

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EVENTOS EN LA
CIUDAD DE BARRANCABERMEJA**

DANILSON DUARTE LÓPEZ

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2019**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EVENTOS EN LA
CIUDAD DE BARRANCABERMEJA**

DANILSON DUARTE LÓPEZ

Proyecto de Grado para optar al título en Gestión Empresarial

Director:

CARLOS MANUEL FIGUEROA OREJARENA

Profesional en Gestión Empresarial

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA**

2019

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis hijos Angie Katherine Duarte Alvarino y Cristian Danilson Duarte, quienes se han convertido en el motor que me impulsa a alcanzar todas las metas en mi vida a mi madre Ofelia López quién me ha sostenido en su hombro para poder aconsejarme en todas las situaciones.

A mi esposa Gisela Alvarino, a mi hermana Ilce Elena Duarte y demás familiares, en general por el apoyo que siempre me brindan día a día en el transcurrir de mi carrera Universitaria.

DANILSON DUARTE LÓPEZ

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer primeramente a Dios porque me dio el don de la perseverancia para alcanzar esta meta a la universidad que nos abrió sus puertas para ser mejores personas y buenos profesionales.

A los catedráticos que con el pasar de los años se convirtieron en nuestro ejemplo a seguir a nuestros compañeros ya que con ellos vivimos los buenos y los malos momentos que sólo se viven en una universidad.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	26
1. GENERALIDADES	27
1.1 PANORAMA DEL SECTOR.....	27
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO.....	29
1.3 ASPECTOS LEGALES	32
2. ESTUDIO DE MERCADOS	38
2.1 OBJETIVOS.....	38
2.1.1 Objetivo general.....	38
2.1.2 Objetivos específicos	38
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	39
2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del servicio	39
2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	40
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	41
2.3.1 Mercado potencial.....	41
2.3.2 Mercado objetivo.....	41
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	43
2.4.1 La demanda	43
2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados	43
2.4.1.2 Necesidades de información	44
2.4.1.3 Ficha Técnica.....	44

2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados.....	48
2.4.3 Estimación de la demanda.....	61
2.4.4 Proyección de la demanda.....	63
2.5 OFERTA O COMPETENCIA	64
2.5.1 Necesidades de la información	64
2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia	64
2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	70
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	70
2.7.1 Estructura de los canales actuales	70
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	71
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	72
2.8 PRECIO	72
2.8.1 Análisis de precios de la competencia	72
2.8.2 Estrategias de fijación de precios	73
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	73
2.9.1 Objetivos	73
2.9.2 Logotipo	74
2.9.3 Slogan.....	74
2.9.4 Análisis de medios	74
2.9.5 Selección de medios.....	75
2.9.6 Estrategias Publicitarias.....	75
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	76
2.9.7.1 De lanzamiento	76

2.9.7.2 De operación.....	76
3. ESTUDIO TÉCNICO	77
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	77
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	77
3.1.1.1 <i>Factores que determinan el tamaño de un proyecto</i>	77
3.1.1.2 El tamaño del proyecto y la demanda	77
3.1.1.3 El tamaño del proyecto y los suministros e insumos.....	77
3.1.1.4 El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos	78
3.1.1.5 El tamaño del proyecto y la localización	79
3.1.1.6 El tamaño y el financiamiento	79
3.1.2 Capacidad del proyecto	79
3.1.2.1 Capacidad total diseñada por línea de servicio.....	79
3.1.2.2 Capacidad instalada	79
3.1.2.3 Capacidad utilizada y proyectada	80
3.2 LOCALIZACIÓN.....	80
3.2.1 Macro localización	80
3.2.2 Micro localización.....	82
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	83
3.3.1 Ficha técnica del servicio	83
3.3.2 Descripción técnica del servicio	84
3.3.3 Diagrama de procedimiento	85
3.3.4 Control de calidad	86
3.3.5 Recursos.....	87

3.3.5.1 Recurso humano.....	87
3.3.5.2 Recurso físico	88
3.3.5.3 Recurso de insumos	88
3.3.6 Análisis de Proveedores	89
3.3.7 Distribución de planta	90
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	91
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	91
4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL	93
4.2.1 Visión	93
4.2.2 Misión.....	93
4.2.3 Objetivos	93
4.2.4 Políticas	94
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	95
4.3.1 Organigrama	95
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	96
4.3.3 Asignación salarial	102
5. ESTUDIO FINANCIERO	104
5.1 INVERSIONES	104
5.1.1 Inversión Fija.....	104
5.1.1.1 Terreno	104
5.1.1.2 Construcción	104
5.1.1.3 Maquinaria y equipo.....	104
5.1.1.4 Muebles y enseres	104

5.1.1.5 Equipo de oficina	105
5.1.1.6 Herramientas	105
5.1.1.7 <i>Total de inversión fija</i>	106
5.1.2 Inversión Diferida	106
5.1.3 Inversión Capital de Trabajo	107
5.1.3.1 Costos del servicio	108
5.1.3.2 <i>Materias Primas</i>	110
5.1.3.3 <i>Mano de Obra Directa</i>	110
5.1.3.4 <i>Costos indirectos de fabricación</i>	110
5.1.3.5 <i>Total costos del servicio</i>	110
5.1.3.6 Gastos de administración y ventas	111
5.1.3.7 Gastos Financieros	113
5.1.3.8 Total Capital de trabajo	115
5.1.4 Inversión total.....	115
5.1.5 Fuentes de financiación	115
5.2 COSTOS Y GASTOS	115
5.2.1 Costos y gastos fijos	115
5.2.2 Costos y gastos variables	116
5.2.3 Costo y gasto total unitario.....	116
5.3 PRECIO DE VENTA	116
5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS	117
5.4.1. Ingresos	117
5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS	120

5.5.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años	120
5.5.2 Flujo de Caja Proyectado.....	121
5.5.3 Balance General inicial y proyectado	122
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	123
6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	123
6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	123
6.2.1 Matriz de Evaluación de Impactos	124
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	124
6.3.1 Valor presente neto.....	124
6.3.2 Tasa Interna Retorno TIR	126
6.3.3 Período de recuperación.....	126
6.3.4 Análisis de las Razones Financieras	127
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	127
7. CONCLUSIONES	129
8. RECOMENDACIONES.....	131
BIBLIOGRAFÍA.....	132
ANEXOS	135

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Clasificación de barrios por estratificación en Barrancabermeja.....	41
Tabla 2. Ficha Técnica.....	44
Tabla 3. Celebraciones familiares.....	48
Tabla 4. Barrio de residencia	49
Tabla 5. Tipo de celebraciones	50
Tabla 6. Sitio del evento familiar	52
Tabla 7. Servicio de organización de eventos	54
Tabla 8. Calificación de la experiencia de eventos	55
Tabla 9. Empresa para organizar eventos	56
Tabla 10. Actividades a contratar.....	57
Tabla 11. Presupuesto del evento	59
Tabla 12. Publicidad	60
Tabla 13. Estimación de la demanda.....	62
Tabla 14. Proyección de la demanda.....	63
Tabla 15. Matriz de perfil competitivo-Hotel Pipatón.....	65
Tabla 16. Matriz de perfil competitivo. Club Infantas	67
Tabla 17. Matriz de perfil competitivo. Club Miramar	68
Tabla 18. Análisis de precios de la competencia	72
Tabla 19. Publicidad de lanzamiento	76
Tabla 20. Publicidad de operación.....	76

Tabla 21. Suministros e insumos.....	77
Tabla 22. Tecnología y equipos.....	78
Tabla 23. Capacidad total diseñada por línea de servicio.....	79
Tabla 24. Capacidad utilizada y proyectada	80
Tabla 25. Proyección de la demanda.....	80
Tabla 26. Micro localización.....	83
Tabla 27. Ficha técnica del servicio	83
Tabla 28. Elementos del control de calidad	86
Tabla 29. Recurso Humano	87
Tabla 30. Gasto de personal – (Factor Multiplicador)	87
Tabla 31. Muebles y Enseres.....	88
Tabla 32. Tecnología y equipos.....	88
Tabla 33. Recurso de insumos	88
Tabla 34. Análisis de proveedores.....	89
Tabla 35. Funciones del gerente.....	97
Tabla 36. Funciones de la secretaria.....	98
Tabla 37. Funciones de servicios generales.....	99
Tabla 38. Funciones de especialista en eventos	100
Tabla 39. Funciones de asistente de logística	101
Tabla 40. Funciones de asistente en decoración.....	102
Tabla 41. Asignación salarial	102
Tabla 42. Cajas de compensación – Riesgos laborales ARL	103
Tabla 43. Gastos de personal.....	103

Tabla 44. Muebles y enseres para eventos	104
Tabla 45. Equipos de oficina.....	105
Tabla 46. Total de Inversión Fija.....	106
Tabla 47. Inversión Diferida	106
Tabla 48. Requerimiento de recursos	107
Tabla 49. Inversión Inicial	107
Tabla 50. Gastos operativos (fijos)	108
Tabla 51. Costos servicios (variables)	108
Tabla 52. Quince años (80 personas).....	109
Tabla 53. Costos Primera comunión (80 personas).....	109
Tabla 54. Otros eventos (80 personas).....	109
Tabla 55. Proyecto anual de eventos.....	110
Tabla 56. Costos servicios	111
Tabla 57. Nómina Mensual	112
Tabla 58. Factor Multiplicador.....	112
Tabla 59. Gasto de personal.....	112
Tabla 60. Gastos Operativos	113
Tabla 61. Gastos Financieros	113
Tabla 62. Amortización del crédito.....	114
Tabla 63. Inversión total.....	115
Tabla 64. Costos y gastos fijos	115
Tabla 65. Costos y gastos variables	116
Tabla 66. Costo y gasto total unitario.....	116

Tabla 67. Precio de Ventas.....	116
Tabla 68. Proyección de la demanda.....	117
Tabla 69. Ingresos y Egresos	117
Tabla 70. Egresos.....	118
Tabla 71. Estado de Resultados proyectado a 5 años.....	120
Tabla 72. Flujo de Caja	121
Tabla 73. Balance general y proyectado.....	122
Tabla 74 Matriz de evaluación de impactos.....	124
Tabla 75. Flujo económico.....	124
Tabla 76. Tasa de oportunidad del 25% EA	125
Tabla 77. Tasa Interna Retorno	126
Tabla 78. Período de recuperación.....	126
Tabla 79. Indicadores financieros	127
Tabla 80. Punto de equilibrio	128

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Celebraciones familiares	49
Gráfica 2. Barrio de residencia.....	50
Gráfica 3. Tipo de celebraciones	51
Gráfica 4. Sitio del evento familiar	53
Gráfica 5. Servicio de organización de eventos	54
Gráfica 6. Calificación de la experiencia de eventos.....	55
Gráfica 7. Empresa para organizar eventos	56
Gráfica 8. Actividades a contratar	58
Gráfica 9. Presupuesto de evento.....	59
Gráfica 10. Publicidad.....	60
Gráfica 11. Logotipo.....	74
Gráfica 12. Diagrama del procedimiento.....	85
Gráfica 13. Flujograma del servicio.....	86
Gráfica 14. Distribución de la planta	90
Gráfica 15. Organigrama	96
Gráfica 16. Punto de equilibrio.....	128

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1. Familias divididas sobre el número de viviendas actualizadas	47
Imagen 2. Barrancabermeja y su territorialidad regional.....	82

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. ENCUESTA – FAMILIAS	136

GLOSARIO

AMBIENTACIÓN: según la RAE el ambiente es el medio en que se vive, y la ambientación es todo lo que rodea a un evento y sus protagonistas. En cuestión la ambientación comprende los espacios que se encuentran dentro y fuera de las instalaciones al mismo, porque necesariamente se correlacionan.

