acuerdo a las características del cliente y así brindarles variedad de opciones en la cual el cliente pueda escoger y ayudar en la creación de los eventos.

Establecer un canal propio permite ofrecer al cliente y al consumidor el servicio personalizado acorde a su medida. Al ser un servicio selectivo, los mecanismos de entrega serán completamente exclusivos y personalizados.

Es importante establecer un cronograma de operaciones que permita optimizar el tiempo que se destina o se requiere en la realización de un evento.

7.6.3.1 Tipo de canal de distribución

- Directo: Fabricante (Organizador) – Consumidor final (Cliente, Anfitrión).

7.6.3.2 Magnitud del canal de distribución

- Número de intermediadores: uno
Fabricante (Organizador) – Consumidor final (Cliente, Anfitrión).
- Número de puntos de ventas: Inicialmente un solo punto de venta

7.6.3.3 Calidad en los canales de distribución del servicio

- Superior, contaremos con los más altos estándares de Calidad en el mercado.

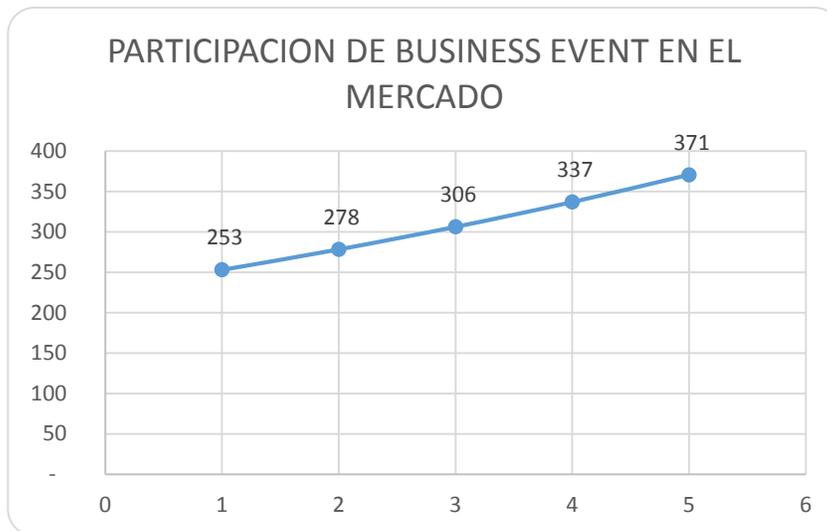
7.6.3.4 Participación en el Mercado

Tabla 6- Crecimiento en el Mercado

TOTAL MERCADO	273.047	
AÑO	CLIENTES	% DE MERCADO
1	253	0,0927%
2	278	10%
3	306	10%
4	337	10%
5	371	10%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 16- Crecimiento en el mercado



Fuente: Elaboración propia

7.6.3.5 Volumen Físico de Venta Estimado desde tres escenarios

Tabla 7- Volumen de Venta Estimado desde tres escenarios

ITEM	OPTIMISTA	PESIMISTA	REALISTA
Servicio Bronce	160	100	140
Servicio Plata	75	55	65
Servicio Oro	35	20	25
Evento Empresarial	26	13	20
Convenciones	6	1	3
TOTALES	302	189	253

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8- Volumen mensual de ingresos proyectado desde tres escenarios.

ITEM	OPTIMISTA	PESIMISTA	REALISTA
Servicio Bronce	320.000.000	200.000.000	280.000.000
Servicio Plata	225.000.000	165.000.000	195.000.000
Servicio Oro	157.500.000	90.000.000	112.500.000
Evento Empresarial	117.000.000	58.500.000	90.000.000
Convenciones	180.000.000	30.000.000	90.000.000
TOTALES	999.500.000	543.500.000	767.500.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9- Volumen de venta mensual de eventos empresariales del primer año

MES	EVENTOS
1	21
2	21
3	21
4	21
5	21
6	21
7	21
8	21
9	21
10	21
11	21
12	21
TOTAL	253

Fuente: Elaboración propia

7.6.4 Mercado Proveedor

Tabla 10- Mercado Proveedor

Nombre Proveedor	Teléfono	Dirección	Ciudad
Canasta Campesina	8889070	Cra. 10 N° 5 - 07	Girardot
El Paisa	3133896690	Cll. 17 N° 30 - 50	Girardot
Salsamentaría La 10	3116778844	Cra. 10 N° 16 - 10	Girardot
Chepe Empanadas	8365589	Cll. 9 N° 15 - 40	Girardot
Carnes El Cubano	3114567890	Cra. 8 N° 19 - 02	Girardot
La Esquina Del Pollo Criollo	3016678930	Tranv. 5 Cll 8 - 30	Ibagué
Moño Quesos	3156677908	Cra. 5 N° 15 - 50	Girardot
Guillermo Distribuidor Huevos	3208890336	Cll. 4 N° 3 - 09	Girardot
Distribuidora el Palmar	3115789080	Cll. 8 N° 19 - 20	Girardot
Carnes Nápoles	3145562340	Av. Jiménez	Bogotá
Agua Don García	3204456690	Cra. 10 N° 16 - 29	Girardot
Lago Mar el Peñón	3213452278	Vía Girardot - Melgar	Girardot
Carnes Nápoles	3505674563	Calle 25 N° 10-33	Girardot
Agua Don García	3124563856	Calle 22 N° 8A - 56	Girardot
Distribuidora H.B	3224563780	Av. Cra. 15 N° 63 - 107	Bogotá

Fuente: Elaboración propia.

7.6.5 Estrategia de Publicidad

La forma en que se dará a conocer la empresa y los servicios a sus clientes es mediante, relaciones públicas junto a la administración municipal y departamental, visitas a clientes, pasa calles, volanteo, promocionar por medio de las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y demás que sean pertinentes de acuerdo a la situación del entorno. Es importante establecer conexiones con los clientes mediante asesores integrales que le permita ofrecer un servicio personalizado, en donde les permita conocer a los clientes e identificar sus necesidades, brindando un servicio a la medida y diferenciador.

7.6.6 Merchandising

Se emplea elementos como el Brochure, Material P.O.P (Por sus siglas en ingles Point Of Purchase), Diseños estándar en la cual los clientes pueden visualizar al momento de visitar la tienda, como también el diseño de piezas graficas que incluye papelería corporativa.

7.6.7 Vitrinismo

Es importante emplear esta técnica donde se puedan exhibir algunos de nuestros servicios y el tipo de decoración para poder captar la atención del cliente, esta técnica permite vender de manera silenciosa y poder brindarle la mejor experiencia al cliente.

7.6.8 Estrategia de Mercado

Para este reseña se evidencia que es una de las mayores estrategias para poder determinar dónde va ser mi entorno y cuál va ser el mecanismo de competición e innovación para poder luchar con mi mayor competidor cabe resaltar que en este momento en la región del alto magdalena y Bogotá D.C., los competidores son muy mínimos y las estrategias de mercados se pueden manejar de manera libre y deliberada. De acuerdo con lo anterior se establecen las siguientes estrategias de mercado:

- Actualmente lo que se puede tener en cuenta para una estrategia de mercado es la de voz a voz ya que es la mayor rentabilidad que da una empresa como está el equilibrio necesario para poder abarcar más el mercado.

- Marketing de fidelización la publicidad que se ofrece en **Business Event** es una de las mejores ya que en Girardot y la región es las redes sociales las mayores vistas en Colombia.
- Posicionamiento para la paginas de buscadores lo que se pretende es que la marca de **Business Event** al momento que la persona busque en internet le muestre el logo y así llamar su atención.
- Telemarketing llamar a los posibles clientes y recordarles que se les ofrece el 5% de descuento por contratar nuestros servicios.

7.6.9 Estrategia de Plaza

En las estrategias de mercado es de suma importancia tener en cuenta poder dar prioridad al mercado que actualmente nos vamos a desarrollar, lo más importante para **Business Event** es tener a sus clientes satisfechos y sobre todo poder tener algo diferenciador en cada uno de sus eventos. Siempre teniendo su servicio de alta calidad. Con base en lo anterior se determina las siguientes estrategias;

- Ofrecer nuestros Brochure vía Internet (Redes sociales), vía telefónicas, Por medio de correos electrónicos y Visitar a nuestros posibles clientes.
- Ubicar nuestros servicios en todos los puntos de ventas habidos y por haber (organización intensiva a las empresas de la región).
- Hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestros Servicios o aumentar nuestros clientes.
- Señalizar las vías de acceso al negocio.
- Tener Mapa de ubicación impreso y en la Página web corporativa.

- Establecer Alianzas Estrategias con empresas que permitan colocar publicidad.

7.6.10 Costo Por Servicios

7.6.10.1 Servicio Bronce

Tabla 11- Servicio Bronce – 40 personas

CONCEPTO	VALOR
Asesoría de Imagen, Decoración y Vestuario	150.000
Champaña – Copa	40.000
Decoración de la mesa del ponqué	80.000
Alquiler del salón (incluye decoración)	300.000
Mesas y Sillas decoradas	100.000
Comida (Plato sencillo)	300.000
Meseros	60.000
Menaje	70.000
TOTAL	1.100.000

Fuente: Elaboración propia.

7.6.10.2 Servicio Plata

Tabla 12- Servicio Plata 70 Personas

CONCEPTO	VALOR
Asesoría de Imagen, Decoración y Vestuario	200.000
Champaña – Copa	60.000
Decoración del salón	80.000
Alquiler del salón	400.000
Mesas y Sillas decoradas	150.000
Comida (Plato sencillo)	390.000
Música de fondo	150.000
Meseros	60.000
Arreglos Florales	150.000
Menaje	70.000
TOTAL	1.710.000

Fuente: Elaboración propia.

7.6.10.3 Servicio Oro

Tabla 13 - Servicio Oro – 120 personas

CONCEPTO	VALOR
Asesoría de Imagen, Decoración y Vestuario	250.000
Copa de Vino	150.000
Decoración del salón	130.000
Alquiler del salón	700.000
Mesas y Sillas decoradas	200.000

Comida tipo Bufet más Pasa bocas	900.000
Música de fondo o con animación	300.000
Meseros	60.000
Arreglos Florales	120.000
Fotos del evento más CD con Video	150.000
Menaje	80.000
Decoración de la mesa que Incluye Ponqué	200.000
Licores y bebidas	300.000
TOTAL	3.540.000

Fuente: Elaboración propia.

7.6.10.4 Servicio de Convenciones

Tabla 14 - Servicio de Convenciones – 120 personas

CONCEPTO	VALOR
Papelería (memorias, libretas, recordatorios)	2.500.000
Conferencista	7.500.000
Alojamiento doble tres estrellas	5.000.000
Estación de agua y café	200.000
Coffee Break	300.000
Almuerzo	1.400.000
Cena	1.200.000
Salón	2.000.000
Transporte	200.000
TOTAL	20.300.000

Fuente: Elaboración propia.

7.6.10.5 Proyección anual Precio de Venta por Servicio

Tabla 15- Proyección Anual Precio de Venta por Servicio

PRECIO DE VENTA POR SERVICIOS					
AÑO	1	2	3	4	5
Servicio Bronce	2.000.000	2.068.000	2.138.312	2.211.015	2.286.189
Servicio Plata	3.000.000	3.102.000	3.207.468	3.316.522	3.429.284
Servicio Oro	4.500.000	4.653.000	4.811.202	4.974.783	5.143.925
Evento Empresarial	4.500.000	4.653.000	4.811.202	4.974.783	5.143.925
Convenciones	30.000.000	31.020.000	32.074.680	33.165.219	34.292.837
Inflación 2018	3,4%				

Fuente: Elaboración propia.

7.6.10.6 Proyección Anual Ingresos por Servicio

Tabla 16 - Proyección Anual Ingresos por Servicio

AÑO	UNIDADES	INGRESOS
1	253	506.229.138
2	278	556.852.052
3	306	612.537.257
4	337	673.790.983
5	371	741.170.081

Fuente: Elaboración propia

7.6.11 Proyección gasto de Publicidad

Tabla 17- Proyección Gasto de Publicidad

CONCEPTO	VALOR COP
Redes sociales – Diseño Grafico	600.000
Página Web	800.000
Pasacalles	500.000
Brochure	600.000
TOTAL	2.500.000

Fuente: Elaboración propia.

7.7 Logo

Figura 5- Logo



7.8 Eslogan

Recreando tu idea!

8. ESTUDIO TÉCNICO

8.1 Introducción

Este estudio se realiza con el fin de conocer los costos del proyecto y analizar el proceso productivo y administrativo de la empresa.

A) Objetivos del estudio.