CALIDAD: la calidad se entiende como una propiedad o conjunto de propiedades inherentes a un producto o servicio que permiten al consumidor distinguirla y apreciarla en relación a las restantes de su especie. Es el conjunto de características de una entidad que le otorgan la capacidad de satisfacer necesidades expresas e implícitas.

CLIENTE: persona u organización que tiene la capacidad de adquirir bienes o servicios. Un Cliente es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto.

COMPETITIVIDAD: significa la capacidad de las empresas para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado en medio de la competencia con otras empresas de la región o el país.

DECORACIÓN: comprende todos aquellos agregados a la ambientación que dan el enfoque al evento o el proyecto. En la decoración se utilizan diversas herramientas u objetos que potencialicen la idea global del evento, ya sean; flores, cuadros, candelabros, espejos, portarretratos, tarimas, entre otros.

DEMANDA: el concepto de demanda está ligado a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o desean en un determinado mercado de una economía y a un precio específico.

EVENTO: generalmente el referente a evento recae en un hecho o suceso de importancia para un público determinado. En dicho acto se externalizan características de la idea del mismo y su finalidad. Pueden ser de carácter público o privado y los actos a realizarse en el mismo son determinados por el anfitrión o la empresa organizadora.

INDICADORES DE LOGRO: dentro del Plan de Optimización Logístico y Operativo se deben incluir plazos en los cuales se efectuará un control de avances, en él se observará si los plazos y pasos establecidos en el planning se van cumpliendo y, si procede cuales son los logros u objetivos parciales que se van observando, así como si estos forman parte del proceso normal del negocio y son los adecuados para lograr el objetivo.

INTELIGENCIA DE MERCADOS: relacionando paradigmas y conceptos propios de las teorías de Mercados, es indispensable señalar que la competencia siempre seguirá creciendo en dichas circunstancias. Por eso al hablar de Inteligencia de Mercados se refiere al conjunto de métodos, técnicas y mecanismos que permiten recabar, registrar, analizar y difundir la información estratégica sobre la competencia.

INVENTARIO: la relación del registro de bienes y artículos que tiene una empresa en un momento determinado. Esta relación es detallada, ordenada y valorada de los elementos que componen el patrimonio de una empresa o persona en un momento determinado, antes los inventarios se realizaban por medio físico es decir que se escribían en un papel.

LOGÍSTICA: actividad de controlar, coordinar y supervisar el flujo de información y actividades a lo largo de la cadena de abastecimiento. RAE la define como el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar acabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución.

MERCADEO: el mercadeo surge del proceso en el cual grupos e individuos logran lo que necesitan y desean mediante la creación, oferta y libre intercambio de productos y servicios que otros valoran o necesitan. Toda actividad comercial, industrial o de servicios, sea grande o pequeña requiere del mercadeo de sus productos o servicios.

OFERTA: al hablar de oferta se hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en el mercado por las empresas y bajo unas determinadas condiciones.

OPERADOR LOGÍSTICO: organización encargada de controlar todas las actividades de dirección del flujo de los materiales y productos que necesite una empresa. Es aquella empresa que por encargo de su cliente diseña los procesos de una o varias fases de su cadena de suministros (aprovisionamiento, transporte, almacenaje, distribución, e, incluso, ciertas actividades del proceso productivo), organiza, gestiona y controla dichas operaciones utilizando para ello infraestructuras físicas, tecnología y sistemas de información, propios o ajenos, independiente de que preste o no los servicios con medios propios o subcontratados.

PLANEACIÓN: consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y las determinaciones de tiempos y números necesarias para su realización.

PROTOCOLO: específicamente para el ámbito de los eventos el protocolo enmarca a modo de reglamento las actividades a realizarse dentro de una celebración u evento, se puede tratar a modo de instrucciones fijas que garantizan la correcta disposición del orden, las cosas y la interlocución en el evento.

PUBLICIDAD: es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo.

STAKEHOLDERS: estos existen debido a que las actividades y funciones de una empresa impactan económica, ambiental y socialmente, es así como se les considera en el momento de tomar alguna decisión importante de la empresa. De esta forma se les conoce como todos los actores sociales que debido a las decisiones de una empresa se pueden ver afectados, ya sea de forma positiva o negativa.

STROBER: según la RAE el estrober es un dispositivo usado para producir destellos regulares de luz. La palabra “Strober” tiene su origen partir de la palabra griega “Strobos”, que significa “dar vueltas”. Estos permiten ambientar con innovadores sistemas y son eficientes ya que resisten vibraciones y su perdurabilidad es larga respecto a otro tipo de luces.

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE BARRANCABERMEJA*

AUTOR: DUARTE LOPEZ DANILSON**

PALABRAS CLAVES: CREACIÓN DE UNA EMPRESA – EVENTOS – RECREACIÓN – EMPRENDIMIENTO - VIABILIDAD.

DESCRIPCIÓN:

El presente estudio tiene como objeto determinar la viabilidad de crear una empresa enfocada en eventos en la ciudad de Barrancabermeja.

En Barrancabermeja no se cuenta actualmente con una empresa que enfoque su servicio a la organización de eventos, por lo cual se propone esta idea innovadora con el fin de suplir las necesidades de las personas que desean este tipo de servicios.

Para determinar la viabilidad del proyecto se desarrolló una investigación de mercados teniendo en cuenta las preferencias y hábitos de los habitantes Barranqueños, a través de fuentes primarias que arrojaron como resultado la aceptación de una empresa de estas características. También se desarrolló un análisis técnico y operativo que permitió establecer los procedimientos claves para el desarrollo de la idea de negocio, un enfoque administrativo en el que se estableció el personal necesario y la forma de proceder del mismo, un estudio legal que enfoca a la empresa para desenvolverse bajo las normas impuestas por la ley y finalmente un estudio económico – financiero que permitió saber la viabilidad del proyecto.

la planificación de eventos es vista como una necesidad que requiere de una serie de estrategias logísticas para llevar a cabo una actividad teniendo en cuenta la logística, es por ello que este proyecto tiene como finalidad una empresa dedicada a la planificación, organización y ejecución de eventos. El mercado al que se pretende llegar con el ofrecimiento de dichos servicios son los hogares de estratos 4 y 5 de Barrancabermeja que requieran del servicio para la organización de diversos eventos

* Proyecto de Grado.

** Universidad Industrial de Santander, Instituto de Educación a Distancia. Programa en Gestión Empresarial. Director: Carlos Manuel Figueroa Orejarena, Profesional en Gestión Empresarial.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF AN EVENT COMPANY IN THE CITY OF BARRANCABERMEJA*

AUTHOR: DUARTE LOPEZ DANILSON****

KEY WORDS: Creation of a company - Events - Recreation - Entrepreneurship - Feasibility.

DESCRIPTION:

The objective of this study is to determine the feasibility of creating a company focused on events in the city of Barrancabermeja.

In Barrancabermeja there is currently no company that focuses its service on the organization of events, which is why this innovative idea is proposed in order to meet the needs of people who want this type of service.

To determine the viability of the project, a market research was developed taking into account the preferences and habits of the Barranqueños inhabitants, through primary sources that resulted in the acceptance of a company of these characteristics. A technical and operational analysis was also developed to establish the key procedures for the development of the business idea, an administrative approach in which the necessary personnel were established and the way to proceed, a legal study that focuses on the company to operate under the rules imposed by law and finally an economic-financial study that allowed to know the viability of the project.

The planning of events is seen as a need that requires a series of logistics strategies to carry out an activity taking into account the logistics, which is why this project is aimed at a company dedicated to the planning, organization and execution of events. The target market with the offer of these services are the homes of strata 4 and 5 of Barrancabermeja that require the service for the organization of various events.

* Proyecto de Grado.

** Universidad Industrial de Santander, Instituto de Educación a Distancia. Programa en Gestión Empresarial. Director: Carlos Manuel Figueroa Orejarena, Profesional en Gestión Empresarial.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la planificación de eventos es vista como una necesidad que requiere de una serie de estrategias logísticas para llevar a cabo una actividad teniendo en cuenta la logística, es por ello que este proyecto tiene como finalidad una empresa dedicada a la planificación, organización y ejecución de eventos. El mercado al que se pretende llegar con el ofrecimiento de dichos servicios son los hogares de estratos 4 y 5 de Barrancabermeja que requieran del servicio para la organización de diversos eventos.

Debido a las múltiples ocupaciones que se presentan día a día en cada uno de los integrantes del núcleo familiar, actualmente se requiere de la ayuda externa para realizar cualquier tipo de evento que se denomine familiar, puesto que la gestión, adecuación de espacios y demás procesos implícitos en los eventos requieren de tiempo y de logística y al tener en cuenta que los trabajos, los horarios y la predisposición a la cantidad de compromisos que recaen en el evento hace que las familias busquen ayuda para adecuar y sacar adelante cualquier proyecto de celebración o conmemoración.

El proyecto se desarrolló teniendo en cuenta los siguientes elementos: planteamiento del problema, enfocado en la importancia de realizar estudios preliminares, que orientan frente a la necesidad que existe en las familias de la ciudad, en contratar con una organización el proceso de los eventos a realizar. Descripción del problema, en esta parte se acota sobre la necesidad de creación de la empresa, tomando como contexto la ciudad de Barrancabermeja. Se plantea la justificación entorno al por qué y el para qué del objeto de estudio. El estudio de mercado determina las necesidades claras para lograr la prestación del servicio.

Del estudio técnico se derivan específicamente los pasos del servicio a ofrecer, y finalmente la viabilidad del proyecto por medio del estudio financiero.

1. GENERALIDADES

1.1 PANORAMA DEL SECTOR

La ciudad de Barrancabermeja es considerada un corredor comercial del Magdalena medio y del nororiente colombiano, debida a su ubicación geográfica y capacidad adquisitiva, en cuanto a inversión y creación de mediana y pequeña empresa. Es por ello que actualmente en el sector comercial del casco antiguo de la ciudad y en diversos lugares, se encuentran organizaciones de variados tipos, de eje lucrativo, pero que se caracterizan por promover constantemente en su clientela actividades que generen clientes potenciales, razón por la cual es necesario para éstas encontrar una opción que provea la organización y ejecución de pequeños y grandes eventos enmarcados en la necesidad que consideren a satisfacer.

Por otra parte, Barrancabermeja es una ciudad de tradición cultural, en cuanto a las celebraciones familiares y la predisposición de los seres humanos a la integración social y la consolidación de lazos afectivos a través de los eventos familiares. Podría ser una opción a considerar para los individuos que componen la familia la prestación de un servicio que facilite y estimule de manera adecuada la celebración que lleve a cabo, todo esto con el acompañamiento y logística necesarios para dar una culminación exitosa al proyecto familiar planteado.

El estudio de factibilidad de creación de una empresa dedicada a la organización de eventos hace suponer que el objetivo primordial de ésta será brindar las soluciones necesarias y pertinentes, representadas en variables como el lugar, la adecuación, los alimentos y bebidas, el sonido, la iluminación, la presentación e

invitaciones y la difusión del mismo en los interesados. Además, se debe tener en cuenta que los mercados actuales son exigentes, en cuanto a la prestación del servicio y a su calidad, por ello el propósito de la organización estaría basado en brindar una solución familiar, que cumpla con las expectativas tanto de los clientes directos, como las del consumidor final o asistente al evento.

El presente estudio pretende realizar un diagnóstico de factibilidad, para la creación de una empresa especializada en la organización de eventos en la ciudad de Barrancabermeja, formulando diversas variables de análisis investigativo para evidenciar la pertinencia o viabilidad de esta.

El efectivo desarrollo del estudio esbozará las pautas necesarias para la óptima inversión de recursos materiales, humanos e intelectuales en favor de la creación de la empresa, así como de los posibles beneficios para los clientes potenciales.