1. Conocer los costos de la prestación del servicio
2. Conocer el proceso productivo y administrativo
3. Conocer la inversión necesaria
4. Establecer los cargos y funciones necesarios

8.2 Estudio del Servicio

8.2.1 Descripción de servicio

La empresa tiene como fin la prestación de un servicio completo y de calidad a cada uno de sus clientes, mediante el cual se busca satisfacer las necesidades de éstos. Este servicio consiste en la organización de eventos sociales, en el cual de acuerdo a las especificaciones del cliente acerca de qué es lo que espera de su evento y como lo quiere, la empresa será capaz de idear éste y llevarlo a cabo, en tiempo y forma tal y como fue estipulado por el cliente, sin que éste se estrese por la realización del mismo.

El servicio que será prestado por la Logística de Eventos de **Business Event**, consistirá en acompañar, organizar, desarrollar y coordinar cualquier tipo de eventos aquí mencionados.

8.2.2 Diseños

Los servicios que se prestarán deberán estar diseñados para que las personas puedan acceder fácilmente a ellos, dado que se ofrecerían en varios paquetes los cuales tendrán diferentes precios. El proceso para la prestación óptima de los servicios se llevaría a cabo por medio de la subcontratación (outsourcing) de las actividades secundarias y las actividades de asesoría personalizada en cuanto a imagen, decoración y vestuario serán realizadas directamente por la empresa por medio de freelance, una vez realizado esto, agruparlos para ser otorgados al cliente a través de la realización de su evento.

8.3 Localización

La ubicación geográfica de la empresa **Bussines Evento**, busca tener un espacio estratégico para que los clientes y proveedores de Girardot y la región tengan fácil acceso, para ello estará ubicada en el municipio de Girardot Cundinamarca, debido a su ubicación estratégica ya que está en el centro de la región del alto magdalena, esto facilita el ingreso de los proveedores y es más accesible para nuestros clientes, es una zona donde hay afluencia de turistas.

Figura 6- Localización



Fuente: Google Maps.

8.4 Macro – Localización

Tabla 18- Macro – Localización

MACRO LOCALIZACION							
CRITERIO	PESO (1-5)	GIRARDOT		RICAURTE		FLANDES	
		Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación
Disponibilidad de los Insumos	30,0%	4	1,20	3	0,90	2	0,6
Precios de Insumos	27,0%	4	1,08	2	0,54	1	0,27
Políticas de Desarrollo	14,0%	4	0,56	2	0,28	1	0,14
Incentivos Tributarios	7,0%	3	0,21	1	0,07	3	0,21
Costos de terrenos e inmuebles	22,0%	2	0,44	3	0,66	3	0,66
TOTAL	100%		3,49		2,45		1,88

Fuente: Elaboración propia.

8.5 Micro – Localización

Tabla 19- Micro – Localización.

MICRO LOCALIZACION							
CRITERIO	PESO (1-5)	GIRARDOT		RICAURTE		FLANDES	
		Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación
Servicios Públicos	30,0%	5	1,5	4	1,2	5	1,5
Plan de Ordenamiento Territorial	27,0%	4	1,08	3	0,81	3	0,81
Características de la Población	14,0%	4	0,56	3	0,42	2	0,28
Actividades Económicas de la zona	7,0%	4	0,28	2	0,14	2	0,14
Seguridad	22,0%	3	0,66	3	0,66	1	0,22
TOTAL	100%		4,08		3,23		2,95

Fuente: Elaboración propia.

En la micro localización se buscó un lugar de constante afluencia de población, en este caso el centro de la ciudad de Girardot.

Análisis de Procesos, Tiempo y Movimiento

Tabla 20- Descripción de Actividades

ACTIVIDADES	TIEMPO					
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6
Constitución de empresa	X	X				
Contratación Personal	X	X				
Campaña Publicitaria		X	X	X	X	X
Plan de Ventas		X	X	X	X	X
Puesta en Marcha		X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia.

8.6 Requerimiento en Activos Fijos.

8.6.1 Inmuebles.

- Se debe tomar un local en arriendo, al iniciar el presente estudio para el área Comercial y ventas.

8.6.2 Muebles y Enseres de Oficina

Tabla 21- Muebles y Enseres

BALANCE DE MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA						
ITEM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE LIQUIDACION	INGRESO TOTAL
Mesa de Escritorio	2	900.000	1.800.000	5	450.000	1.530.000
Silla Ergonómica	2	350.000	700.000	5	175.000	595.000
Sillas Semi ergonómica	4	200.000	800.000			
Computador	5	1.300.000	6.500.000	5	650.000	5.525.000
Impresora Láser	2	1.000.000	2.000.000	5	500.000	1.700.000
Escáner	1	500.000	500.000	5	250.000	425.000
Sofá	1	1.200.000	1.200.000	5	600.000	1.020.000
Celular	2	500.000	1.000.000	5	250.000	850.000
Videobem	4	2.000.000	8.000.000	5	1.000.000	6.800.000
Panel Proyector	4	500.000	2.000.000	5	250.000	1.700.000
Televisores LED	4	2.100.000	8.400.000	5	1.050.000	7.140.000
Sillas sencillas	10	100.000	1.000.000	5	50.000	850.000
TOTALES		10.650.000	33.900.000		5.225.000	28.135.000

Fuente: Elaboración propia.

8.6.3 Muebles y Enseres de Evento

Tabla 22- Muebles y Enseres de Evento

BALANCE DE MUEBLES Y ENSERES EVENTO						
ITEM	CANTIDAD	COSTO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE LIQUIDACION	INGRESO TOTAL
Menaje Infantil	120	60.000	7.200.000	5	30.000	3.600.000
Bouquet y Botonier	2	50.000	100.000	5	25.000	50.000
Decoración entorno	2	200.000	400.000	5	100.000	200.000
Baúl Lluvia de sobre	2	50.000	100.000	5	25.000	50.000
Antorchas	8	10.000	80.000	5	5.000	40.000
Centros de mesa	24	25.000	600.000	5	12.500	300.000
Silla o Columpio	2	40.000	80.000	5	20.000	40.000
Soporte Ponqué	3	50.000	150.000	5	25.000	75.000
Menaje Adulto	120	100.000	12.000.000	5	50.000	6.000.000
Mantel Rectangular (2 tipos)	48	30.000	1.440.000	5	15.000	720.000
Mesas	24	60.000	1.440.000	5	30.000	720.000
Sillas	120	50.000	6.000.000	5	25.000	3.000.000
Proyectores y Bases	2	3.000.000	6.000.000	5	1.500.000	3.000.000
Dispensador Cambro	2	20.000	40.000	5	10.000	20.000
Forros	93	4.500	418.500	5	2.250	209.250
Samborar Rectangular	3	125.000	375.000	5	62.500	187.500
Samborar Redondo	1	125.000	125.000	5	62.500	62.500
Tela Colgar 10 MTS Blanca	5	30.000	150.000	5	15.000	75.000
Tiras Colgar Rojas	8	15.000	120.000	5	7.500	60.000
Velo Tool 20 MTS Fucsia, Rosa, Blanco	3	40.000	120.000	5	20.000	60.000
TOTALES		4.084.500	36.938.500		2.042.250	18.469.250

Fuente: Elaboración propia.

8.7 Calendario de Reposición

Tabla 23- Reposición de Muebles y Enseres de Oficina

CALENDARIO DE REPOSICION EN AÑOS							
ITEM	1	2	3	4	5	6	7
Mesa de Escritorio					1.800.000		
Silla Ergonómica					700.000		
Sillas Semi ergonómica					800.000		
Computador					6.500.000		
Impresora Láser					2.000.000		
Escáner					500.000		
Sofá					1.200.000		
Celular					1.000.000		
Videobem					8.000.000		
Panel Proyector					2.000.000		
Televisores LED					8.400.000		
Sillas sencillas					1.000.000		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 24- Reposición de Muebles y Enseres de Evento

CALENDARIO DE REPOSICION EN AÑOS							
ITEM	1	2	3	4	5	6	7
Menaje Infantil					7.200.000		
Bouquet y Botonier					100.000		
Decoración entorno					400.000		
Baúl Lluvia de sobre					100.000		
Antorchas					80.000		
Centros de mesa					600.000		
Silla o Columpio					80.000		
Soporte Ponqué					150.000		
Menaje Adulto					12.000.000		
Mantel Rectangular (2 tipos)					1.440.000		
Mesas					1.440.000		
Sillas					6.000.000		
Proyectores y Bases					6.000.000		
Dispensador Cambro					40.000		
Forros					418.500		
Samborar Rectangular					375.000		
Samborar Redondo					125.000		
Tela Colgar 10 MTS Blanca					150.000		
Tiras Colgar Rojas					120.000		
Velo Tool 20 MTS Fucsia, Rosa, Blanco					120.000		

Fuente: Elaboración propia.

8.8 Balance de Personal

Tabla 25- Balance de Personal

BALANCE DE PERSONAL			
CARGO	Nº DE PUESTOS	REMUNERACION MENSUAL	
		UNITARIO	TOTAL
Gerente	1	3.000.000	3.000.000
Ingeniero de sonido	1	1.500.000	1.500.000
Asesor de Diseño	1	1.500.000	1.500.000
Asesores	2	900.000	1.800.000
TOTAL MENSUAL	5	6.900.000	7.800.000
TOTAL ANUAL		82.800.000	93.600.000

Fuente: Elaboración propia.

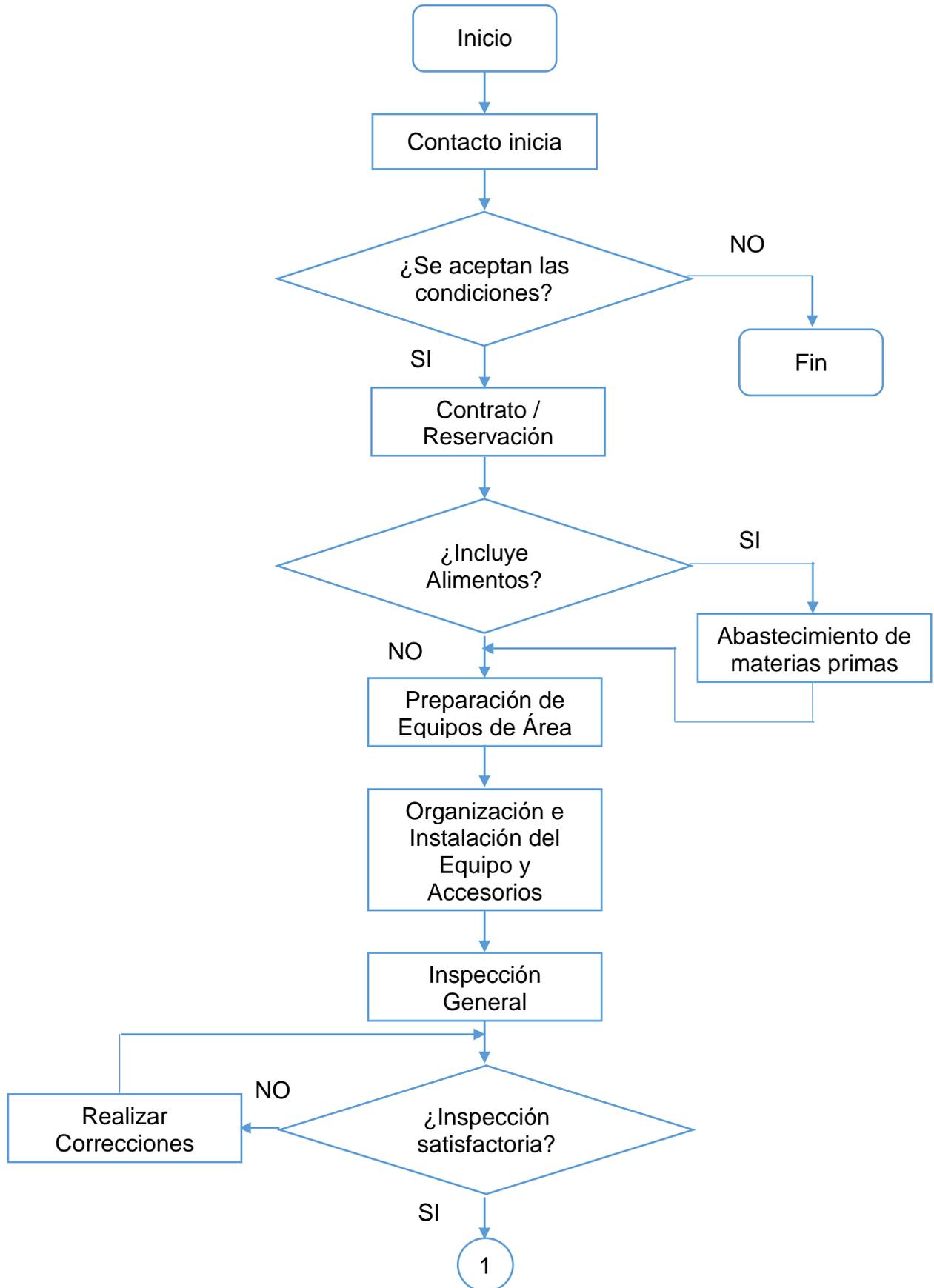
8.9 Gasto de Legalización

Tabla 26- Gasto de Legalización

GASTO LEGALIZACION	
ITEM	COSTO
Registro Mercantil	1.300.000
Asesor Legal	1.000.000
Prodesarrollo	300.000
Sayco y Acinpro	200.000
TOTAL	2.800.000

Fuente: Elaboración propia

8.10 Flujograma de Proceso



8.11 Distribución en Planta del Evento

Figura 7 - Distribución en Planta del Evento



Fuente: Tomada del sitio web corporativo de archdaily.