Las ventajas para la realización de este estudio pueden visualizarse desde los aspectos iniciales de un proceso investigativo, que oriente nuevas propuestas de formación de empresa, las cuales posibiliten el desarrollo de la región y a la vez es importante considerar la evolución del mercado y cada análisis que se haga del mismo, incurre en determinaciones positivas al momento de abordarlo. Al hablar de factibilidad, el proyecto puede incurrir en nuevas visiones de la realidad a nivel mercado de la zona y posiblemente brinde nuevas ideas de incursión en el mismo.

De igual forma, el desarrollo de este proyecto investigativo está orientado como estudiantes haber alcanzado los logros propuestos por la Universidad y el programa.

Las razones expuestas anteriormente expresan el compromiso que se tiene en relación con este acertado tema de la organización de eventos, según las necesidades que se encontraron en el mercado objetivo.

1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

Barrancabermeja actualmente cuenta con aproximadamente 300.000 habitantes¹. El número de personas que asisten a diversos eventos es bastante considerable, razón por la cual es inevitable la necesidad de buscar una serie de elementos, para facilitar y estimular el incremento de la asistencia a cada uno de estos eventos.

Barrancabermeja es conocida como la capital petrolera de Colombia y con los nuevos megaproyectos, como la construcción de la doble calzada Bucaramanga-Barrancabermeja-Yondó, la construcción de la Gran Vía Yuma y su conexión con la Ruta del Sol y la obra del Puerto Multimodal más importante del país, con el que se reactivarán la navegación y comercio por el río Magdalena²; se estima que muchas empresas de otros lugares del país se movilizarían a la ciudad. Con esto, Barrancabermeja se convierte en el atractivo económico de muchas personas y, además, en un centro de negocios³ favoreciendo así a las nuevas industrias encargadas de la organización de eventos empresariales y sociales, como lo pretende este estudio de factibilidad.

La ciudad cuenta con una serie amplia de labores comerciales, ejecutadas desde las pequeñas y medianas empresas, que requieren de una visión organizacional y a la vez de nuevas posibilidades de proyección empresarial, a esto sumado la opción que encontrarían las familias en la ciudad, de llevar a cabo sus planes de

¹ ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Sitio Web Alcaldía de Barrancabermeja. En Línea]. 2018. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/nuestra-alcaldia>

² ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Historia de Barrancabermeja. [En Línea]. Eventos y celebraciones. 2015. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/municipio/Informacion-General>

³ CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA. Megaproyectos futuros en Barrancabermeja. 2014.

celebración a través de una empresa que posibilite las gestiones y ayude en el proceso creativo.

El desarrollo del proyecto para la creación de una empresa de eventos en la ciudad de Barrancabermeja nace de la necesidad de cubrir un mercado que en la actualidad está parcialmente atendido y que comprende todos los estratos, niveles de la sociedad, empresas y organismos municipales. El proyecto Eventos Superstars, quiere ofrecer soluciones integrales para la realización de eventos a nivel familiar, empresarial, municipal, que no requieran para su organización, recurrir a varias fuentes para proveer sus servicios, o tengan que solicitar a empresas fuera de la ciudad, que atiendan los requerimientos específicos de los acontecimientos que se quieran realizar.

Eventos Superstars, tendrá la capacidad de acompañar los eventos que se realicen en la ciudad de Barrancabermeja y localidades cercanas, ofreciendo alternativas innovadoras, con amplias posibilidades de costos, productos, servicios, que permitan atender integralmente las necesidades previas, durante y posteriores al evento, tales como tarjetas, invitaciones, lista de invitados, publicidad del evento, lista de regalos y tiendas disponibles, menús variados, salones abiertos y cerrados para eventos, música y sonido en general, fotografía y video, adornos, logística previa, durante y posterior al evento, recordatorios.

La comodidad, seguridad y tranquilidad que ofrece una empresa especializada en atender los eventos, es la mejor carta de presentación para sus clientes y usuarios finales. Además, porque contará con un personal calificado en cada una de las especialidades, se potenciará en uso de mano de obra y productos de la región, favoreciendo la empresa local.

Barrancabermeja es una ciudad renovada, donde se desarrollan actividades económicas competitivas e innovadoras con proyección global, esto ha traído consigo nuevas posibilidades de creación de empresa, ya que la demanda local ha

variado sustancialmente y se requieren organizaciones especializadas en procesos específicos.

Gracias a su estratégica ubicación, Barrancabermeja se ha caracterizado por su constante progresión y desarrollo territorial, convirtiéndose en cuna de una mezcla cultural única, en el sentido de reunir ciudadanos de las principales regiones del país, en términos de ideas, costumbres e iniciativas, que fortalecieron rápido el desarrollo en función de una estructura comercial sólida. De acuerdo con lo anterior, ha sido esta especial condición geográfica, que le sirvió para ser llamada por aquellos visionarios empresarios y comerciantes como la capital del Magdalena Medio.

El crecimiento y la expansión, tanto de la población como de las fronteras económicas y comerciales de la ciudad, nunca se han detenido adoptando siempre una postura agresiva en materia de competitividad empresarial. En la actualidad, Barrancabermeja cuenta con toda una amplia red de información económica de primera mano, que permite, gracias al manejo de indicadores, tendencia, coyuntura y políticas públicas, conocer el andamiaje y entramado de la red de organizaciones encargadas de tomar las decisiones, para el mercado local y su población.

Datos básicos, como el comportamiento en términos de inversión económica a gran escala por parte de la empresa del sector privado y público, la existencia de alianzas y acuerdos que favorecen el ambiente para el idóneo progreso de comerciantes a nivel de mediana y pequeña empresa, son el escenario común que se puede observar al estudiar el comercio de la ciudad en el presente.

Barrancabermeja ha gozado de la posibilidad de obtener espacios propicios, que le permiten mantener una dinámica empresarial sana y estable, la cual actualmente responde a las necesidades del mercado y está atrayendo inversión. Los empresarios en Barrancabermeja se apropiaron de su papel frente a la

evolución de la economía mundial y el surgimiento de la globalización. Por su parte, las empresas locales han entrado en un estado de reestructuración y adaptación a las nuevas exigencias del mercado, en su mayoría en función de la competitividad y el Marketing, resaltando el aspecto de la competitividad, como factor clave para el crecimiento productivo.

1.3 ASPECTOS LEGALES

Las leyes y decretos que se citan a continuación proporcionan las bases sobre las que se construirá y determinará el alcance y naturaleza de este proyecto. Es importante resaltar este marco legal en materia del emprendimiento y creación de pequeñas empresas.

Las regulaciones legales y reglas judiciales tienen una estrecha relación con las instancias gubernamentales que se encargan de hacer cumplir y vigilar el acato de las normas en el país. Algunas de estas legislaciones son nuevas o están actualizadas, otras basan su funcionamiento en leyes obsoletas que están desactualizadas.

En la política pública colombiana para la creación de empresas se cuenta con un marco normativo de gran trayectoria cronológica, teniendo como eje central la Constitución Política de (1991), en su título XII “del Régimen Económico y de la Hacienda Pública”. (Art 333), se establece la libertad económica y se considera la empresa como la base para el desarrollo.

- **CÓDIGO NACIONAL DE POLICÍA Y CONVIVENCIA⁴.** Este instrumento normativo entró en vigencia en el año 2017 y en él se estipulan normas y leyes para prevenir y corregir de manera oportuna los diversos patrones y actividades comportamentales que afecten la sana convivencia y la cultura ciudadana. El contenido del código puede acarrear procesos judiciales para la persona o entidad que lo incumpla.

La ley 1801 del 2016, implícita en este código, dispone de cuatro vertientes fundamentales que actúan como pilares de la convivencia, la seguridad, la tranquilidad, el medio ambiente y la salud pública.

La empresa debe tener especial cuidado con los aspectos de:

- **Actividades con ruido excesivo:** con el nuevo código, la policía está autorizada a desactivar la fuente de ruido de fiestas, reuniones o eventos similares que generen molestias de impacto auditivo en el vecindario. Además, podrá sellar los establecimientos que excedan niveles de ruido.
- **En la organización de los eventos se deberá tener especial cuidado con el volumen el sonido y la reseña de los barrios residenciales y comerciales** debido a que las variaciones en decibeles cambian.
- **Contaminación Visual:** El fijar en un lugar público o abierto al público publicidad exterior no autorizada es una acción que atenta contra el orden público, de modo que se aplicarán correcciones para quienes fijan en la calle avisos, pancartas, pendones u otras piezas publicitarias.

⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1801. (Julio 29 de 2016). “Por la cual se expide el Código Nacional de Policía y Convivencia”. Diario Oficial. Bogotá D.C. No. 49.949 del 29 de julio de 2016.

- Debido a que la empresa posiblemente realizará campañas de expectativas frente a eventos organizacionales se hace necesario tener cuidado con la publicidad visual y los lugares adecuados en donde exhibirla.
- Mal manejo de residuos y basuras: Las autoridades aplicarán multas y medidas pedagógicas a quienes arrojen basuras o escombros en el espacio público o en bienes de carácter público privado, y a quienes saquen la basura en horarios no autorizados por la empresa prestadora del servicio.

Al finalizar los eventos se deben identificar horarios de disposición para la recolección de basuras y dejar limpios los espacios considerados como públicos.

- **Decreto 770 de 1982: Reglamento de Protocolo –Presidencia de la República de Colombia. Actualización 22 de febrero de 2001.** En este decreto quedan planteadas de manera explícita todas las referencias de vestimenta, comportamentales y de adecuación de herramientas en el desarrollo de los eventos protocolarios que se lleven a cabo en donde los símbolos patrios de la nación estén exaltados, es decir; actos conmemorativos de fundación, ceremonias de grado, aniversarios organizacionales, nombramientos oficiales o celebraciones de asensos, entre otros. El decreto cuenta con 19 párrafos que delimitan los eventos públicos y denotan los procesos a realizarse⁵.
- **Ley 905 de 2004**, por medio de la cual se modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, mediana y pequeña empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. Se hace pertinente al momento de crear la nueva

⁵ PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Decreto 770. (Marzo 12 de 1982). “Reglamento de Protocolo y Ceremonial de la Presidencia de la República”. Bogotá el 12 de marzo de 1982.

organización, ya que legalmente se puede acceder a beneficios que incentiven la creación de nuevas empresas⁶.

Las disposiciones expuestas en esta modificación, respecto a la promoción de la pequeña y mediana empresa son herramientas indispensables con las que se podrá contar en cuanto a canales directos de financiación y de potencializarían de la labor a prestar o el servicio a ofrecer, ya que a través del Sistema Nacional de Apoyo a las Mipymes se cuenta con el respaldo directo de los Ministerios de Protección social y de Comercio Industria y Turismo. Es relevante el conocimiento y manejo de esta ley porque las posibilidades que existen de interactuar con entidades o instituciones del estado que fortalezcan el proceso comercial y la idea de negocio son mayores. El Sena y Colciencias posibilitan la aprehensión de mecanismos que ayuden a dar bases más sólidas a la empresa dedicada a la prestación de servicios en organización de eventos.

Los beneficios directos de esta ley para la posible puesta en marcha de la empresa especializada a la organización de eventos serán ; la posibilidad de acceder a programas de capacitación constantes para fortalecer el talento humano y sus competencias en los diversos roles de la organización, acceso a créditos para Mipymes con interés que se adecuan a las necesidades de labor, posibilidades de realización de proyectos investigativos que provean de nuevas herramientas de evolución a los directivos de la empresa.