8.12 Distribución en Planta Local área Comercial y Ventas

Figura N° - Distribución en Planta del Edificio



Fuente: Tomada del sitio web corporativo vipnotic.

8.13 Descripción Grafica de Eventos

8.13.1 Evento Servicio Bronce

Figura 8- Evento Servicio Bronce



Fuente: Tomada del sitio web corporativo Bodas

8.13.2 Evento Servicio Plata

Figura 9- Evento Servicio Plata



Fuente: Tomada del sitio web corporativo de mercadolibre

8.13.3 Evento Servicio Oro

Figura 10- Evento Servicio Oro



Fuente: Tomada del sitio web corporativo Bodas

Figura 11- Comida Tipo Bufet



Fuente: Tomada del sitio web corporativo Balderas.

8.13.4 Evento Empresarial

Figura 12- Evento Empresarial



Fuente: Tomada del sitio web corporativo Biró Consultora.

8.13.5 Convenciones

Figura 13- Convenciones



Fuente: Tomada del sitio web corporativo Centro de Convenciones Daniel Alcides Carrión.

8.14 Características y Descripción

8.14.1 Características físicas

Las características que tendrá un evento de tipo social en **Business Event** será:

- El lugar para la celebración será adecuado para albergar entre 40 y 120 personas.
- La comida sería contratada a especialistas en el área.
- Las sillas y las mesas serán adecuadas y decoradas acorde a la ocasión u otro tipo de eventos.
- El sitio será muy apropiado para realizar actividades diurnas o nocturnas. Se tendrá un juego de luces de neón para iluminar el sitio en las fiestas nocturnas.
- Se realizara directamente los servicios de decoración de salón.
- Se tendría el servicio de Dj, música y grupos musicales de diferentes géneros.
- Los meseros serian un servicio que se contrataría.
- El servicio de tarjetería también se prestaría y el cual se caracterizará por la utilización de diferentes materiales y creatividad en los diseños.
- La grabación de videos y las fotos de los eventos, estará en manos de expertos quienes garantizaran el trabajo que realizarían.

9. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

9.1 Introducción

Diseñar la estructura organizacional funcional, definiendo niveles de autoridad, salarios, responsabilidades, manuales de funciones que conlleven a un clima organizacional favorable para la obtención de los objetivos.

A) Objetivos del estudio

1. Identificar la cantidad necesaria de colaboradores.
2. Establecer los perfiles, funciones y habilidades.
3. Determinar la escala salarial según su nivel jerárquico.
4. Conocer los criterios y el método que se empleara para contratar al personal.

9.2 Marco Teleológico

Misión

Ofrecer un amplio portafolio de servicios que satisfaga las necesidades requeridas por nuestros clientes, con eficacia, a precios asequibles y con altos estándares de calidad en los servicios que nos permita realizar cada evento con excelencia, así mismo brindar soluciones integrales y acorde a las exigencias del mercado Y aportando soluciones creativas e innovadoras.

Visión

Ser una empresa líder en el ámbito de servicios logísticos de eventos empresariales, en la ciudad de Girardot, para posteriormente abarcar el mercado nacional.

Objetivos

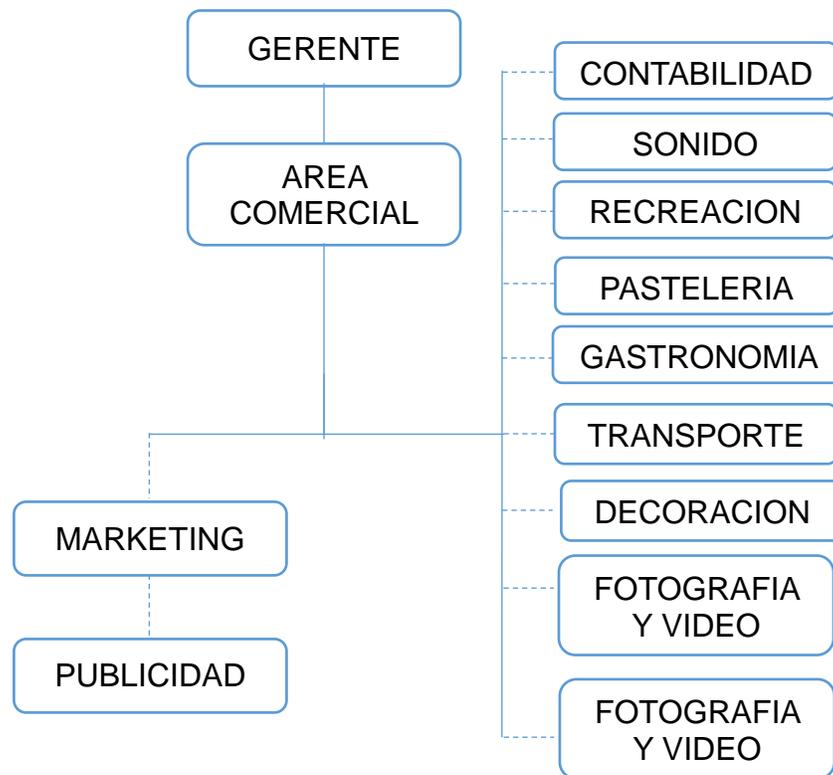
- Ser reconocida en la región por su excelencia en la realización de eventos y convenciones.
- Crear una reputación favorable con los clientes y empresas, para fomentar el crecimiento de nuestra cartera.

- Contribuir al desarrollo socioeconómico de la región en el desarrollo del presente estudio de factibilidad.
- Lograr una conexión con cada uno de los proveedores para contar con su responsabilidad y formalidad en cada uno de los servicios que aportan a la empresa, además de que éstos sean con costos especiales para la misma.

Valores Corporativos

- Innovación constante,
- Espíritu de servicio,
- Honestidad y profesionalidad,
- Uso racional de recursos,
- Responsabilidad social,
- Contribución al medio ambiente.

Organigrama



Fuente: Autora del estudio.

9.3 Cargos y Funciones

Gerente

- Planificar la estrategia para las actividades de suministro de la empresa (transporte, almacenaje, distribución) con el fin de garantizar la satisfacción del cliente.
- Desarrollar y aplicar procedimientos operativos para recibir, manejar, almacenar y enviar mercancías y materiales.

- Garantizar que las estructuras estén en su lugar para vigilar el flujo de mercancías (por ejemplo, sistemas informáticos de niveles de existencias, tiempos de entrega, costes de transporte y valoración del rendimiento).
- Coordinar y controlar los procesos logísticos.
- Asignar y gestionar los recursos de la plantilla conforme a las necesidades (cambiantes).
- Servir de enlace y negociar con otros departamentos, proveedores, fabricantes, empresas de transporte, clientes y minoristas.
- Controlar la calidad, el coste y la eficacia de los procesos logísticos, por ejemplo, analizando los datos.
- Analizar y resolver los problemas logísticos y planificar las mejoras.
- Mantenerse al día y reaccionar a las influencias externas, como la legislación, las normas relevantes y las necesidades de los clientes.
- Planificar, desarrollar y aplicar los correspondientes procedimientos de salud y seguridad en relación con el movimiento y almacenaje de mercancías.

Fuente: Información tomada del sitio web corporativo de Test

Contador

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido para Fondos de Empleados.
- Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios, de conformidad a la NIIF.
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Gerente, un balance de comprobación.

- Preparar y presentar las declaraciones tributarias del orden municipal y nacional, a los cuales el Fondo de Empleados esté obligado.
- Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.

Fuente: Información tomada del sitio web Corporativo de Barreiro.

Ingeniero de Sonido

- Realizar la sonorización de sonidos para los eventos, para que el volumen sea agradable a los oídos de los espectadores.
- Realizar un acondicionamiento acústico del lugar donde se va realizar el evento de manera que no se produzca eco durante la inauguración o actividad.
- Ajustar el ecualizador, es decir, la elaboración de un buen sonido, brindando más vigor a determinadas frecuencias para que los espectadores tengan la mejor calidad de sonido.

Fuente: Información tomada del sitio web Mas Educación Aptitus.

Recreador

- Realizar los principios básicos de la recreación, donde lleve a cabo el juego y la lúdica y sobre todo poder identificar la necesidad de cada uno de los eventos propuestos para así mismo asignar la recreación adecuada.
- Abarcar la estructura básica de la planeación de actividades recreativas y los eventos.

- Identificar las posibilidades de las herramientas del arte en la operación de actividades recreativas y empresariales.
- Realizar la planeación de actividades recreativas sencillas y de carácter empresarial.
- Desarrollar habilidades en el manejo de las herramientas de las artes plásticas en los programas recreativos aplicado solamente para los eventos sociales.

Fuente: Información tomada del sitio web Tiempo Libre Recréate

Líder de Cocina – Cheff

- Conservar y revisar que estén limpios, desinfectados y operativos el suministro, maquinarias, enseres y instrumentos de uso en pastelería y del área de trabajo. El Pastelero está capacitado para mantener y controlar que las aéreas de trabajo estén en las condiciones aptas de higiene para realizar su tarea.
- Participar en la ejecución de los menús y confeccionar lo que se pida al momento del evento , El Chef está habilitado para la realización de todos los menús que se le soliciten al momento del evento, acorde a las necesidades del gerente y considerando variables como ser, costos, perfil de negocio, impronta del establecimiento, aplicando las técnicas adecuadas, asegurando que las mismas satisfagan las evacuaciones y exigencias de los solicitados, manteniéndose dentro de las posibilidades económicas de la empresa y adaptándolos a cada necesidades.
- Supervisar al momento del evento que este todo en orden y embalado al para su respectivo servido.

Fuente: Información tomada del sitio web Pastelero Net.

Fotografía y Video

- Tener la capacidad de manejar una cámara de buena calidad, sea digital o analógica, y/o poseer una junto con el equipo necesario.
- Averiguar los requerimientos particulares de una asignación determinada.
- Decidir una de las mejores tipos de cámara, película, iluminación o fondo se va a utilizar.
- Tomar en cuenta todas las condiciones pertinentes al clima, el espacio y a la iluminación.
- Reconocer las locaciones apropiadas para toma en exteriores o en interiores.
- Fotografiar elementos de cualquier contexto: edificios, paisajes, productos, equipos, deportes, moda, eventos sociales o políticos y modelos.
- Interactuar, si es requerido, con los individuos a fotografiar para así que vea más natural la fotografía

Fuente: Información tomada del sitio web Neuvoo Pedia

Diseñador de Espacios

- Diseñar ambientes recreativos e innovadores para eventos empresariales y sociales, así como ambientes para los hogares privados.

- Asegurar que los diseños estén acorde con cada uno de los requeridos, para los eventos y las temáticas propuestas encajado dentro de los límites presupuestarios.
- Socializar con el cliente la funcionalidad del espacio, y el tipo de personas que lo usarán.

Fuente: Información tomada del sitio web Educaweb

Constitución Legal

Business Eventse constituirá como Sociedad de responsabilidad limitada, LTDA. Por el cual los socios responderán limitadamente y tendrán bajo su responsabilidad el pago de los aportes.

Requisitos de Legales

- Elaboración de los estatutos.
- Inscripción en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN
- Inscripción en Cámara de Comercio.
- Inscripción en Secretaria de Hacienda.
- Inscripción en Prodesarrollo Girardot.
- Inscripción en Sayco y Acimpro.
- Solicitud de certificación Sanitaria.

ESTATUTOS

DOCUMENTO PRIVADO DE CONSTITUCION ESTATUTOS SOCIEDAD LIMITADA

Girardot, 01 de enero de 2018

En el presente documento privado, nos reunimos **Ingrid Yicet Andrade Vega**, mayor de edad vecina de Girardot - Cundinamarca identificado con la cédula de ciudadanía 1.070.595.274 de Girardot y de estado civil soltera; para manifestar la voluntad de constituir una sociedad de responsabilidad limitada.