- **ESTATUTO DEL CONSUMIDOR. Ley 1480 de 2011.** Normas y legislación de mercadeo y publicidad. Se requiere tener el conocimiento de las mismas al momento de plantear las estrategias comerciales y de difusión de información para los clientes de la organización. La ley del estatuto del consumidor plantea

⁶ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 905. (Agosto 02 de 2004). “Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”. Diario Oficial. Bogotá D.C. No. 45.628 de 2 de agosto de 2004.

en su artículo primero; los principios generales; una serie de propósitos reglamentados como inherentes a la labor comercial. Directamente es importante tener en cuenta para la función comercial de la empresa el acceso de los posibles clientes una información adecuada sobre el servicio a prestar y de garantizar una toma de decisión por parte del público bien fundamentada⁷.

Debido a que la organización de eventos tiene relación directa con públicos de diversas edades se hace necesario percatarse de la normatividad planteada en el estatuto del consumidor porque habla respecto al especial cuidado que se debe tener con los niños y jóvenes en su calidad de consumidores, esto se relaciona directamente porque las posibles acciones y estrategias en eventos a programar deben velar por la seguridad de sus asistentes en especial con este rango de edades.

Se contempla el derecho a la reclamación por parte de los clientes frente a cualquier necesidad insatisfecha y publicidad engañosa, por ello la empresa organizadora de eventos deberá plantear mensajes concretos y reales en cuanto a su capacidad de montaje y sus contactos o proveedores de otros servicios.

- **LEY ESTATUTARIA 1582 de 2012. HABEAS DATA.** Se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. Toda organización que maneje procesos de organización de eventos debe proteger los datos de los públicos objetivos. Esto es necesario para el fortalecimiento de la confianza entre el cliente y la organización y para evitar posibles tramites ilegales a nombres de terceros, es por ello que esta ley se hace importante para la propuesta organizacional que se pretende crear después de la conclusión del estudio de factibilidad puesto que al manejar información específica de datos de contacto, domicilio, correo electrónico, números de teléfono y cuentas

⁷ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1480. (Octubre 12 de 2011). “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”. Diario Oficial. Bogotá D.C. No. 48.220 de 12 de octubre de 2011.

bancarias se debe garantizar al cliente la protección y reserva absoluta de los datos entregados a la empresa⁸.

⁸ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1582. (Octubre 17 de 2012). “Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales”. Diario Oficial. Bogotá D.C. No. 48.587 de 18 de octubre de 2012.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo general. Realizar un estudio de mercado que permita determinar la demanda, la oferta, medios, precios, publicidad y cada una las variantes de incidencia en la toma de decisión por parte del público objetivo al contratar un servicio de organización de eventos.

2.1.2 Objetivos específicos:

- Determinar las características del servicio a ofrecer, para identificar la logística necesaria para la prestación de estos, por medio de herramientas como la encuesta teniendo en cuenta las necesidades del consumidor.
- Determinar el mercado potencial y objetivo, precisando estrategias comerciales, por medio del estudio de mercados.
- Identificar los canales de comercialización más apropiados para este tipo de servicio, con el fin de llegar a más clientes, por medio del análisis de necesidades del cliente potencial y objetivo.
- Diseñar estrategias de publicidad y promoción, analizando lo que ofrece el mercado y sea lo más acorde con este tipo de negocios, realizando una encuesta a la competencia.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del servicio. La prestación de servicios en la organización de eventos familiares y varía dependiendo las necesidades del cliente y el enfoque específico que tenga el evento a celebrarse.

La empresa Superstars será una organización encargada de prestar servicio en la organización y ejecución de eventos pequeños y medianos y grandes atendiendo las necesidades del cliente antes, durante y después con los mejores estándares de calidad entre esos eventos se encuentran familiares estipulados en las celebraciones religiosas y de integración tales como, bautizos, primera comunión, bodas, aniversarios, cumpleaños, fiestas de bienvenida, integraciones familiares, entre otras.

- Salón de eventos con capacidad hasta 250 personas, seis horas de atención
- Mobiliario adecuado para la atención de los invitados según a la ocasión.
- Decoración del salón, paredes, mesas, sillas, techos, según lo requiera el evento.
- Sonido y adecuación de música
- Maestro de ceremonia
- Barra bufé
- Servicio de atención a la mesa, personal disponible el requerido por el evento.
- Elaboración y entrega de recordatorios
- Material audiovisual de la celebración
- Fotografía y video profesional

2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.

Los aspectos más relevantes que marcan una diferencia en cuanto a la prestación del servicio son:

- Implementación y uso de la herramienta tecnológica APP SUPER STARS, en donde el cliente puede realizar la organización del evento y seguimiento de cada una de las fases de organización logística. Lo que se busca con esta nueva aplicación, es que los clientes puedan desde cualquier lugar ver todo el proceso logístico que tiene en su evento programado.
- En los paquetes que se ofrecen se obsequia un servicio fotográfico digital, el cual se puede subir las fotos de manera inmediata a las redes sociales que deseen.
- Para los eventos se prestará el servicio de la impresora ultimaker, la cual tiene como fin realizar figuras decorativas muy originales para ser obsequiadas, se pueden imprimir toda clases de artículos para ser utilizados en fiestas temáticas como máscaras, muñecos en miniatura o lo más grande posible, domos o cúpulas, atriles, parales, soportes para globos, tarimas etc., siendo más económico el proceso de la realización de dichos artículos económicos, generando un valor adicional al evento donde la innovación tecnológica dará un toque de originalidad ante las otras empresas de eventos.
- Los materiales que se utilizarán en la decoración del evento serán con material reciclable, y así mismo el costo ofrecido por cada evento será más económico y asequible.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. Debido a que la razón de ser de la empresa de eventos Superstars será las organizaciones de celebraciones para el sector familiar, se considera que el mercado potencial son las 4.221 familias que pertenecen según el DANE a los estratos 4 y 5 de la ciudad⁹.

2.3.2 Mercado objetivo. Los clientes de la empresa a crear serán todas aquellas personas que hagan parte de los estratos 4 y 5 de la ciudad, que requieran servicio de organización y gestión de eventos. Para el estudio se solicitó información a la Oficina de Planeación Municipal sobre la distribución de los barrios por estratos en Barrancabermeja, teniendo en cuenta que las comunas 1, 2 y 3 pertenecen a los estratos 4 y 5, para lo cual suministraron los siguientes datos:

Tabla 1. Clasificación de barrios por estratificación en Barrancabermeja

Comuna número1 (Estrato 4)
Barrios: Arenal, Buenos Aires, Cardales, Dorado, Recreo, David Núñez, San Francisco, Las Playas, Inscredial Isla del Zapato, La Campana, San Luis, Las Cruces, La Victoria, Las Margaritas, Palmira, Sector Comercial, Tres Unidos, Urb. Cincuentenario, San José, Colombia.

Comuna número 2 (Estrato 5)
Barrios: Aguas Claras, Ciudad Bolívar, Los Lagos, El Rosario, Galán Gómez, Las Colinas, Olaya Herrera, Parnaso, Pueblo Nuevo, Torcoroma, Uribe Uribe, 25 de Agosto, Villa Luz I y II, Yariguíes, Villa Olímpica.

⁹ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE). Informe sectorial de nivel y calidad de vida. Categorización de calidad de vida. Magdalena Medio. 2016.

Comuna número 3 (Estrato 3)**Barrios:**

Barrio Belén, Ciudadela Pipatón, Cortijillo, Coviba, Internacional, Jorge E. Gaitán, La Floresta, La Libertad, La Paz, Los Ficus, Luis Eleazar, San Judas Tadeo, Santa Isabel, 20 de Enero, Campo Hermoso, Jerusalén, Cristo Rey, Altos de los Ángeles, Altos del Rosario, Altos de la Virgen, Colinas del Norte, María Lucia, Invasión Navalito.

Comuna número 4 (Estrato 3)**Barrios:**

Antonia Santos, Bella Vista, Buena Vista, El Bosque, El Castillo, Cincuentenario, Limonar, Palmar, Refugio, José Antonio Galán, La Liga, Península, Las Brisas, Las Nieves, Los Pinos, Los Lagos, Villa de Leyva, Los Naranjos, Yarima, Planada Cerro, Conjunto Cerrado el Refugio, Invasión Cincuentenario.

Comuna número 5 (Estrato 2)**Barrios:**

Alcazar, Barrancabermeja, Campo Alegre, Chicó, El Triunfo, Independencia, Candelaria, Esperanza, Américas, Camelias, Malvinas, Rosales, Miraflores, Primero de Mayo, Provivienda, Ramaral, San José Obrero, Santa Ana, Simón Bolívar, Tierradentro, La Tora, Francisco Sarasti, Versalles, Villa Rosita, Chapinero, Invasión Ramaral.

Comuna número 6 (Estrato 1)**Barrios:**

Antonio Nariño, El Boston, Brisas San Martín, Brisas del Oriente, Corinto, Danubio, Progreso, Kennedy, Granjas, Oro Negro, Rafael Rangel, San Pedro, 20 de Agosto.

Comuna número 7 (Estrato 1)**Barrios:**

Divino Niño, El Campin, Campestre, Paraíso, Prado, María Eugenia, Nueve de Abril, Santa Bárbara, Vereda la Independencia, Pablo Acuña, Villarelys I, II y III, Invasión el Poblado, Los Almendros, El Reten, Miradores del Sur, Minas del Paraíso, Invasión Sapo Escondido.

Fuente: EMISORA BARRANCABERMEJA VIRTUAL. Distribución de los barrios por estratos en Barrancabermeja. [En Línea]. Barrancabermeja Virtual. 2018. Disponible en: <http://www.barrancabermejavirtual.com/barrios.html>

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1 La demanda:

2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados. En la ciudad de Barrancabermeja, se presentan variados eventos de orden familiar, empresarial y municipal. Esta alta presencia es una mezcla de múltiples factores ligados a la región, como son la idiosincrasia de la población, la presencia de importantes organizaciones empresariales y a la disponibilidad económica de un buen número de habitantes.

Esta alta presencia de eventos en la región, no se está atendiendo adecuadamente a nivel local, porque no hay presencia de empresas constituidas que puedan ofrecer integralmente los servicios que requieren, sea a nivel micro o macro, lo que hace necesario recurrir a empresas organizadoras de eventos de otras ciudades para que cubran la demanda local y se pueda contratar con una sola empresa la realización total de los eventos requeridos.

Esta situación ofrece una oportunidad de negocio en la organización de eventos a todo nivel, que permita brindar una experiencia única a los beneficiados, porque contarán con los productos, servicios y conexidades necesarias para garantizar que sus eventos sean un éxito, que tengan precios proporcionales a la labor, que no tengan que recurrir a varias empresas o personas para lograr realizar todo y que de paso se pueda fortalecer un proyecto emprendedor.

La comodidad, seguridad y tranquilidad que ofrece una empresa especializada en atender los eventos, es la mejor carta de presentación para sus clientes y usuarios finales. Además, porque contará con un personal calificado en cada una de las especialidades, se potenciará en uso de mano de obra y productos de la región, favoreciendo la empresa local.

Eventos Superstars, tendrá la capacidad de acompañar los eventos que se realicen en la ciudad de Barrancabermeja y localidades cercanas, ofreciendo alternativas innovadoras, con amplias posibilidades de costos, productos, servicios, que permitan atender integralmente las necesidades previas, durante y posteriores al evento, tales como tarjetas, invitaciones, lista de invitados, publicidad del evento, lista de regalos y tiendas disponibles, menús variados, salones abiertos y cerrados para eventos, música y sonido en general, fotografía y video, adornos, logística previa, durante y posterior al evento, recordatorios.

Se requiere investigar comercialmente que factores inciden en la toma de dedición por parte de los clientes potenciales al momento de contratar una empresa que se dedique a la organización de evento, es por ello que es importante considerar las variables como importantes para la población puesto que demarcaran el camino de la factibilidad de creación de la empresa. Los estudios que se han realizado en la ciudad son parciales frente al tema y es necesario abordarlo de manera concreta frente a las necesidades del público y lo que puede brindar una nueva empresa en cuanto a servicios de organización de vénetos.

2.4.1.2 Necesidades de información. Se requiere la información necesaria para el desarrollo del estudio de mercados, en cuánto a los aspectos relevantes que se reflejan en la ficha técnica.

2.4.1.3 Ficha Técnica:

Tabla 2. Ficha Técnica

Ficha Técnica Tipo de investigación	El tipo de investigación a desarrollar es cuantitativa, porque arroja datos concretos que posibilitan de análisis real en cuanto a tiempo y factores relevantes para la investigación. “La investigación cuantitativa asume que la realidad es relativamente constante y adaptable a través del tiempo. Este tipo de investigación busca una postura
---	--

	objetiva, separando su postura con respecto a los participantes en la investigación y la situación”¹⁰ La investigación cuantitativa ayuda generar una representación real de los datos y variables que se hallan implícitas en el objeto de estudio, es por ello que el carácter de esta investigación tiene un paso a paso descriptivo, ya que refleja características de importancia frente al objeto de estudio que en este caso podría identificarse como el contexto y la necesidad frente a la creación de una empresa dedicada a la organización de eventos. A la vez esta investigación es descriptiva, puesto que existen unas características específicas de la población objeto de estudio que se deben reconocer para abordar las conclusiones de una manera objetiva e imparcial frente a la creación de la empresa Superstars.
Método de investigación	El método de investigación en el estudio de mercados estará enmarcado por el público objetivo y sus características reconocidas para determinar la proyección y orientación de este frente a la creación de la empresa. Deductivo: Sirve para descubrir consecuencias desconocidas, a partir de principios conocidos; donde se utilizará en las encuestas realizadas a una población específica en este caso a familias de la ciudad.
Fuentes de información	Fuentes primarias: Se utilizarán para obtener de primera mano la información en cuanto a gustos, disponibilidad y variables de interés para la investigación de mercados. Fuentes secundarias: Se utilizarán para concretar información cuantitativa de datos o referencias que aporten a la investigación de mercados.
Técnicas de investigación	Encuestas a familias de estratos 4 y 5.
Instrumento para la recolección de información	Cuestionarios, estructurados, entrevistas y encuestas.
Modo de aplicación	Los instrumentos de recolección de datos serán aplicados de forma dirigida y directa en el público objetivo.
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	Elemento: 4.221 familias que pertenecen según el DANE a los estratos 4 y 5 de la ciudad ¹¹ .
Alcance	Municipio de Barrancabermeja
Tiempo de aplicación	De julio a septiembre 2018

¹⁰ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar. Metodología de la Investigación. Tercera Edición. México: McGraw-Hill Interamericana Editores. 2003.

¹¹ OFICINA DE PLANEACIÓN MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Ordenamiento Territorial. 2018.

Para realizar el cálculo de la muestra, se tomará en primer lugar el total de la población sujeta de investigar que para este caso son el total de familias de los estratos 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja y se calcula el total de encuestas que debería aplicarse. Luego de acuerdo con el número de familias en cada estrato se tomará la proporción de encuesta para cada uno.

$$N= 3.166$$

$$Z= 1,96$$

$$p= 0,5$$

$$q= 0,5$$

$$e= 0,05$$

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

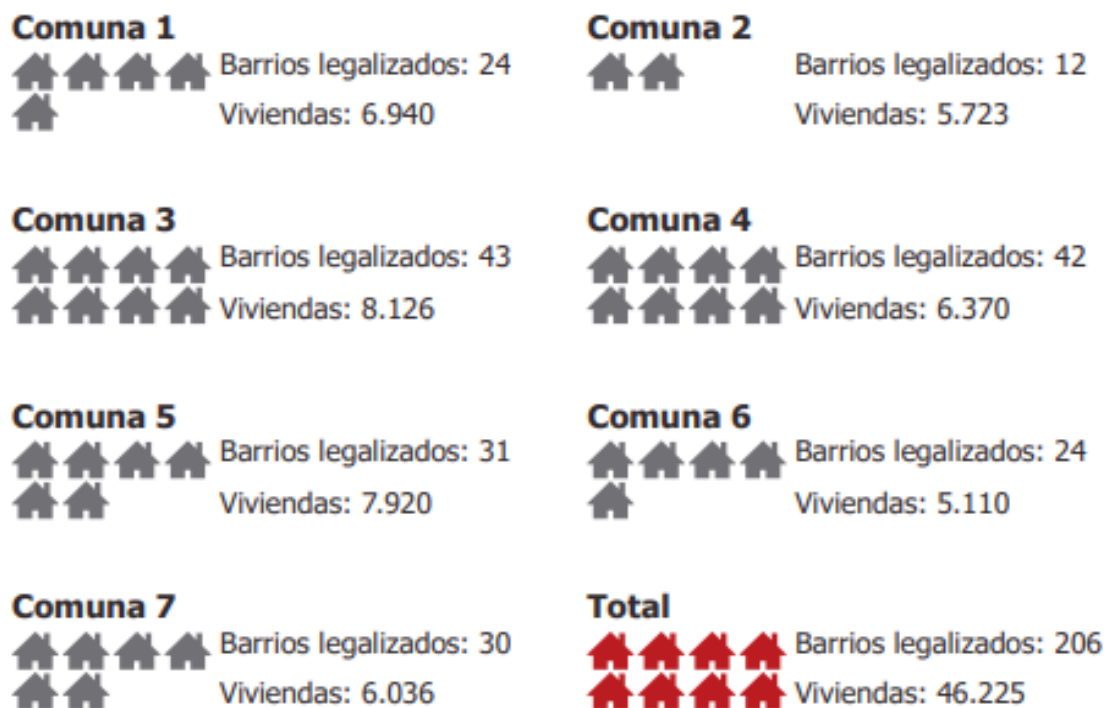
$$n = \frac{4.221(0,5 \times 0,5)1,96^2}{1,96^2(0,5 \times 0,5) + 0,05^2(4.221 - 1)}$$

$$\mathbf{n = 352}$$

Para determinar el número de encuesta que se aplicarían según el estrato, se toma como referente el total de familias que hay en cada uno de los que se consideraron para el estudio (4 y 5) y se aplicará en proporción el número de encuestas que deben realizarse en cada uno de ellos, así:

Para efectos de aproximación se toman personas por familia dividiéndolo sobre el número de viviendas actualizadas.

Imagen 1. Familias divididas sobre el número de viviendas actualizadas



Fuente: OFICINA DE JUNTAS ADMINISTRATIVAS LOCALES. Proceso electoral. 2015.

Estrato 1 → 11.146 Viviendas

Estrato 2 → 7.920 Viviendas

Estrato 3 → 14.496 Viviendas

Estrato 4 → 6.940 Viviendas

Estrato 5 → 5.723 Viviendas

Total Viviendas: 46.225

Para lo cual se toma solo Estrato 4 y 5 como muestra, dividiendo el Número de Viviendas en 3 personas para conocer cuántas familias hay aproximadamente según el DANE:

Estrato 4 → 6.940 Viviendas/3: 2.313 Familias

Estrato 5 → 5.723 Viviendas/3: 1.908 Familias

Entonces, tomaría $2.313 + 1.908 = 4.221$ familias para trabajar como población.

Estrato 4: 2.313 familias que equivalen al 55% del total de la población

Estrato 5: 1.908 familias que equivalen al 45% del total de la población

n= 352 encuestas que según el porcentaje de población que tiene cada estrato considerado sería:

Estrato 4: $352 \times 55\% = 194$ encuestas

Estrato 5: $352 \times 45\% = 158$ encuestas

Total = 352 encuestas

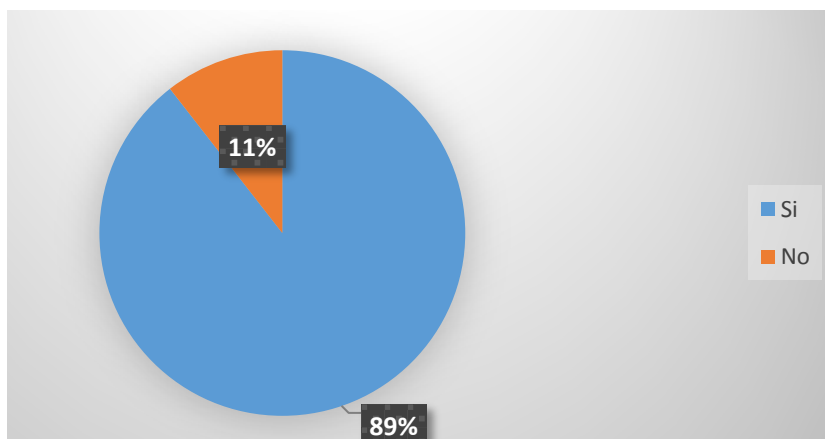
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados:

1. ¿En su familia acostumbran a realizar fiestas, eventos o celebraciones durante el año?

Tabla 3. Celebraciones familiares

Celebraciones familiares		
Calificación	Cantidad	Porcentaje
Si	313	89%
No	39	11%
Total	352	100%

Gráfica 1. Celebraciones familiares



Se identifica que el 89% de las familias encuestadas realizan celebraciones familiares, esto indica que la población objeto de estudio puede requerir servicios especializados para la planificación, organización y ejecución de los eventos, en cambio el 11% de la muestra encuestada expresa que no celebra eventos en su familia.

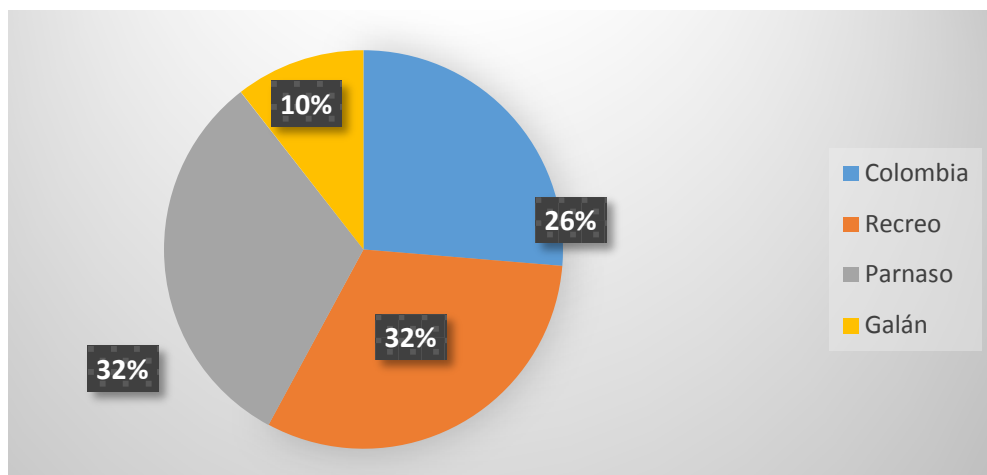
Aunque no se determina el tipo de eventos, en este ítem se cuenta con una respuesta definitiva que encausa la idea inicial del estudio de factibilidad de una empresa dedicada a la organización de eventos en la ciudad de Barrancabermeja.

2. ¿En qué barrio vive actualmente?

Tabla 4. Barrio de residencia

Barrio de residencia		
Calificación	Cantidad	Porcentaje
Colombia	91	26%
Recreo	113	32%
Parnaso	113	32%
Galán	35	10%
Total	352	100%

Gráfica 2. Barrio de residencia



La encuesta se realizó en los estratos 4 y 5, con el fin de abarcar la muestra del mercado objetivo, respondiendo a la pregunta ¿en qué barrio vive?, reiterándose por medio de la tabla de las comunas en donde se muestran los barrios, que las personas encuestadas viven específicamente en los estratos que especifica la muestra.

Es así, como se refleja que el 32% de los encuestados viven en el barrio Parnaso, el 32% en el barrio el Recreo, el 26% en el barrio Colombia y el 10% restante en el barrio Galán, siendo un factor clave para determinar el nivel de aceptación de la población muestra.