La sociedad que se constituye por medio de este documento es una sociedad comercial del tipo **sociedad Limitada**, esta se regirá por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos y por las normas que de manera especial regulan este tipo de sociedades y dando cumplimiento a lo establecido en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, ya que la sociedad cuenta con diez (10) o menos trabajadores o los activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) SMLMV.

CAPITULO I

Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Objeto y Duración de la sociedad

ARTICULO PRIMERO.-DENOMINACION: La sociedad que se constituye por medio de este documento actuará bajo la denominación **Andrade Ltda.**, de nacionalidad colombiana. La sociedad podrá actuar bajo el nombre comercial de **Business Event**.

ARTÍCULO SEGUNDO.- DOMICILIO SOCIAL: El Domicilio principal de la sociedad es la ciudad de Girardot en la calle 20 con carrera 8A esquina .Pero

podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

ARTICULO TERCERO.- TÉRMINO DE DURACIÓN: La sociedad tendrá un término de veinte (20) años, contados a partir de la fecha de este documento, pero podrá disolverse anticipadamente cuando sus socios así lo decidan.

ARTICULO CUARTO.- OBJETO SOCIAL: La sociedad tendrá como objeto las actividades estipuladas por el código CIU, y son las siguientes:

Actividad Principal

8230 Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.

Actividad Secundaria

9329 Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.

Por otra parte la sociedad podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero. La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

CAPITULO II

Capital y Cuotas

ARTICULO QUINTO.- CAPITAL: El capital social a la fecha de la constitución es de **488.680.940** el cual se encuentra totalmente cancelado en con los aportes en dinero o en especie, de cada uno de los socios al momento de la constitución, dividido de la siguiente manera:

NOMBRE	COMPOSICION DEL CAPITAL		
	Numero de cuotas	Valor cuotas	Valor total de capital
Ingrid Yicet Andrade Vega	500	74.976	37.488.000

TOTALES	37.488.000
----------------	-------------------

ARTÍCULO SEXTO.- RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS. Los socios responderán hasta el monto de sus aportes.

ARTÍCULO SEPTIMO.- CESION DE CUOTAS. Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas, lo que implicara una reforma estatutaria la cual se hará por documento privado cumpliendo con lo establecido en el Decreto 4463 de 2006 y artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, (previa aprobación de la junta de socios) el documento privado será otorgado por cedentes, cesionarios y representante legal. El socio que pretenda ceder sus cuotas las ofrecerá a los demás socios por conducto del representante legal de la compañía, quien les dará traslado inmediatamente y por escrito para que dentro de los 15 días hábiles, manifiesten si tiene interés en adquirirlas, según el precio, el plazo y las demás condiciones de la cesión se expresarán en la oferta.

CAPITULO III

Dirección, Administración, Representación de la Sociedad

ARTÍCULO OCTAVO.- ORGANOS SOCIALES La representación de la sociedad y la administración de los negocios sociales corresponde a todos y a cada uno de los socios.

ARTÍCULO NOVENO.- ATRIBUCIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS: Resolver sobre todo lo relativo a la cesión de cuotas, así como la admisión de nuevos socios.

Decidir sobre el retiro y exclusión de socios, ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, el representante legal, el revisor fiscal o cualquier otra persona que hubiere incumplido sus obligaciones u ocasionado daños o perjuicios a la sociedad. Elegir y remover libremente a los funcionarios cuya designación le corresponda. La junta de socios podrá delegar la representación y administración de la sociedad en un gerente estableciendo de manera clara y precisa sus atribuciones.

La junta de socios se compone de los socios inscritos en el Libro de Registro de socios, o de sus representantes reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La junta

ejerce las funciones previstas en el artículo 187 del Código de Comercio. En la junta de socios cada uno tendrá tantos votos cuantas cuotas posea en la compañía. Las decisiones de la junta de socios se tomarán por un número plural de socios que represente la mayoría absoluta de las cuotas en que se halle dividido el capital de la compañía. Será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada socio con una antelación correspondiente. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá la presencia de los socios que representen cuando menos la mitad más una de las cuotas del capital social. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

ARTÍCULO DECIMO.- ADMINISTRACION Y REPRESENTACION DE LA SOCIEDAD: La administración y representación legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estarán a cargo del representante legal, el cual contara con un suplente que lo remplazara en sus faltas absolutas o temporales. El suplente tendrá las mismas atribuciones que el representante legal cuando entre a remplazarlo.

ARTÍCULO DECIMO PRIMERO – FACULTADES DE REPRESENTACIÓN LEGAL:

La representación se extenderá a todos los actos comprendidos en el objeto social, incluidos aquellos que tengan carácter de complementario o accesorio.

ARTÍCULO DECIMO SEGUNDO - REVISOR FISCAL:

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPITULO IV

Reserva Legal, Balance y Reparto De Utilidades

ARTÍCULO DECIMO TERCERO.- ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHOS DE INSPECCION.

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de junta de socios en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO DECIMO CUARTO.- RESERVA LEGAL. De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal.

ARTICULO DÉCIMO QUINTO.- BALANCE GENERAL.- Anualmente, el 31 de diciembre se cortarán las cuentas para hacer el inventario y el balance general correspondiente así como el estado de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio, el estado de flujos de efectivo y el estado de cambios en la situación financiera del respectivo ejercicio. El balance, el inventario, los libros y demás piezas justificativas de los informes, serán depositados en la oficina de la administración con una antelación de quince (15) días hábiles a los socios con el fin de que puedan ser examinados por los mismos.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO.- APROBACIÓN DEL BALANCE: El balance debe ser presentado por el representante legal de la sociedad limitada a consideración de la junta de socios con los demás documentos a que se refiere el artículo cuatrocientos cuarenta y seis (446) del Código de Comercio. Si la sociedad llegare a ser vigilada por la Superintendencia de Sociedades, dentro de los treinta (30) días siguientes a la reunión de la Asamblea de Accionistas, el representante legal remitirá a la Superintendencia de Sociedades una (1) copia del balance y de los anexos que lo expliquen o justifiquen, junto con el acta en que hubieran sido discutidos y aprobados.

ARTÍCULO DÉCIMO SEPTIMO.- RESERVAS: La sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital y se formará con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Los socios podrán decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias legales.

CAPITULO V

Disolución y Liquidación

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO.- DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD: La sociedad se disolverá por decisión de las socias o cuando se presente alguna de las causales previstas en la Ley. La disolución, de acuerdo a causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normativa comercial para el efecto.

PARÁGRAFO PRIMERO: En los casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO: ENERVAMIENTO DE CAUSALES DE DISOLUCIÓN: Podrá evitarse la disolución de la sociedad por acciones simplificada adoptando las medidas a que hubiere lugar de acuerdo a cada causal en específico, siempre que el enervamiento ocurra dentro de los seis (6) meses siguientes a la fecha en que el accionista único reconozca su acaecimiento.

ARTÍCULO VIGÉSIMO.- LIQUIDACIÓN: La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designen los accionistas. Los accionistas designarán un liquidador, quien será responsable de adelantar el proceso liquidatario conforme a la ley. Durante la duración del proceso de liquidación, el accionista único conserva los mismos poderes que tuvo durante la vida activa de la sociedad.

ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO.- NOMBRAMIENTOS:

Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a **Ingrid Yicet Andrade Vega**, identificado con el documento de identidad No **1.070.595.274**, como representante legal de Andrade e Hincapié Limitada, por el término de 1 año.

Ingrid Yicet Andrade Vega, participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de Salud Global de Colombia Limitada.

Firmas de los accionistas:

Ingrid Yicet Andrade Vega

Accionista

Representante Legal

9.3 Registro Único Tributario – RUT

Figura 14- Registro Único Tributario - RUT

 Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal		 001	
Espacio reservado para la DIAN 		2. Concepto: <input type="text" value="02"/> Actualización 4. Número de formulario: 14275364851  (413)707212489984(8020) 0000014275364851	
5. Número de Identificación Tributaria (NIT): <input type="text" value="805017117-8"/>		12. Dirección seccional: <input type="text" value="8"/> Impuestos de Cali	
14. Buzón electrónico: <input type="text" value="5"/>			
IDENTIFICACION			
24. Tipo de contribuyente: <input type="text" value="1"/> Persona jurídica		25. Tipo de documento: <input type="text"/>	
26. Número de identificación: <input type="text"/>		27. Fecha expedición: <input type="text"/>	
Lugar de expedición: <input type="text"/>		28. País: <input type="text"/>	
29. Departamento: <input type="text"/>		30. Ciudad/Municipio: <input type="text"/>	
31. Primer apellido: <input type="text"/>		32. Segundo apellido: <input type="text"/>	
33. Primer nombre: <input type="text"/>		34. Otros nombres: <input type="text"/>	
35. Razón social: OROZCO GUTIERREZ S. A. S			
36. Nombre comendat: GUAYOS TONY II			
37. Sigla: <input type="text"/>			
UBICACION			
38. País: <input type="text" value="COLOMBIA"/>		39. Departamento: <input type="text" value="Valle del Cauca"/>	
40. Ciudad/Municipio: <input type="text" value="Cali"/>		41. Dirección: <input type="text" value="CL 16 A 15 25 BRR BELALCAZAR"/>	
42. Correo electrónico: <input type="text" value="gerente@tonyli.com"/>		43. Apartado aéreo: <input type="text"/>	
44. Teléfono 1: <input type="text" value="8845343"/>		45. Teléfono 2: <input type="text" value="3108261096"/>	
CLASIFICACION			
Actividad económica 46. Código: <input type="text" value="1521"/> 47. Fecha inicio actividad: <input type="text" value="20130114"/>		48. Código: <input type="text" value="4762"/> 49. Fecha inicio actividad: <input type="text" value="20130114"/>	
50. Código: <input type="text" value="1"/> <input type="text" value="2"/>		Ocupación 51. Código: <input type="text"/> <input type="text"/>	
52. Número establecimientos: <input type="text" value="2"/>			
Responsabilidades			
53. Código: <input type="text" value="10115149735"/>			
10- Usuario aduanero		07- Retención en la fuente a título de renta	
11- Ventas régimen común		35- Impuesto sobre la renta para la equidad - CREE.	
05- Imppto. renta y compl. régimen ordinario			
14- Informante de exogenea			
09- Retención en la fuente en el impuesto sobre las v			
Usuarios aduaneros		Exportadores	
54. Código: <input type="text" value="2223"/>		55. Forma: <input type="text" value="1"/> 56. Tipo: <input type="text" value="1"/>	
		Servicio: <input type="text"/>	
		57. Modo: <input type="text"/>	
		58. CPC: <input type="text"/>	
Para uso exclusivo de la DIAN			
59. Anexo: <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		60. No. de Folios: <input type="text" value="9"/>	
		61. Fecha: <input type="text" value="20140113"/>	
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden exactamente a la realidad; por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 15 Decreto 2788 del 31 de Agosto de 2004. Firma del solicitante:		Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 984 Nombre: HÓYOS TOSSE GLORIA AMPARO 985 Cargo: Gestor I	

Fuente: Imagen tomada del sitio web es.slideshare.net
Cámara de Comercio – RUES

Figura 15- Cámara de Comercio – RUES, parte 1

**FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO
EMPRESARIAL Y SOCIAL
RUES**



HOJA 1 DE 2

- Diligencie a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras.
- En los términos del artículo 93 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada.
- En los términos del artículo 96 del Código de Comercio podrá solicitar información adicional.
- Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos.