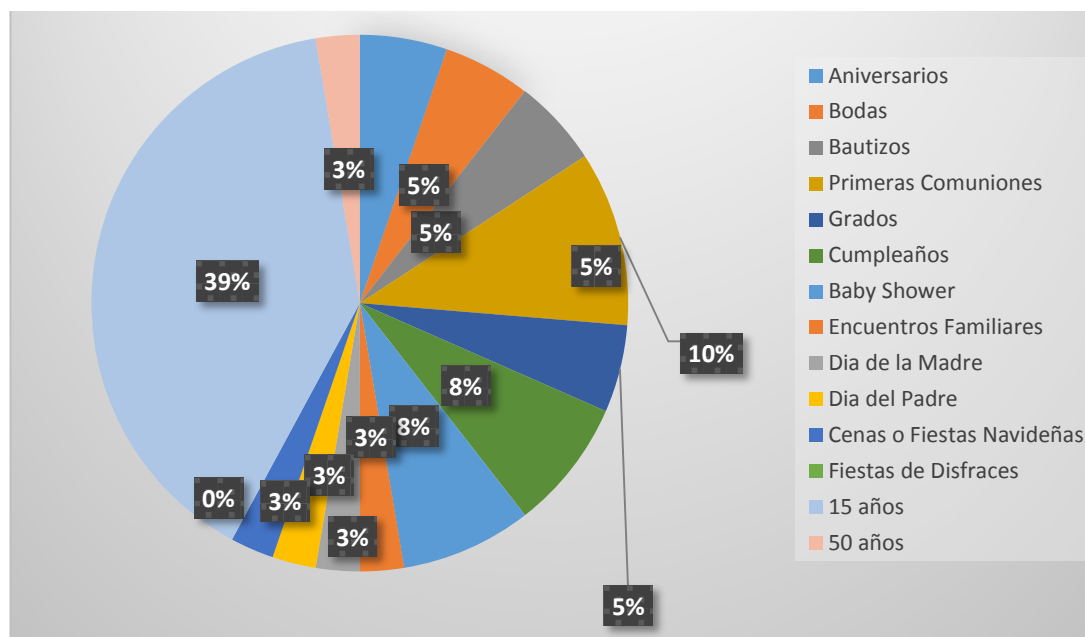
3. ¿Qué tipo de celebraciones realizan?

Tabla 5. Tipo de celebraciones

Tipo de Celebraciones		
Calificación	Cantidad	Porcentaje
Aniversarios	18	5%
Bodas	18	5%
Bautizos	18	5%

Tipo de Celebraciones		
Primeras Comuniones	34	10%
Grados	18	5%
Cumpleaños	27	8%
Baby Shower	27	8%
Encuentros Familiares	11	3%
Día de la Madre	11	3%
Día del Padre	11	3%
Cenas o Fiestas Navideñas	11	3%
Fiestas de Disfraces	0	0%
15 años	137	39%
50 años	11	3%
Total	352	100%

Gráfica 3. Tipo de celebraciones



Las celebraciones familiares que tiene mayor incidencia de acuerdo con los resultados obtenidos son las fiestas de 15 años con un 39%, seguido las primeras

comuniones con un 10%, los Cumpleaños 8%, Baby Shower 8%, Aniversarios 5%, Bodas 5%, Bautizos 5%, Grados 5%, Encuentros Familiares 3%, Día de la Madre 3%, Día del Padre 3%, Cenas o fiestas navideñas 3% y fiesta de disfraces 0%.

Los paquetes familiares que ofrezca la empresa Superstars deben estar enfocados en celebraciones de bodas y baby shower, puesto que para los hogares son las celebraciones más realizadas y a la vez la periodicidad de estas es constante.

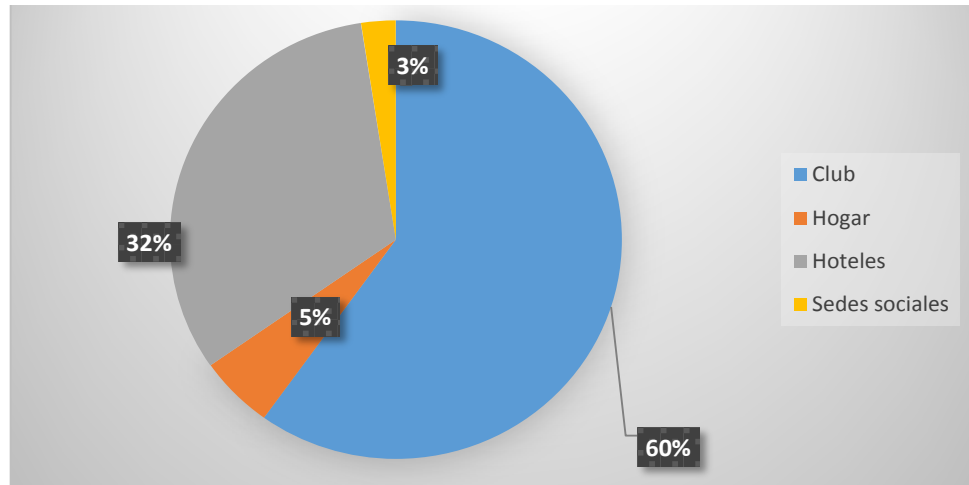
Las celebraciones que se denotan en las respuestas dadas por los encuestados reflejan las diversas actividades a modo de evento que celebran actualmente las familias objeto de estudio, y por ende señala de forma clara el campo de acción en cuanto a posibles servicios que se pretendan prestar a través de la empresa organizadora de eventos.

4. Regularmente, ¿en qué sitio realiza sus eventos familiares?

Tabla 6. Sitio del evento familiar

Sitio del evento familiar		
Calificación	Cantidad	Porcentaje
Club	211	60%
Hogar	17	5%
Hoteles	113	32%
Sedes sociales	11	3%
Total	352	100%

Gráfica 4. Sitio del evento familiar



Según el análisis de la encuesta, respondiendo a la pregunta ¿en qué sitio realiza sus eventos familiares?, la mayoría de las personas prefieren hacer eventos familiares en clubes con un porcentaje del 60%, seguidos de este resultado hay un 32% que los realizan en los hoteles, el 5% en el hogar y el 3% restante en sedes sociales.

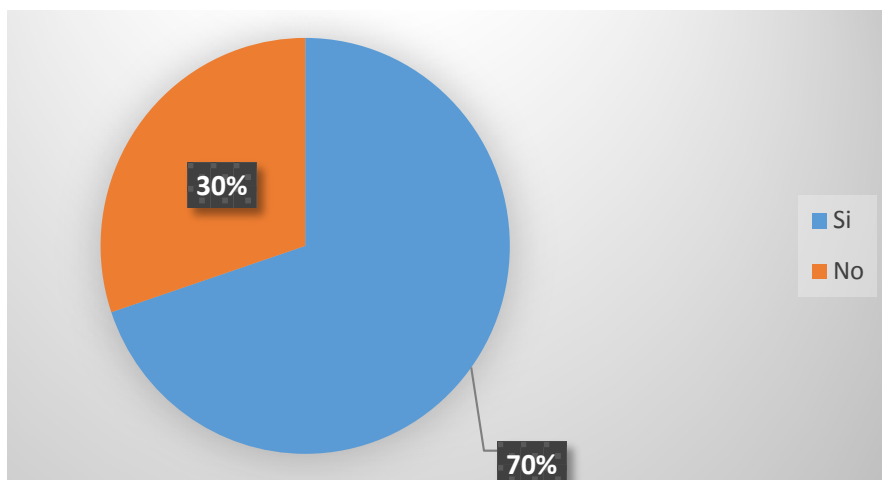
Por lo tanto, este dato se debe tener en cuenta en el momento de la ejecución del proyecto, debido a que el mercado objetivo prefiere realizar los eventos en lugares fuera de su hogar, lo cual la empresa deberá tratar de buscar alianzas con lugares tales como: clubes, zonas sociales, hoteles, fincas, entre otros, en donde se pueda acordar con una excelente tarifa y así ofrecer un servicio en un lugar agradable y al gusto del que lo quien lo utilice con un precio asequible en mercado.

5. Para alguno de los eventos que ha realizado, ¿ha contratado a una empresa de eventos, o personas que realicen los eventos para usted?

Tabla 7. Servicio de organización de eventos

Servicio de organización de eventos		
Calificación	Cantidad	Porcentaje
Si	246	70%
No	106	30%
Total	352	100%

Gráfica 5. Servicio de organización de eventos



El 70% de las familias encuestadas han contratado servicios de atención y organización de eventos esto quiere decir que ya se tiene como opción para estos hogares y abre una posibilidad de mercado latente, también se relaciona indirectamente que ya conocen empresas o contratistas pequeños que realizan este tipo de labor por lo que se vislumbra una competencia directa.

Por otra parte, el 30% de las familias no han contratado hasta el momento un organizador de eventos u empresa que planifique y ejecute sus celebraciones por

lo que existe una posibilidad de ofrecer servicios y atraer público potencial para la organización de eventos.

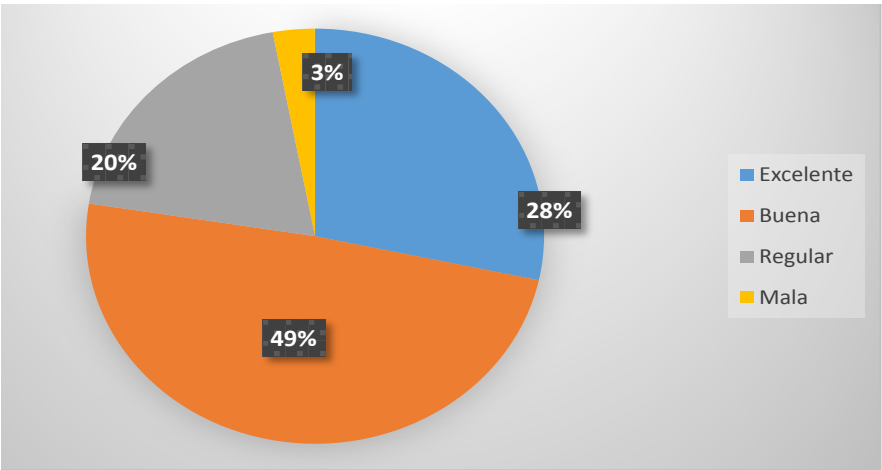
Si su respuesta fue Sí, conteste la siguiente pregunta, sino pase a la próxima.

6. ¿Cómo calificaría su experiencia al utilizar empresas o personas para sus eventos?

Tabla 8. Calificación de la experiencia de eventos

Calificación de la experiencia de eventos		
Calificación	Cantidad	Porcentaje
Excelente	69	28%
Buena	121	49%
Regular	49	20%
Mala	7	3%
Total	246	100%

Gráfica 6. Calificación de la experiencia de eventos



En la pregunta anterior, 25 de los encuestados han contratado el servicio de empresas para la organización de sus celebraciones familiares, por lo cual es importante la percepción que tuvieron en cuanto a la utilización de dicho servicio.

Por lo tanto, se realizó la pregunta ¿Cómo calificaría su experiencia al utilizar empresas o personas para sus eventos? Y la respuesta fue el 49% tuvo una experiencia buena, el 28% excelente, el 20% regular y el 3% mala.

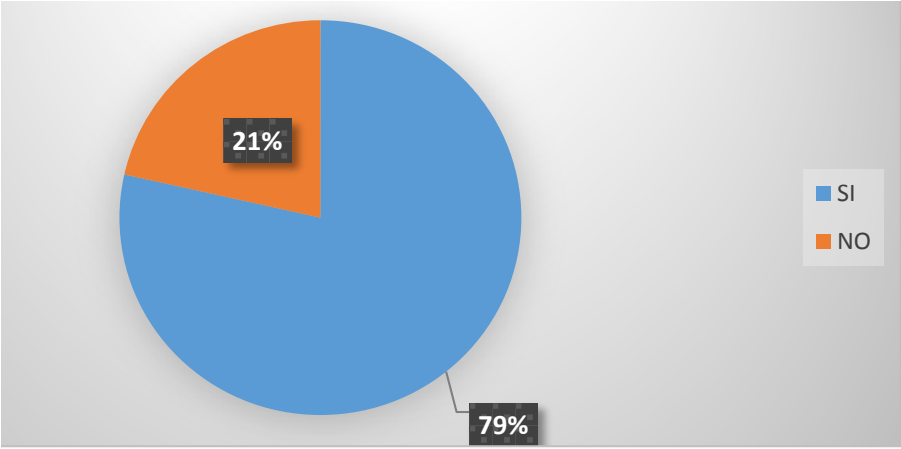
Por lo tanto, en el momento de organizar un evento familiar se debe tener en cuenta que cada uno de los procesos logísticos tenga asignado un responsable, debido a que por una falla mínima en el servicio prestado el cliente no se encontrará satisfecho independientemente el resto de del evento sea lo acordado.

7. ¿Le gustaría que en Barrancabermeja existiera una empresa para organizar eventos que le ofreciera una atención integral, sin que usted tenga que preocuparse por los detalles de sus celebraciones?

Tabla 9. Empresa para organizar eventos

Empresa para organizar eventos		
Calificación	Cantidad	Porcentaje
SI	278	79%
NO	74	21%
Total	352	100%

Gráfica 7. Empresa para organizar eventos



La respuesta es determinante. El 79% de la población muestra de estudio afirma que estaría dispuesto a contratar con una empresa para la organización y ejecución de sus eventos, esto indica claramente que las familias consideran dentro de sus posibilidades la contratación de una organización que les ayude a planear y llevar a cabo las celebraciones familiares.

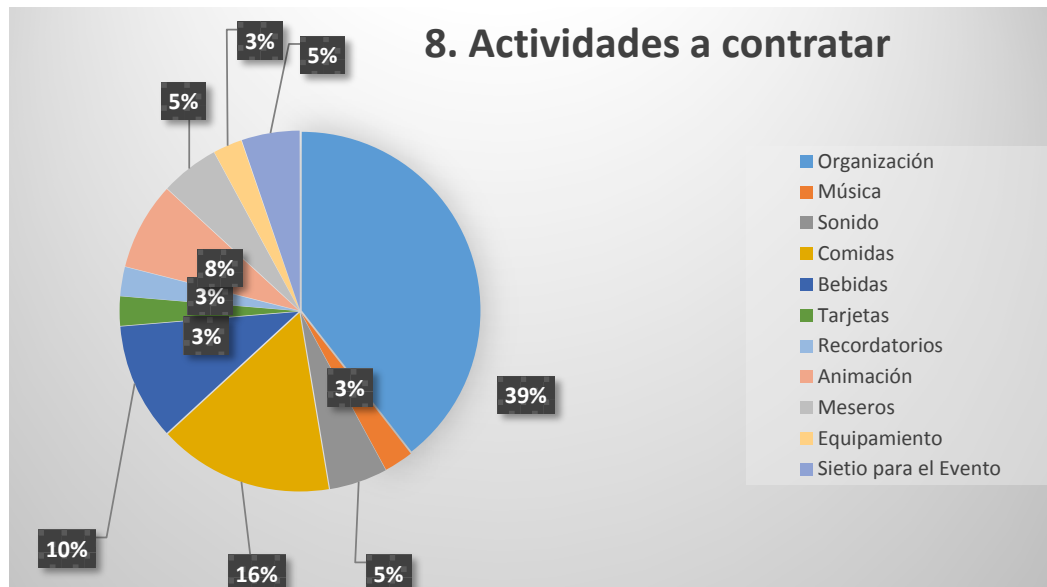
Esta respuesta indica que las familias que no han contratado con una empresa en anteriores ocasiones relacionándolo con el ítem anterior, no se muestran reacias a hacerlo y que por el contrario las que ya lo han hecho volverían a realizarlo. De ahí también se puede concluir que su experiencia fue satisfactoria y por ende habrá que analizar la competencia en el mercado.

8. De las siguientes actividades, ¿cuáles contraría directamente con la empresa de eventos?

Tabla 10. Actividades a contratar

Actividades a contratar		
Calificación	Cantidad	Porcentaje
Organización	137	39%
Música	11	3%
Sonido	18	5%
Comidas	56	16%
Bebidas	34	10%
Tarjetas	11	3%
Recordatorios	11	3%
Animación	27	8%
Meseros	18	5%
Equipamiento	11	3%
Sitio para el Evento	18	5%
Total	352	100%

Gráfica 8. Actividades a contratar



Los diversos tipos de servicios que requieren las familias al momento de realizar una celebración, los cuales quedan representados de la siguiente manera: 39% organización, 16% comidas, 10% bebidas, 8% animación, 5% sonido, 5% meseros, 5% sitio para el evento, 3% música, 3% tarjetas, 3% recordatorios y 3% equipamiento del evento.

Es posible aseverar que los hogares de la población objeto de estudio requieren todos los aspectos relacionados con la organización del evento, aunque cabe resaltar, que pueden requerir ayuda en aspectos particulares de la celebración más no en la organización general.

Es importante considerar que la post producción del evento se basa específicamente en tarjetas, recordatorios o elementos representativos en la temática de fiesta que se puedan requerir es de vital relevancia para las familias tanto así que requieren de la contratación de terceros para su ejecución. La comida y la bebida le siguen en orden de importancia por ello la empresa

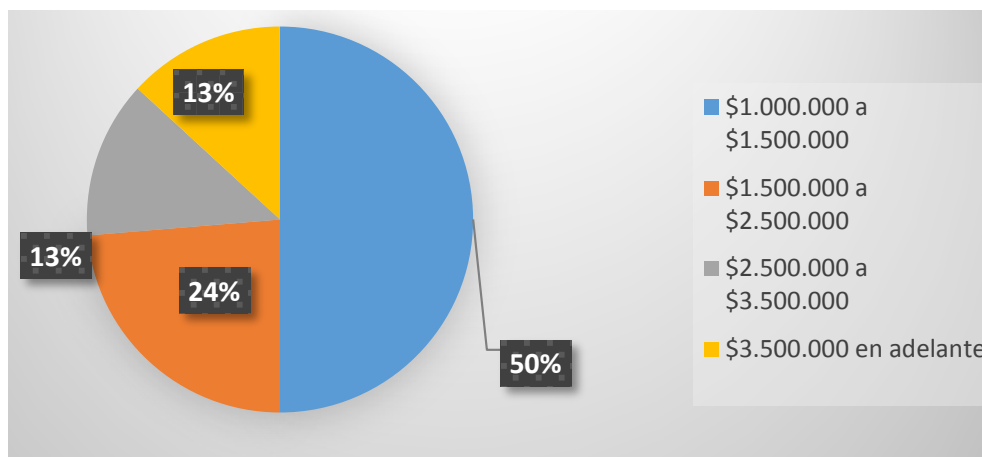
Superstars debe estar en la capacidad de producción de platos-banquetes y a la vez el establecimiento de cadenas de proveedores fijas que garanticen un buen portafolio al cliente. Superstars deberá contar con elementos y herramientas que garanticen el sonido en las celebraciones debido a que corresponde a las necesidades de posibles contrataciones por parte de la población objetivo.

9. ¿Qué presupuesto podría destinar para la realización de sus eventos?

Tabla 11. Presupuesto del evento

Presupuesto del evento		
Calificación	Cantidad	Porcentaje
\$1.000.000 a \$1.500.000	176	50%
\$1.500.000 a \$2.500.000	84	24%
\$2.500.000 a \$3.500.000	46	13%
\$3.500.000 en adelante	46	13%
Total	352	100%

Gráfica 9. Presupuesto de evento



Según el resultado de los encuestados, tienen destinado para la organización de los eventos familiares un presupuesto entre \$1.000.000 a \$1.500.000 el 50%,

\$1.500.000 a \$2.500.000 el 24%, \$2.500.000 a \$3.500.000 el 13% y de \$3.500.000 en adelante.

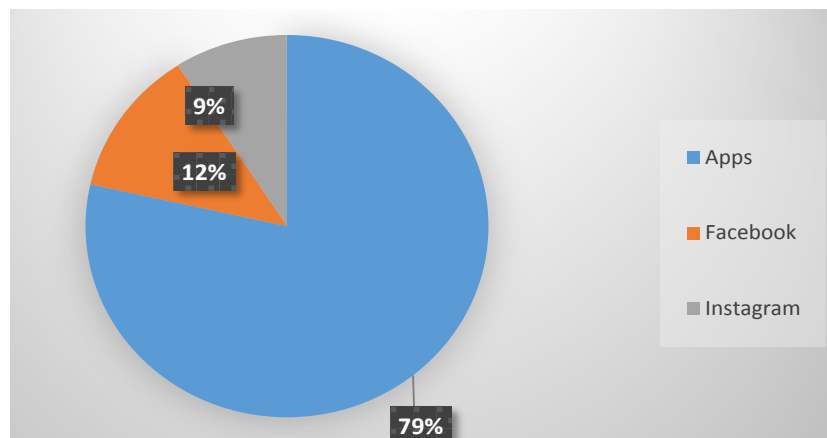
Teniendo en cuenta los resultados, la empresa deberá brindar un portafolio que se ajuste a los presupuestos de cada cliente, teniendo en cuenta que la mitad de los encuestados invertirían de \$1.000.000 a \$1.500.000.

10. De las siguientes alternativas, seleccione las que considera utilizaría para conocer, contratar, hacer seguimiento a la contratación de los servicios con la empresa de eventos.

Tabla 12. Publicidad

Publicidad de la empresa		
Calificación	Cantidad	Porcentaje
Apps	278	79%
Facebook	42	12%
Instragram	32	9%
Total	352	100%

Gráfica 10. Publicidad



De acuerdo con los medios publicitarios que eligieron los encuestados para conocer, contratar y hacer seguimiento a los servicios de organización de eventos, se ve reflejado que utilizarían principalmente Apps con un 79%, seguido el 12% utilizarían Facebook y el 9% restante Instagram.

Por lo cual, se hace necesario utilizar las herramientas tecnológicas para crear un APP SUPER STARS, en donde el cliente pueda conocer por medio de esta todas las alternativas que se ofrecen para organizar un evento. Además, tener en cuenta que por medio del APP existirá un contacto más cercano con las personas que se encuentran interesadas.

2.4.3 Estimación de la demanda. La tasa de la demanda permite analizar la cantidad de servicios que el consumidor estaría dispuesto a comprar o usar a un precio determinado. La estimación de la demanda se calcula teniendo en cuenta las cantidades de eventos familiares que los encuestados están dispuestos a realizar.

Según la Oficina de Planeación Municipal de Barrancabermeja:

Estrato 1 → 11.146 Viviendas

Estrato 2 → 7.920 Viviendas

Estrato 3 → 14.496 Viviendas

Estrato 4 → 6.940 Viviendas

Estrato 5 → 5.723 Viviendas

Total Viviendas: 46.225

Para lo cual se toma solo Estrato 4 y 5 como muestra, dividiendo el Número de Viviendas en 3 personas para conocer cuántas familias hay aproximadamente según el DANE:

Estrato 4 → 6.940 Viviendas/3: 2.313 Familias

Estrato 5 → 5.723 Viviendas/3: 1.908 Familias

Entonces, tomaría $2.313 + 1.908 = 4.221$ familias para trabajar como población.