CÓDIGO CÁMARA DE COMERCIO <input type="text"/>		FECHA DE DILIGENCIAMIENTO DÍA <input type="text"/> <input type="text"/> MES <input type="text"/> <input type="text"/> AÑO <input type="text"/> <input type="text"/>	
INFORMACIÓN DEL REGISTRO			
REGISTRO MERCANTIL / VENEDORES DE JUEGOS DE SUERTE Y AZAR		REGISTRO ENTIDADES SIN ANÍMIMO DE LUCRO / ECONOMÍA SOLIDARIA / VEEDURÍAS CIUDADANAS / ONG'S EXTRANJERAS	
REGISTRO ÚNICO DE PROPONENTES			
MATRÍCULA <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/> No. DE MATRÍCULA MERCANTIL <input type="text"/> AÑO QUE RENUEVA <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/> No. DE INSCRIPCIÓN <input type="text"/> AÑO QUE RENUEVA <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	
INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN <input type="checkbox"/> RENOVACIÓN <input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN POR TRASLADO DE DOMICILIO. INDIQUE LA CÁMARA DE COMERCIO ANTERIOR. <input type="text"/> CANCELACIÓN <input type="checkbox"/> No. DE INSCRIPCIÓN <input type="text"/>			
IDENTIFICACIÓN			
RAZÓN SOCIAL (SOLO SI ES PERSONA JURÍDICA) <input type="text"/>			
SIGLA <input type="text"/>			
Personas naturales PRIMER APELLIDO <input type="text"/>		SEGUNDO APELLIDO <input type="text"/>	
NOMBRES <input type="text"/>			
IDENTIFICACIÓN No. <input type="text"/>		TIPO C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> T.I. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> País <input type="text"/>	
NET. No. <input type="text"/>		D.V. <input type="checkbox"/>	
UBICACIÓN Y DATOS GENERALES			
DIRECCIÓN DEL DOMICILIO PRINCIPAL			
MUNICIPIO <input type="text"/>		DEPARTAMENTO <input type="text"/>	
TELÉFONO 1 (Igual al reportado en el formulario de Registro Único Tributario DAAN casilla 44) <input type="text"/>		TELÉFONO 2 <input type="text"/>	
TELÉFONO 3 <input type="text"/>		TELÉFONO 4 <input type="text"/>	
CORREO ELECTRÓNICO <input type="text"/>		FAX <input type="text"/>	
A.A. <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>			
DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL			
MUNICIPIO PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/>		DEPARTAMENTO PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/>	
TELÉFONO 1 PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/>		TELÉFONO 2 PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/>	
TELÉFONO 3 PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/>		TELÉFONO 4 PARA NOTIFICACIÓN <input type="text"/>	
CORREO ELECTRÓNICO DE NOTIFICACIÓN <input type="text"/>		FAX <input type="text"/>	
A.A. <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>			
ESTA EMPRESA ESTA UBICADA EN: LOCAL <input type="checkbox"/> OFICINA <input type="checkbox"/> LOCAL Y OFICINA <input type="checkbox"/> FÁBRICA <input type="checkbox"/> VIVIENDA <input type="checkbox"/> FINCA <input type="checkbox"/>			
ACTIVIDADES ECONÓMICAS			
ACTIVIDAD PRINCIPAL		ACTIVIDAD SECUNDARIA	
OTRAS ACTIVIDADES			
CENSI 1 <input type="text"/> SHD <input type="text"/>		CENSI 2 <input type="text"/> SHD <input type="text"/>	
CENSI 3 <input type="text"/> SHD <input type="text"/>		CENSI 4 <input type="text"/> SHD <input type="text"/>	
INDIQUE EL CÓDIGO SHD SOLO SI SU ACTIVIDAD ECONOMICA LA DESARROLLA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, D.C.			
INFORMACIÓN FINANCIERA			
En los términos de la Ley debe tomarse del balance de apertura o con corte a 31 de diciembre del año anterior.			
ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
ESTADO DE RESULTADOS			
Corriente \$ <input type="text"/>		Pasivo Corriente \$ <input type="text"/>	
Activo Fijo \$ <input type="text"/>		Largo Plazo \$ <input type="text"/>	
Fijo Neto \$ <input type="text"/>		Pasivo Total \$ <input type="text"/>	
Otros \$ <input type="text"/>		Patrimonio Neto \$ <input type="text"/>	
Valorizaciones \$ <input type="text"/>		Pasivo + Patrimonio \$ <input type="text"/>	
Inventario \$ <input type="text"/>		Activo Total <input type="text"/>	
Ingresos Operacionales \$ <input type="text"/>		Ingresos No Operacionales \$ <input type="text"/>	
Gtos. Operacionales \$ <input type="text"/>		Gtos. No Operacionales \$ <input type="text"/>	
Costo de Ventas \$ <input type="text"/>		Depreciaciones y amortizaciones \$ <input type="text"/>	
Utilidad / Pérdida Operacional \$ <input type="text"/>		Utilidad / Pérdida Neta \$ <input type="text"/>	
MARQUE CON UNA X SI ES: IMPORTADOR <input type="checkbox"/> EXPORTADOR <input type="checkbox"/> No TRABAJADORES A NIVEL NACIONAL <input type="checkbox"/> % DE TRABAJADORES TEMPORALES <input type="text"/>			
SI ES EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO			
APORTES LABORALES \$ <input type="text"/>		APORTES ACTIVOS \$ <input type="text"/>	
APORTES LABORALES ASOCIATIVAS \$ <input type="text"/>		APORTES EN DINERO \$ <input type="text"/>	
TOTAL APORTES \$ <input type="text"/>		TOTAL APORTES \$ <input type="text"/>	
%		%	
SOLO PARA PERSONAS JURÍDICAS - COMPOSICIÓN DEL CAPITAL			
1. NACIONAL		2. EXTRANJERO	
CAPITAL SOCIAL		CAPITAL SOCIAL	
1.1 PÚBLICO % <input type="text"/>		2.1 PÚBLICO % <input type="text"/>	
1.2 PRIVADO % <input type="text"/>		2.2 PRIVADO % <input type="text"/>	
FECHA DE CONSTITUCIÓN: A <input type="text"/> A <input type="text"/> A <input type="text"/> H <input type="text"/> H <input type="text"/> D <input type="text"/> D			
HASTA: A <input type="text"/> A <input type="text"/> A <input type="text"/> H <input type="text"/> H <input type="text"/> D <input type="text"/> D			
ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA			
ACTIVA <input type="checkbox"/> [01]		ETAPA PREOPERATIVA <input type="checkbox"/> [02]	
EN LIQUIDACIÓN <input type="checkbox"/> [05]		EN CONCORDATO <input type="checkbox"/> [03]	
ACUERDOS DE REESTRUCTURACIÓN <input type="checkbox"/> [06]		OTRO <input type="checkbox"/> [07]	
INTERVENIDA <input type="checkbox"/> [04]		QUAL? <input type="text"/>	
TAMAÑO DE LA EMPRESA			
De conformidad con el artículo 2 de la Ley 590 de 2000 modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011 y sus decretos reglamentarios o las normas que los modifique (Marque con una equis (X) de acuerdo a la certificación del Contador Público o Revisor Fiscal que se adjunta).			
GRAN EMPRESA <input type="checkbox"/>		MEDIANA EMPRESA <input type="checkbox"/>	
PEQUEÑA EMPRESA <input type="checkbox"/>		MICROEMPRESA <input type="checkbox"/>	
La empresa es creada por jóvenes menores de 28 años tecnólogos, técnicos o profesionales: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
Si la respuesta anterior es afirmativa, indique el porcentaje (%) de su participación en el capital social de la empresa: % <input type="text"/>			

Figura 16- Cámara de Comercio – RUES, Parte 2

**FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO
EMPRESARIAL Y SOCIAL
RUES**



HOJA 2 DE 2

• Diligencie a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras.
• En los términos del artículo 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada.
• En los términos del artículo 36 del Código de Comercio podrá solicitar información adicional.
• Autoriza el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos.

8 TIPO DE ORGANIZACIÓN

SOCIEDAD COLECTIVA <input type="checkbox"/> 01	SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE <input type="checkbox"/> 02	SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES <input type="checkbox"/> 03	SOCIEDAD LIMITADA <input type="checkbox"/> 04
SOCIEDAD ANÓNIMA <input type="checkbox"/> 05	SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA <input type="checkbox"/> 06	SUCURSAL DE SOCIEDAD EXTRANJERA <input type="checkbox"/> 07	EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO <input type="checkbox"/> 08
EMPRESA UNIPERSONAL <input type="checkbox"/> 09	SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/> 10	PERSONA NATURAL <input type="checkbox"/> 11	
ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA SOLIDARIA ESPECÍFICA <input type="checkbox"/> 12	COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.1	EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO <input type="checkbox"/> 12.2	INSTITUCIONES AUXILIARES DE ECONOMÍA SOLIDARIA <input type="checkbox"/> 12.3
	EMPRESA DE SERVICIOS EN FORMA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA COOPERATIVA <input type="checkbox"/> 12.4	FONDO DE EMPLEADOS <input type="checkbox"/> 12.5	COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO <input type="checkbox"/> 12.6
	ASOCIACIÓN MUTUAL <input type="checkbox"/> 12.7	EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD <input type="checkbox"/> 12.8	EMPRESA COMUNITARIA <input type="checkbox"/> 12.9
	FEDERACIÓN Y CONFEDERACIÓN <input type="checkbox"/> 12.10	VEEDURÍA CIUDADANA <input type="checkbox"/>	ENTIDADES EXTRANJERAS DE DERECHO PRIVADO SIN ÁNIMO DE LUCRO <input type="checkbox"/>
ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO <input type="checkbox"/> 13	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA <input type="checkbox"/> 14	OTROS <input type="checkbox"/> 99	¿CUAL? _____

¿CUMP? _____

9 NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN

1. AGROPECUARIOS _____	2. MINEROS _____	3. MANUFACTUREROS _____
4. SERVICIOS PÚBLICOS _____	5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS CIVILES _____	6. COMERCIALES _____
7. RESTAURANTES Y HOTELES _____	8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO _____	9. COMUNICACIONES _____
10. FINANCIEROS, SEGUROS E INMOBILIARIOS _____	11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES _____	

10 ENTIDADES DE CRÉDITO CON LAS CUALES HA CELEBRADO OPERACIONES DE CRÉDITO

NOMBRE DE LA ENTIDAD _____	OFICINA _____	
NOMBRE DE LA ENTIDAD _____	OFICINA _____	
REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES INSCRITOS		
NOMBRE _____	DIRECCIÓN _____	TELÉFONO _____
NOMBRE _____	DIRECCIÓN _____	TELÉFONO _____

11 DETALLE DE LOS BIENES RAICES QUE POSEA (En cumplimiento del artículo 32 del Código de Comercio)

Matriculación inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____	Matriculación inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____
Matriculación inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____	Matriculación inmobiliaria _____ Dirección _____ Barrio _____ Municipio _____ Departamento _____ País _____

NOTA: SI EL ESPACIO NO ES SUFICIENTE ADJUNTE LA INFORMACIÓN DE LOS OTROS BIENES EN HOJAS ANEXAS A ESTE FORMULARIO

12 SOLO PARA ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO

Nombre de la Entidad que ejerce inspección, vigilancia y control: _____

El suscrito declara **bajo la gravedad del juramento** que la información reportada en este formulario es confiable, veraz, completa y exacta.
Nombre del Matriculado, Representante Legal de la Persona Jurídica o inscrito: _____

Documento de Identificación No. _____ CC CE TI PASAPORTE

FIRMA _____

Cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (Artículo 38 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)

PARA USO EXCLUSIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO

Fuente: Imágenes tomada del sitio web legal.legis.com.co
Inscripción Prodesarrollo

Figura 17- Inscripción Prodesarrollo

Alcaldía de Girardot

Registro de Usuario

* Campo obligatorio

Nombre: *

Usuario: *

Contraseña: *

Confirmar Contraseña: *

Correo electrónico: *

Confirmar correo electrónico: *

Fuente: Imagen tomada del sitio web corporativo de prodesarrollogirardot.com

Inscripción Sayco y Acinpro

Figura 18- Formulario Inscripción Sayco y Acinpro

 <p>organización sayco-acinpro</p>	<h3>Autodeclaración</h3>
---	--------------------------

Ciudad _____, Fecha _____

Señores

ORGANIZACIÓN SAYCO ACINPRO

Ciudad

Cordial Saludo,

De la manera más atenta nos permitimos solicitar la Autorización de uso por la comunicación al público de obras musicales, y almacenamiento (reproducción/fijación) o grabación de fonogramas y videos musicales, a través de medios como la radio, televisión, equipos eléctricos, electrónicos o digitales conocidos o por conocerse y que sirvan para tal fin (Derechos de autor y conexos), que se cause en el negocio denominado _____, el cual abrirá sus puertas a partir de _____, ubicado en _____, Barrio _____, de la Ciudad o Municipio _____, en estrato ____ el cual ejerce la actividad de _____ y consta de las siguientes características:

Colocar cantidad de medios en el establecimiento:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN - REPRODUCCION - ALMACENAMIENTO					
RADIO	MINI COMPONENTE	ALMACENAMIENTO EXTERNO			
GRABADORA	ROCKOLA	IPOD - IPAD - TABLETAS			
EQUIPO DE SONIDO	VIDEO ROCKOLA	MUSICA AMBIENTAL			
CONSOLA DE SONIDO	TELEVISION	OTROS:			
REPRODUCTOR CD - DVD	PROYECTOR O VIDEO BEAM	OTROS:			
REPRODUCTOR MP3 - MP4	COMPUTADOR (escritorio o portatil)	NINGUNO			
CAPACIDAD LOCATIVA					
AREA METROS CUADRADOS		No. PERSONAS		No. HABITACIONES	
No. SALAS DE ESPERA O COMUNES		No. SILLAS		No. CAMAS	
No. LOCALES COMERCIALES		No. BAFLES O PARLANTES		No. ESTRELLAS (Alojamiento)	
UTILIZA VIDEOS INSTITUCIONALES	SI NO	UTILIZA VIDEOS MUSICALES	SI NO	COSTO HABITACION (Miles \$)	

Declaro bajo la gravedad del juramento que lo antes manifestado es cierto y que conozco la existencia de las Leyes 23 de 1982, 44 de 1993 y la Decisión Andina 351 de 1993, que trata sobre los Derechos de Autor.

Yo _____, autorizo a la Organización Sayco Acinpro de manera escrita y expresa, concreta, suficiente, voluntaria e informada, para que toda la información personal actual y la que se genera en el futuro fruto de las relaciones comerciales y/o contractuales establecidas en la Ley 23 de 1982 y 1808 del 2016, sea manejado en los términos de la Ley 1581 de 2012 referente al Tratamiento de datos personales.

Autorizo a la Organización Sayco Acinpro para que mis datos sean incorporados en un registro automatizado con una finalidad exclusivamente administrativa y en cumplimiento de mi objeto social.

De otra parte autorizo a la Organización Sayco Acinpro para que verifiquen la información del negocio consignada en este documento, si así lo considera, y en caso de no ser cierto lo aquí denunciado por mí, apruebo la recategorización de la tarifa del negocio con los datos reales plasmados en la visita.

Firmado en _____, a los _____ días del mes de _____ del año _____.

Atentamente,

Nombre:
C.C. o Nit.:
Dirección:
Teléfono 1:
Teléfono 2:
Email (obligatorio):

Versión	1	05/09/2017	F017 -RDC	Pág. 1
---------	---	------------	-----------	--------

Fuente: Imagen tomada del sitio web corporativo de osa.org.co

Inscripción Secretaria de Hacienda – ICA

Figura 19- Inscripción Secretaria de Hacienda - ICA

		Registro de Información Tributaria Alcaldía Municipal de Girardot Secretaría de Hacienda <i>Lea las instrucciones al respaldo</i>				Código	GFR03
						Versión	V.0
						Año	2015
						COPIA CONTROLADA	
Diligencie sin tachones, borrones ni emendaduras							
I. ENCABEZADO (Sólo puede marcar una casilla para 1 y 2, e ingrese la identificación del contribuyente)							
1. Escija opción de uso <input type="checkbox"/> Inscripción <input type="checkbox"/> Actualización <input type="checkbox"/> Cancelación		2. Clase de Contribuyente <input type="checkbox"/> Normal <input type="checkbox"/> Ocasional <input type="checkbox"/> Retenedor ICA		3. Número de Identificación No. _____ - DV _____			
II. DATOS DEL CONTRIBUYENTE							
4. Tipo y Número de Documento							
C.C. <input type="checkbox"/>		NIT <input type="checkbox"/>		T.I. <input type="checkbox"/>		C.E. <input type="checkbox"/>	
5. Naturaleza Jurídica (Ver tabla al respaldo)		6. Tipo de Sociedad (Ver tabla al respaldo)		7. Tipo de Entidad (Ver tabla al respaldo)		8. Clase de Entidad (Ver tabla al respaldo)	
9. Apellidos y Nombres o Razón Social				10. Avisos <input type="checkbox"/>			
11. Dirección de Notificación		12. Barrio / Vereda		13. Ciudad			
14. Teléfono (*) _____		15. Fax (*) _____		16. Teléfono Móvil (*) _____		17. Correo Electrónico (*) _____	
III. REPRESENTACIÓN LEGAL Y/O SOCIOS SOLIDARIOS							
No.		18. Nombres y Apellidos		TD		19. Identificación número	
20. CR		21. Correo Electrónico (*)					
a. _____		_____		_____		_____	
b. _____		_____		_____		_____	
IV. DATOS DE ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO UBICADOS EN GIRARDOT							
22. Nombre comercial del establecimiento		23. Matrícula Mercantil		24. Teléfono		25. Fecha de inicio de actividades	
_____		_____		_____		Día _____ Mes _____ Año _____	
26. Dirección del establecimiento		27. Barrio		28. Fecha solicitada de cancelación			
_____		_____		Día _____ Mes _____ Año _____			
29. Nueva Dirección del establecimiento (Solo para opción de uso: Actualización)		30. Barrio					
_____		_____					
22. Nombre comercial del establecimiento		23. Matrícula Mercantil		24. Teléfono		25. Fecha de inicio de actividades	
_____		_____		_____		Día _____ Mes _____ Año _____	
26. Dirección del establecimiento		27. Barrio		28. Fecha solicitada de cancelación			
_____		_____		Día _____ Mes _____ Año _____			
29. Nueva Dirección del establecimiento (Solo para opción de uso: Actualización)		30. Barrio					
_____		_____					
22. Nombre comercial del establecimiento		23. Matrícula Mercantil		24. Teléfono		25. Fecha de inicio de actividades	
_____		_____		_____		Día _____ Mes _____ Año _____	
26. Dirección del establecimiento		27. Barrio		28. Fecha solicitada de cancelación			
_____		_____		Día _____ Mes _____ Año _____			
29. Nueva Dirección del establecimiento (Solo para opción de uso: Actualización)		30. Barrio					
_____		_____					
22. Nombre comercial del establecimiento		23. Matrícula Mercantil		24. Teléfono		25. Fecha de inicio de actividades	
_____		_____		_____		Día _____ Mes _____ Año _____	
26. Dirección del establecimiento		27. Barrio		28. Fecha solicitada de cancelación			
_____		_____		Día _____ Mes _____ Año _____			
29. Nueva Dirección del establecimiento (Solo para opción de uso: Actualización)		30. Barrio					
_____		_____					
V. DATOS DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS							
31. Cod. Activ.		Cod. CIIU		32. Descripción de la Actividad Económica		33. Base Gravable Mensual	
a. _____		_____		_____		_____	
b. _____		_____		_____		_____	
c. _____		_____		_____		_____	
d. _____		_____		_____		_____	
VI. CANCELACIÓN							
34. Tipo de Cancelación (marque con X una sola opción)				35. Motivo de Cancelación (marque con X una sola opción)			
<input type="checkbox"/> Cancelación Total de Contribuyente (Queda sin establecimientos activos)		<input type="checkbox"/> Cancelación Parcial (Queda con establecimientos activos)		<input type="checkbox"/> Traspaso (Ventas, Fusión, Herencia)		<input type="checkbox"/> Terminación del negocio	
VII. FIRMAS Y FECHA DE RECEPCIÓN							
36. Contribuyente o Representante Legal				37. Funcionario que recibe el trámite		38. Fecha de Recepción	
Firma Contribuyente o Representante Legal _____ C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> No _____				Nombre y firma funcionario que recibe el trámite _____		Día _____ Mes _____ Año _____	
De oficio: Nombre Funcionario							

ESTE FORMULARIO Y SU RADICACIÓN NO TIENEN COSTO ALGUNO

Fuente: Imagen tomada del sitio web Alcaldía de Girardot

Solicitud Certificación Sanitaria

Girardot, 01 de enero del 2018

Señores

SECRETARIA DE SALUD

Municipio de Girardot

Ciudad

Comedidamente solicito verificar si el siguiente establecimiento, cumple con las normas sanitarias de la ley 09 de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia.

Razón Social: Andrade LTDA

Nombre Comercial: Business Event

Dirección Completa: Calle 20 Con Carrera 8A Esquina.

Barrio: Granada

Teléfono: 888-00-11

Nombre Del Representante Legal: Ingrid Yicet Andrade Vega

Documento De Identidad O Nit: 1.070.595.274

Objeto Social: Cualquier Actividad Civil Lícita

Área Establecimiento: Urbana

Número De Empleados: 5

Cordialmente,

Ingrid Yicet Andrade Vega

Representante Legal

Razón Social

Una vez constituida la sociedad y tome forma de persona jurídica quedara de la siguiente manera; Andrade LTDA.

Nombre Comercial

Business Event

Domicilio de la Empresa

Calle 20 con carrera 8A esquina, Barrio/ Granada – Girardot – Cundinamarca

Actividad Comercial – CIU

Actividad Principal

8230 Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.

Actividad Secundaria

9329 Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.

Representante Legal

El representante legal será quien haga sus veces de Gerente de **Business Event**.

Duración de la Sociedad

La sociedad tendrá como duración en tiempo de 20 años a partir de la constitución.

10. ESTUDIO FINANCIERO

10.1 introducción

Definir e interpretar los principales indicadores financieros que nos muestran las cifras económicas más relevantes para decidir la viabilidad del proyecto.

A) Objetivo del estudio

1. Conocer y analizar las diferentes variables financieras que intervienen en las operaciones económicas de la empresa.
2. Evaluar la situación financiera de la organización
3. Identificar la relación de los datos instruidos en los estados financieros con la estructura y realidad económica de la empresa.
4. Tomar las disposiciones de inversión con el propósito de afirmar su rentabilidad y recuperabilidad.

10.2 Proyecciones

Tabla 27- Datos Básicos

Nombre de la Empresa	Business Event.
Año Actual	2018
Salario Mínimo Actual	\$ 781.242
Auxilio de Transporte Actual	\$ 88.211
Factor Prestacional	46,83%
Tasa de Impuesto a la Renta	25%
Tasa de Interés de Oportunidad	5,32%
Política de Recaudo	30 Días
Política de Pago	30 Días

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

Tabla 28- Inflación, Salario Mínimo, Aux. Transporte, Crecimiento en ventas

	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Inflación	3,5%	3,5%	3,5%	3,5%	3,5%
Salario Mínimo	\$ 808.586	\$ 836.887	\$ 866.179	\$ 896.496	\$ 927.874
Auxilio de Transporte Actual	\$ 91.299	\$ 94.495	\$ 97.803	\$ 101.227	\$ 104.770
Tasa de Crecimiento en Ventas	5,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

Tabla 29 -Inversión Inicial Requerida.

Descripción Activos	Valor Total	Administración	Ventas	Producción CIF
Dinero Disponible en Caja	\$ 1.106.385	100%		
Dinero Disponible en Bancos	\$ 9.957.465	100%		
Terrenos	\$ -	30%	20%	50%
Construcciones y Edificaciones	\$ -	30%	20%	50%
Maquinaria y Equipo	\$ -			100%
Equipos de Oficina	\$ 28.400.000	60%	30%	10%
Muebles y Enseres	\$ 5.500.000	60%	30%	10%
Equipo de Computación y Comunicación	\$ 36.938.500	60%	30%	10%
Flota y Equipo de Transporte	\$ -	20%	80%	
Diferidos Corto Plazo 12 Meses	\$ -	80%	10%	10%
Diferidos Largo Plazo 60 Meses	\$ 39.800.000	40%	20%	40%
Subtotal sin Disponible	\$110.638.500			
Imprevistos 10%	\$ 11.063.850			
Total Inversión Inicial Requerida	\$121.702.350			

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

Tabla 30- Relación Empleados por Centro de Costo

Centro de Costo	Cargo	Ingreso en Salarios Mínimos	Días Trabajados
Administración	Gerente	3,840039322	30
Administración	Ingeniero de sonido	1,920019661	30
Administración	Asesor de diseño	1,920019661	30
Ventas	Asesor 1	1,152011797	30
Ventas	Asesor 2	1,152011797	30

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

Tabla 31- Proyecciones de Unidades a Vender

Productos Manufacturados por la Empresa	Cantidad Vendida Año 2019	Cantidad Vendida Año 2020	Cantidad Vendida Año 2021	Cantidad Vendida Año 2022	Cantidad Vendida Año 2023
Paquete bronce	140	154	170	187	206
Paquete plata	65	72	80	88	97
Paquete oro	25	28	31	35	39
Eventos empresariales	20	22	25	28	31
Convenciones	3	4	5	6	7

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

Tabla 32- Proyección Precio de Venta por Unidad

Productos Manufacturados por la Empresa	Precio Venta Und. Año 2019	Precio Venta Und. Año 2020	Precio Venta Und. Año 2021	Precio Venta Und. Año 2022	Precio Venta Und. Año 2023
Paquete bronce	2.000.000	2.070.000	2.142.450	2.217.436	2.295.046
Paquete plata	3.000.000	3.105.000	3.213.675	3.326.154	3.442.569
Paquete oro	4.500.000	4.657.500	4.820.513	4.989.230	5.163.854
Eventos empresariales	4.500.000	4.657.500	4.820.513	4.989.230	5.163.854
Convenciones	30.000.000	31.050.000	32.136.750	33.261.536	34.425.690

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

Tabla 33 -Costo de Materia Prima Directa

Productos Manufacturados por la Empresa	Costo Venta Und. Año 2019	Costo Venta Und. Año 2020	Costo Venta Und. Año 2021	Costo Venta Und. Año 2022	Costo Venta Und. Año 2023
Paquete bronce	1.100.000	1.138.500	1.178.348	1.219.590	1.262.275
Paquete plata	1.710.000	1.769.850	1.831.795	1.895.908	1.962.264
Paquete oro	3.540.000	3.663.900	3.792.137	3.924.861	4.062.231
Eventos empresariales	3.540.000	3.663.900	3.792.137	3.924.861	4.062.231
Convenciones	20.300.000	21.010.500	21.745.868	22.506.973	23.294.717

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

Tabla 34 - Costos Indirectos y Gastos Operacionales Mensual Año 1

Descripción	Valor Mensual	Administración	Ventas	Producción CIF
Arrendamiento	\$ 1.500.000	70%	20%	10%
Mantenimiento	\$ 200.000	70%	20%	10%
Papelería	\$ 200.000	70%	20%	10%
Servicios públicos	\$ 600.000	70%	20%	10%
Servicio de Internet y telefonía	\$ 100.000	70%	20%	10%
Implementos de aseo y servicios generales	\$ 120.000	70%	20%	10%
Publicidad	\$ 2.500.000	70%	20%	10%
Otros costos y gastos	\$ -	70%	20%	10%

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

Tabla 35- Nomina Empleados Mensual Año 1

Ítem	Departamento	Cargo	Sueldo Básico	Días Laborados
1	Administración	Gerente	\$ 3.000.000	30
2	Administración	Ingeniero de sonido	\$ 1.500.000	30
3	Administración	Asesor de diseño	\$ 1.500.000	30
4	ventas	Asesor 1	\$ 900.000	30
5	ventas	Asesor 2	\$ 900.000	30

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

Tabla 36- Total Devengado Mensual Año 1

Devengados				
Salario	Auxilio de Transp.	Horas Extras	Comisiones	Total
3.000.000	-	-	-	3.000.000
1.500.000	91.299	-	-	1.591.299
1.500.000	91.299	-	-	1.591.299
900.000	91.299	-	-	991.299
900.000	91.299	-	-	991.299

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

Tabla 37 - Deducidos y Neto a Pagar Mensual Año 1

Deducidos					Total	Neto a Pagar
Salud	Pensión	Libranza	Fondo Empleados			
120.000	120.000	-	-	240.000	2.760.000	
60.000	60.000	-	-	120.000	1.471.299	
60.000	60.000	-	-	120.000	1.471.299	
36.000	36.000	-	-	72.000	919.299	
36.000	36.000	-	-	72.000	919.299	

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

Tabla 38- Plan de Financiamiento

Plan de Financiamiento		
FUENTES	VALOR	%
Internas (Recursos Propios)	48.680.940	40%

Externas		
(Bancos)	73.021.410	60%
TOTAL	121.702.350	

Fuente: Docente German Hoyos.

Tabla 39- Periodo y Tasa de Financiación Externa.

Periodo	5	60 Meses
Tasa Efectiva Anual	1,13%	Mensual

Fuente: Docente Germán Hoyos.

Tabla 40-Amortización Préstamo

TABLA DE AMORTIZACION PRESTAMO						
PERIODO	0	1	2	3	4	5
CUOTA		\$15.103.076	\$15.103.076	\$15.103.076	\$15.103.076	\$15.103.076
INTERES		\$825.142	\$663.801	\$500.637	\$335.630	\$168.758
AMORTIZACION		\$14.277.934	\$14.439.274	\$14.602.438	\$14.767.446	\$14.934.318
SALDO	\$73.021.410	\$58.743.476	\$44.304.202	\$29.701.764	\$14.934.318	\$0

Fuente: Docente Germán Hoyos.

Tabla 41- Flujo de Caja Proyectado

Descripción Rubros	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Ingresos de Efectivo						
+ Ingresos recibidos del período		\$ 703.541.667	\$ 824.463.750	\$ 964.281.038	\$ 1.119.481.678	\$ 1.291.728.391
+ Ingresos recibidos cartera períodos anteriores		\$ -	\$ 63.958.333	\$ 74.951.250	\$ 87.661.913	\$ 101.771.062
+ Ingresos recibidos por aportes sociales	\$ 48.680.940	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Ingresos recibidos por préstamos solicitados	\$ 73.021.410	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Ingreso por venta de activos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Otros ingresos de recibidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= Total Efectivo Recibido Durante el Período	\$ 121.702.350	\$ 703.541.667	\$ 888.422.083	\$ 1.039.232.288	\$ 1.207.143.590	\$ 1.393.499.453
Egresos de Efectivo						
+ Pagos realizados compras del período		\$ 444.904.167	\$ 522.495.600	\$ 612.289.000	\$ 712.443.628	\$ 822.971.939
+ Pagos realizados compras períodos anteriores		\$ -	\$ 40.445.833	\$ 47.499.600	\$ 55.662.636	\$ 64.767.603
+ Pagos realizados nómina del período		\$ 138.162.492	\$ 142.998.179	\$ 148.003.115	\$ 153.183.225	\$ 158.544.637
+ Pagos realizados nómina períodos anteriores		\$ -	\$ 3.652.740	\$ 3.780.586	\$ 3.912.906	\$ 4.049.858
+ Pagos realizados otros costos y gastos período		\$ 62.640.000	\$ 64.832.400	\$ 67.101.534	\$ 69.450.088	\$ 71.880.841
+ Pago impuesto de renta año anterior		\$ -	\$ 10.351.083	\$ 20.774.790	\$ 33.018.365	\$ 46.632.095
+ Pago activos adquiridos	\$ 110.638.500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Pago de abonos a capital crédito		\$ 10.952.032	\$ 12.532.993	\$ 14.342.170	\$ 16.412.508	\$ 18.781.707
+ Pago de intereses crédito		\$ 9.237.601	\$ 7.656.640	\$ 5.847.463	\$ 3.777.124	\$ 1.407.926
= Total Efectivo Pagado Durante el Período	\$ 110.638.500	\$ 665.896.292	\$ 804.965.469	\$ 919.638.259	\$ 1.047.860.481	\$ 1.189.036.606
= Efectivo Generado en el Período	\$ 11.063.850	\$ 37.645.375	\$ 83.456.614	\$ 119.594.029	\$ 159.283.109	\$ 204.462.847
+ Saldo Inicial de efectivo	0	\$ 11.063.850	\$ 48.709.225	\$ 132.165.840	\$ 251.759.868	\$ 411.042.977
= Saldo final de efectivo	\$ 11.063.850	\$ 48.709.225	\$ 132.165.840	\$ 251.759.868	\$ 411.042.977	\$ 615.505.824

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

Tabla 42- Balance General

Descripción Rubros	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Disponible	\$ 11.063.850	\$ 48.709.225	\$ 132.165.840	\$ 251.759.868	\$ 411.042.977	\$ 615.505.824
Cuentas por Cobrar		\$ 63.958.333	\$ 74.951.250	\$ 87.661.913	\$ 101.771.062	\$ 117.429.854
Total Activo Corriente	\$ 11.063.850	\$ 112.667.558	\$ 207.117.090	\$ 339.421.781	\$ 512.814.039	\$ 732.935.678
Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Construcciones y Edificaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinaria y Equipo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de Oficina	\$ 28.400.000	\$ 28.400.000	\$ 28.400.000	\$ 28.400.000	\$ 28.400.000	\$ 28.400.000
Muebles y Enseres	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000	\$ 5.500.000
Equipo de Computación y Comunicación	\$ 36.938.500	\$ 36.938.500	\$ 36.938.500	\$ 36.938.500	\$ 36.938.500	\$ 36.938.500
Flota y Equipo de Transporte	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación Acumulada		\$ -19.092.833	\$ -38.185.667	\$ -57.278.500	\$ -76.371.333	\$ -95.464.167
Total Prop. Planta y Equipo	\$ 70.838.500	\$ 51.745.667	\$ 32.652.833	\$ 13.560.000	\$ -5.532.833	\$ -24.625.667
Gastos Pagados por Anticipado	\$ 39.800.000	\$ 31.840.000	\$ 23.880.000	\$ 15.920.000	\$ 7.960.000	\$ -
Total Activo Diferido	\$ 39.800.000	\$ 31.840.000	\$ 23.880.000	\$ 15.920.000	\$ 7.960.000	\$ -
TOTAL ACTIVO	\$ 121.702.350	\$ 196.253.225	\$ 263.649.923	\$ 368.901.781	\$ 515.241.206	\$ 708.310.011
Bancos Nacionales						\$ -
Proveedores Nacionales		\$ 40.445.833	\$ 47.499.600	\$ 55.662.636	\$ 64.767.603	\$ 74.815.631
Cuentas por Pagar		\$ 3.652.740	\$ 3.780.586	\$ 3.912.906	\$ 4.049.858	\$ 4.191.603
Impuesto de Renta por Pagar		\$ 10.351.083	\$ 20.774.790	\$ 33.018.365	\$ 46.632.095	\$ 62.073.208
Total Pasivo Corriente	-	54.449.657	72.054.976	92.593.908	115.449.556	141.080.442
Bancos Nacionales	\$ 73.021.410	\$62.069.378	\$49.536.385	\$35.194.215	\$18.781.707	
Total Pasivo a Largo Plazo	\$ 73.021.410	\$ 62.069.378	\$ 49.536.385	\$ 35.194.215	\$ 18.781.707	\$ -
Total Pasivo	\$ 73.021.410	\$ 116.519.035	\$ 121.591.362	\$ 127.788.123	\$ 134.231.262	\$ 141.080.442
Aportes Sociales	\$ 48.680.940	\$ 48.680.940	\$ 48.680.940	\$ 48.680.940	\$ 48.680.940	\$ 48.680.940
Utilidades Acumuladas		\$ -	\$ 27.947.925	\$ 84.039.859	\$ 173.189.446	\$ 299.096.103
Reserva Legal Acumulada			\$ 3.105.325	\$ 9.337.762	\$ 19.243.272	\$ 33.232.900
Reserva Legal		\$ 3.105.325	\$ 6.232.437	\$ 9.905.510	\$ 13.989.629	\$ 18.621.963
Utilidad del Ejercicio		\$ 27.947.925	\$ 56.091.934	\$ 89.149.587	\$ 125.906.657	\$ 167.597.663
TOTAL PATRIMONIO	\$ 48.680.940	\$ 79.734.190	\$ 142.058.561	\$ 241.113.658	\$ 381.009.943	\$ 567.229.569
PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 121.702.350	\$ 196.253.225	\$ 263.649.923	\$ 368.901.781	\$ 515.241.206	\$ 708.310.011

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

Tabla 43- Herramientas de Evaluación Financiera

Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno

	Proporción Capital	Inflación Promedio 5 años	Premio al Riesgo Inversión	TMAR	TMAR Proporcional
Capital Propio	40,00%	3,50%	5,32%	9,01%	3,60%
Capital Financiado	60,00%	3,50%	14,44%	18,44%	11,06%
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR Global del Proyecto					14,67%

Descripción Rubros	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Flujo de Caja Neto Proyectado	\$ -121.702.350	\$ 47.154.052	\$ 76.844.212	\$ 111.765.759	\$ 150.536.610	\$ 194.490.752
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento		14,67%	14,67%	14,67%	14,67%	14,67%
Valor Presente del Flujo Neto	\$ -121.702.350	\$ 41.122.667	\$ 58.443.427	\$ 74.130.263	\$ 87.074.534	\$ 98.109.313
Valor Presente Neto de la Inversión	\$ 237.177.854					
Tasa Interna de Retorno	42,23%					

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

Tabla 44- Indicadores Financieros

Indicadores Financieros

Indicador	Fórmula	2019	2020	2021	2022	2023
Razon Circulante	Activo Corriente	\$ 112.667.558	\$ 207.117.090	\$ 339.421.781	\$ 512.814.039	\$ 732.935.678
	Pasivo Corriente	\$ 54.449.657	\$ 72.054.976	\$ 92.593.908	\$ 115.449.556	\$ 141.080.442
		\$ 2,07	\$ 2,87	\$ 3,67	\$ 4,44	\$ 5,20
Solidez	Activo Total	\$ 196.253.225	\$ 263.649.923	\$ 368.901.781	\$ 515.241.206	\$ 708.310.011
	Pasivo Total	\$ 116.519.035	\$ 121.591.362	\$ 127.788.123	\$ 134.231.262	\$ 141.080.442
		\$ 1,68	\$ 2,17	\$ 2,89	\$ 3,84	\$ 5,02
Endeudamiento	Pasivo Total	\$ 116.519.035	\$ 121.591.362	\$ 127.788.123	\$ 134.231.262	\$ 141.080.442
	Activo Total	\$ 196.253.225	\$ 263.649.923	\$ 368.901.781	\$ 515.241.206	\$ 708.310.011
		59,4%	46,1%	34,6%	26,1%	19,9%
Rotación de Activos Totales	Ventas	\$ 767.500.000	\$ 899.415.000	\$ 1.051.942.950	\$ 1.221.252.739	\$ 1.409.158.245
	Activo Total	\$ 196.253.225	\$ 263.649.923	\$ 368.901.781	\$ 515.241.206	\$ 708.310.011
		\$ 3,91	\$ 3,41	\$ 2,85	\$ 2,37	\$ 1,99
Margen Operacional de Utilidad	Utilidad Operacional	\$ 50.641.935	\$ 90.755.802	\$ 137.920.924	\$ 190.305.505	\$ 249.700.760
	Ventas	\$ 767.500.000	\$ 899.415.000	\$ 1.051.942.950	\$ 1.221.252.739	\$ 1.409.158.245
		6,60%	10,09%	13,11%	15,58%	17,72%
Margen Neto de Utilidad	Utilidad Neta	\$ 27.947.925	\$ 56.091.934	\$ 89.149.587	\$ 125.906.657	\$ 167.597.663
	Ventas	\$ 767.500.000	\$ 899.415.000	\$ 1.051.942.950	\$ 1.221.252.739	\$ 1.409.158.245
		3,64%	6,24%	8,47%	10,31%	11,89%

Fuente: Simulador Gerencial Docente Diego Quiroga.

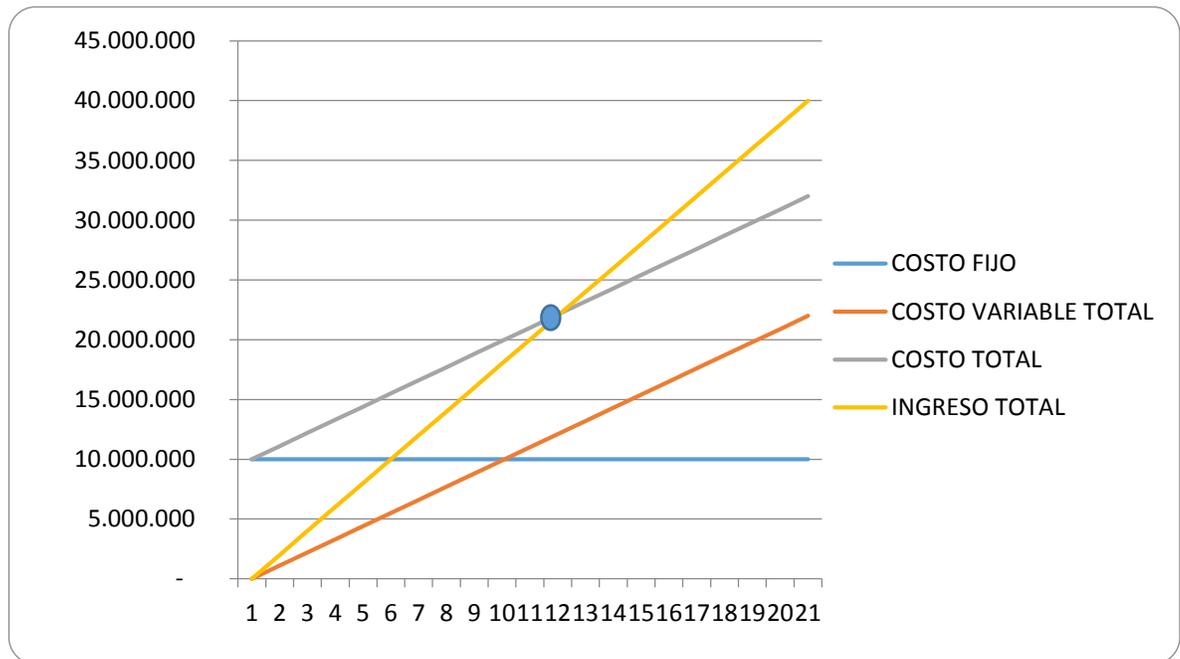
Tabla 45- Punto de Equilibrio

$P.E = CF / PV - CVU$

COSTO FIJO	10.000.000
PRECIO DE VENTA UNITARIO	2.000.000
COSTO VARIABLE UNITARIO	1.100.000
CANTIDADES (X)	11
COSTO VARIABLE TOTAL	12.222.222
INGRESO TOTAL	22.222.222

Fuente: Docente Germán Hoyos.

Gráfica N° - Punto de Equilibrio



Fuente: Elaboración propia.

10.2 Análisis Financiero

El proyecto es aceptable, debido a que el VPN es mayor a cero, el proyecto tuvo un VPN de \$2.147.829.012, que son los beneficios adicionales o utilidad del proyecto después de descontar la inversión inicial, que fue de \$ 1.221.702.350, la tasa interna de retorno (TIR) del proyecto, fue del 45.86%, muy superior a la tasa mínima aceptable de rentabilidad (TMAR), que estaba en el 14,67%

10.2.1 Razón Circulante

La razón corriente del presente estudio nos permite apreciar que el índice de liquidez de la empresa, los activos corrientes están en la capacidad de cubrir los pasivos corrientes a corto plazo, por otra parte se tiene la capacidad de efectivo para cubrir alguna eventualidad en el año uno con 1,53, año dos con 2,35, año tres con 3,27, año cuatro con 4,22 y el quinto año con el 7,30.

10.2.2 Solidez

El presente estudio muestra que al realizar este proyecto se tiene un nivel de solidez adecuado, donde el activo total solventa al pasivo total teniendo 1,70 pesos para pagar cada peso que se debe, lo anterior quiere decir que **Business Event** tiene una estructura de capital solida entre su capital de trabajo y el activo fijo productivo.

10.2.3 Endeudamiento

El nivel de endeudamiento del presente estudio está acorde a las recomendaciones de los expertos, teniendo así un 58,9% de nivel de endeudamiento para el primer año, lo cual quiere decir que el nivel de endeudamiento es ideal al encontrarse entre el 40% y el 60%, por otra parte el nivel del endeudamiento tiene un comportamiento decreciente en los siguientes años.

10.2.4 Rotación de Activos Totales

Este indicador nos permite analizar que el presente estudio sus activos totales rotaron en un promedio de 2 veces, lo que quiere decir que los activos totales rotan cada 180 días en el año.

10.2.5 Margen Operacional de Utilidad

En esta oportunidad se observa que la empresa para el año 2018 genera una utilidad operacional del 3,11% y para el 2019 el 10,48%, se puede evidenciar un crecimiento de la utilidad del 7,37%, y para los años anteriores tiene un comportamiento creciente en el margen de la utilidad operacional.

10.2.6 Margen Neto de Utilidad

Como se puede ver las ventas de **Business Eventen** el año 2018 y 2019 generaron el -0,17% y el 5,43% de utilidad, por otra parte podemos ver que hay un aumento del 5,26% en la utilidad, teniendo en cuenta que a pesar de del aumento en los costos de ventas y los gastos de administración y ventas, las ventas de la empresa crecieron lo suficiente para solventar dicho aumento, se puede apreciar un crecimiento de la utilidad que en los demás años.

11. IMPACTO AMBIENTAL

A nivel ambiental, el proyecto es sostenible. Más del 88% del material que se utiliza para realizar un evento es reutilizable o reciclable, todo esto disminuye la utilización de agentes contaminantes.

Nuestra propuesta de servicio está diseñada para economizar tiempo, dinero y prácticamente no se generarán desechos contaminantes en su desarrollo. Esto es ser amigables con el ambiente. El restante 12% de los materiales residuales que se generarán luego de cada evento tendrá un proceso de selección para su posterior reciclado, siguiendo las recomendaciones de las autoridades sanitarias en cuanto a la disposición de desechos sólidos biodegradables, se reducirá al mínimo el uso de materiales de difícil reciclado como el icopor, plástico especialmente para servir las comidas y bebidas y la decoración en lo que a la empresa esté a cargo.

En cuanto a los proveedores y al impacto ambiental que ellos puedan generar se buscará hacer recomendaciones específicas para mitigar este impacto buscando hacer todo el proceso de prestación del servicio lo más amigable posible con el medio ambiente. El impacto ambiental que tiene el proyecto en el área de influencia se deriva del ruido que se puede causar en las celebraciones de fiestas y festejos, sin embargo es política de la empresa establecer recomendaciones encaminadas a informar a los usuarios las normas de comportamiento para evitar afectar a la comunidad circundante.

La generación de ruido debido a los altos decibeles que generan los equipos de amplificación de sonido será mitigada por medios de paneles aislantes que evitan que el sonido salga hacia el exterior y se presente contaminación auditiva, además los sitios en donde se realizarán los eventos deberán estar adaptados para

mantener los decibeles de ruido (40-65 db para zonas residenciales) dentro de los niveles permitidos por las autoridades ambientales. Y para una mayor efectividad en el aporte para la preservación de nuestro medio ambiente, se hace necesario trabajar de la mano con aquellas personas que cumplan con la certificación ISO 14000, norma internacional aceptada, que expresa cómo establecer un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) efectivo.

Está diseñada para conseguir un equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción de los impactos en el ambiente y con el apoyo de las organizaciones para así cumplir con la legislación en materia ambiental.

12. CONCLUSIONES

- El objetivo del presente estudio de factibilidad fue determinar la viabilidad económica y financiera para la creación y funcionamiento de una empresa de servicios logísticos de eventos empresariales en la ciudad de Girardot – Cundinamarca, que aporte soluciones al desarrollo económico y social en la Región.
- La logística como prestación de un servicio ha tenido un mayor auge en el mundo de los eventos empresariales y ha cobrado gran importancia en los últimos años para la mayoría de las organizaciones.
- El presente estudio de factibilidad de servicios logísticos en Girardot, es viable económicamente, teniendo en cuenta que no tiene competidores directos en la prestación de este servicio. Además, se cuenta con herramientas financieras que permite analizar la información para determinar la viabilidad de la creación de la misma.
- En el desarrollo del estudio de factibilidad se puede analizar que al tercerizar este tipo de servicios logísticos para el desarrollo de eventos empresariales, permite la reducción de costos para las empresas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Dinero, Empleo, artículo de desempleo en Colombia 2017 según DANE, publicado el 30-01-2018.
- El Tiempo, Economía y Negocios, redacción del Tiempo, desempleo en Colombia en agosto 2018, Publicado el 28-09-2018.
- JANY, José Nicolás, 2000, segunda edición, Investigación Integral de Mercados: un enfoque para el siglo XXI, Mc Graw-Hill, Bogotá.
- KINNEAR, Thomas C.; TAYLOR, James R.; 2003, quinta edición, Investigación de Mercados, QuebecorWorld, Bogotá.
- KOTLER, Philip; Amrstrong, Gary, 2007, décima primera edición, Marketing: Versión para Latinoamérica, Pearson Education de México S.A de C.V, México.
- LAMBIN; GALLUCCI; SICURELLO, 2009, segunda edición, Gestión Estratégica y Operativa del Mercado, Mc Graw-hill, Interamericana Editores S.A. de C.V., México.
- LÓPEZ, Armando Franco, 2004, primera edición, Administración de la Empresa Restaurantera, Editorial Trillas, México.
- LOVELOCK, Chritopher; WIRTZ, Jochen, 2009, sexta edición, Marketing de servicios, personal, tecnología y estrategia, Pearson Education de México S.A de C.V, México.
- MALHOTRA, Naresh K, 2008, quinta edición, Investigación de Mercados, Pearson Education, México C.A. de C.V.
- MARTOS, M. El papel del turismo de eventos en el desarrollo urbano. El caso de Expo Zaragoza. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 11 (1): 57-71, 2013. [Fecha de consulta: 3 de octubre de 2018]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88125588005>
- MIGUEZ, Daniel, 2007, Primera Edición, El Emprendedor Profesional: Un integrador par la creación de empresas dinámicas, Copyright, Argentina.

- PELEGRINI, Mariel, Los Deportes Extremos: Una Alternativa Turística, Universidad de Belgrano, Argentina, noviembre de 2004.
- Regalado Miranda ER. Metodología para la organización de Eventos Estudiantiles Virtuales Tesis de Maestría. CECAM; 2003. P.19-21.
- STEPHEN P. Robbins; DECENZO David A., 2002, Tercera Edición, Fundamentos de Administración, Prentice Hall por Pearson Education de México S.A. de C.V.
- TERRY, George R.; FRANKLIN Stephen G., 2003, primera edición, Principios de Administración, Editorial continental, México.