Estrato 4: 2.313 familias que equivalen al 55% del total de la población

Estrato 5: 1.908 familias que equivalen al 45% del total de la población

Tabla 13. Estimación de la demanda

Población (familias)	Mercado potencial (familias)	Mercado Objetivo	Demanda mensual de eventos	Demanda semanal de eventos	Demanda semanal a cubrir	Demanda mensual a cubrir	Demanda anual a cubrir
4.221	3.757	2.968	247	62	6	20	297
100%	89,0%	79,00%		100,00%	10,00%		

Extrapolando los resultados de la encuesta, de 4221 familias correspondientes a los estratos 4 y 5 de Barrancabermeja, el 89% habitualmente realiza reuniones sociales, es decir 3757 familias y de estas el 79% estaría dispuesta a contratar los servicios de una empresa que se encargue de la realización de la celebración o sea 2968 familias; al dividir estas familias en los 12 meses del año se tendrá una demanda de 247 eventos familiares al mes o 62 eventos semanales. Como la empresa pretende aprovechar esa demanda potencial, se ha considerado cubrir el 10% de la demanda inicialmente, que equivale a realizar 297 eventos al año.

2.4.4 Proyección de la demanda:

Tabla 14. Proyección de la demanda

Tasa de crecimiento poblacional: *		1,00%				
Año		1	2	3	4	5
Eventos al año		297	300	303	306	309

Eventos	%	1	2	3	4	5
Quince años	39%	116	117	118	119	120
Primeras comuniones	10%	30	30	30	31	31
Otros eventos	51%	151	153	154	156	158
Total	100%	297	300	303	306	309

Para estimar la demanda, Eventos Superstars toma como referente lo encontrado en la encuesta, donde se puede identificar las características del mercado de eventos en Barrancabermeja, los productos que tendrían mayor demanda, así como el uso de recursos de los usuarios en este tipo de servicios. Por ello es importante tomar como base la pregunta número 1 que habla de la costumbre de celebrar en familia que muestra una respuesta afirmativa del 89% de la población, también se puede establecer que una demanda alta podría estar representada en las fiestas de 15 años con un 39% de la población. Por su parte el sitio es una pregunta que dejaría en claro que las personas buscan sitios cómodos como los clubes y los hoteles de la ciudad, aspecto importante a considerar en las ofertad de la empresa.

2.5 OFERTA O COMPETENCIA

2.5.1 Necesidades de la información. Es importante para el desarrollo de este ítem de la investigación identificar las posibles organizaciones constituidas legalmente que presten servicios de organización de eventos empresariales y familiares en la ciudad de Barrancabermeja.

Se pretende señalar en este apartado la contextualización en cuanto a competencia que existe en la zona ya delimitada frente a la posible creación de una empresa dedicada a la organización de eventos.

2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia. Los eventos empresariales requieren de un apoyo adicional por lo que en existe un mercado latente que necesita de posibles soluciones a sus requerimientos organizacionales frente a las actividades planeadas según el mercado en que se desarrollan y esto hace que se presenten ofertas variadas en el mercado de organización de eventos.

En la ciudad de Barrancabermeja existen diversas organizaciones que ofrecen variabilidad de paquetes para eventos. Según la Cámara de Comercio¹² de la ciudad en la actualidad existen 15 empresas constituidas legalmente que pueden ofrecer este tipo de servicio, pero que no se dedican exclusivamente a la gestión y planeación de estos, es decir, aunque en su adecuación física cuentan con espacios que se prestan para hacer eventos la razón social comercial dista de ser exclusiva para este tipo de servicios.

¹² CÁMARA DE COMERCIO-BARRANCABERMEJA. Boletín empresarial. Actividades económicas/ Dinámica Empresarial 2017. [En Línea]. Cámara Directa Barrancabermeja. 12 de marzo de 2017. Disponible en: http://www.ccbarranca.org.co/ccbar/images/documentos/dinamica_empresarial_2017.pdf

Para fines investigativos se toma como referencia a los clubes la ciudad; Miramar, Infantas y náutico San Silvestre junto a los hoteles más representativos que cuentan con salones de eventos o restaurantes internos ofrecen paquetes específicos para las celebraciones comerciales o familiares.

Es importante considerar que este es uno de los aspectos para tener en cuenta en el estudio de factibilidad puesto que la empresa a crear no contará inicialmente con una sede propia que oferte un salón adecuado para la celebración de los eventos y deberá subcontratar con otras, pero en las cadenas actuales de mercadeo y modelos de outsourcing es válido e incluso una manera comercial atractiva para empresas en crecimiento.

Es importante resaltar que en la ciudad existen ofertas informales para la organización eventos, es decir se encuentran grupos de personas que pueden gestionar y organizar diversas celebraciones, pero que no cuentan con un respaldo empresarial que solidifique su labor, al igual que un proceso definido para realizar las diversas labores que se requieran en las celebraciones.

Debido a que dichas ofertas se encuentran en la informalidad no existe una fuente confiable que date en cifras la existencia de estos.

Tabla 15. Matriz de perfil competitivo-Hotel Pipatón

FACTORES DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN
Portafolio de servicios	El hotel Pipatón ofrece al público una serie de servicios que van entrelazados con los salones y áreas físicas de sus instalaciones. La capacidad de asistentes a las diversas áreas está estimada desde 20 personas hasta 250 personas, dependiendo los diferentes lugares. Salón de Conferencias Áreas Comunes Piscina

FACTORES DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	
	Terraza	
Comentarios en la red	En las diversas consultas realizadas a páginas web relacionadas con comentarios y portal de Facebook de la empresa, se encuentra que la gran mayoría de éstos hace referencia a la ambientación de los lugares y su bella adecuación, las observaciones son positivas frente al servicio y la atención. Se pide mayor claridad en cuanto a la información de precios.	
Instalaciones	Los salones e instalaciones cuentan con un mantenimiento diario, el sistema de limpieza es el adecuado. El inconveniente que se presenta con el Hotel es que al estar en un sector comercial su espacio exterior está invadido y con disposiciones de basuras de los comerciantes de la zona, en un inicio era un punto atractivo para los turistas y la población por estar a la orilla del Río Magdalena, hoy en día la contaminación ha cobrado importancia y ha hecho que la imagen del hotel cambié respecto a años anteriores.	
Competitividad de precios	Los precios de los salones difieren según el tipo de salón y la cantidad de personas que lo requieran, los valores son similares y estándares frente a los del Club Miramar y el Club Infantas. Tiene paquetes de servicios específicos que incluyen comidas y bebida lo que hace que los costos puedan variar significativamente y se impacte positivamente al cliente.	
Imagen corporativa		La imagen corporativa del Hotel Pipatón busca generar confianza en el cliente a través de la tradición, es el Hotel más antiguo de la ciudad y es reconocido por las personas como un lugar con bellos espacios para la celebración de eventos.
Innovación en servicios	El Hotel Pipatón cuenta con una página web que requiere actualizaciones de servicios y de su portafolio. Cuenta con una nueva disposición de sonido y luces para eventos.	

Tabla 16. Matriz de perfil competitivo. Club Infantas

FACTORES DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN
Portafolio de servicios	El Club Infantas ofrece al público unos salones de eventos que cumplen con diferentes características ya sea para fiestas familiares o empresariales. El principal de ellos es el salón Cusiana que tiene capacidad para 900 personas a manera de auditorio y de 700 personas para ubicar a manera de evento con mesas y sillas en diversas distribuciones. Piscinas familiares - adultos y niños. Quioscos de integración social, salones infantiles. Es importante aclarar que estos espacios se ofertan para las celebraciones pero que no van ligados a un paquete especial de gestión y organización de la celebración u evento. Si el cliente lo decide puede solicitarlo, pero no es una línea comercial activa.
Comentarios en la red	En las diversas consultas realizadas a páginas web relacionadas con comentarios y portal de Facebook de la empresa, se encuentra que la gran mayoría de comentarios hace referencia a posibles inquietudes que tienen los usuarios frente a los servicios ofrecidos, puesto que no hay una información clara de paquetes o del portafolio de servicios. Se encuentra existen inconformidades frente a la limpieza de los salones principales y la adecuación de los mismos para los eventos; luces en mal estado, sonido deficiente para pequeños eventos y poca asistencia al momento de solucionar inquietudes en el evento.
Instalaciones	Los salones e instalaciones cuentan con un mantenimiento periódico, pero presentan fallas en pintura y limpieza de partes altas. Se ha visto afectado por la situación climatológica de la ciudad.
Competitividad de precios	Los precios de los salones difieren según el tipo de salón y la cantidad de personas que lo requieran, también cabe acotar que al ser un club maneja ciertos beneficios para sus afiliados que son representativos en cuanto a los precios. A comparación con el Club Miramar maneja precios más bajos, pero con menores características de beneficios para el cliente.

FACTORES DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	
Imagen corporativa		La imagen corporativa del Club Infantas representa un servicio con excelencia que satisface las necesidades sociales, culturales y deportivas, fomentamos la integración familiar y el sano esparcimiento entre los afiliados; promoviendo actividades que permitan mantener un buen estado físico y mental de los mismos, mediante la utilización de los recursos y el mejoramiento continuo sobre la base de los principios de calidad y los valores institucionales.
Innovación en servicios	El Club Infantas cuenta con una plataforma web que busca interactuar con el público objetivo para brindar nuevas herramientas de interconexión, puesto que las solicitudes de las personas son todas en cuenta el momento de realizar cambios.	

Tabla 17. Matriz de perfil competitivo. Club Miramar

FACTORES DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN
Portafolio de servicios	El Club Miramar ofrece al público unos salones de eventos que cumplen con diferentes características ya sea para fiestas familiares o empresariales. Salón principal aula 1, 2, 5 y 6 - cap. 15 personas cada uno - para capacitación. Salón principal aula 3 - capacidad 20 personas en forma de u - para capacitación. Salón principal aula 4 - capacidad 35 personas en forma de u - para capacitación. Salón principal parte central - cap. 100 personas en auditorio son mesas. - para capacitación Salón azul -Restaurante - cap. 140 personas. Recepciones o reuniones empresariales. Taberna- cap 60 personas - ubicadas en espacios horizontales

FACTORES DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN
	Teatro - cap 350 personas en auditorio. Piscina infantil o adultos. Cap 60 personas. Es importante aclarar que estos espacios se ofertan para las celebraciones pero que no van ligados a un paquete especial de gestión y organización de la celebración u evento. Si el cliente lo decide puede solicitarlo, pero no es una línea comercial activa. Existen ciertas condiciones para la adecuación de la decoración: No está permitido amarrar o pegar bombas, avisos, pendones o piñatas al cielo-raso. Utilizar las cortinas para colocar decoraciones. Usar silicona para pegar la decoración. Usar silicona en los manteles o cortinas. Colgar de las ventilas del aire elementos decorativos. Utilizar confetis en el desarrollo de la fiesta.
Comentarios en la red	En las diversas consultas realizadas a páginas web relacionadas con comentarios y portal de Facebook de la empresa, se encuentra que la gran mayoría de comentarios hace referencia a posibles inquietudes que tienen los usuarios frente a los servicios ofrecidos, puesto que no hay una información clara de paquetes o del portafolio de servicios. Por otra parte, se encuentra que uno de los factores más relevantes de inquietud es el precio y la estimación del mismo para los usuarios.
Instalaciones	Los salones e instalaciones están conservados y bien cuidados, las instalaciones eléctricas cuentan con un mantenimiento constante y los servicios de baño están en óptimas condiciones.
Competitividad de precios	Los precios de los salones difieren según el tipo de salón y la cantidad de personas que lo requieran, también cabe acotar que al ser un club maneja ciertos beneficios para sus afiliados que son representativos en cuanto a los precios. En el mercado son los de más alto costo debido a que las instalaciones son la carta de presentación frente a los eventos.
Imagen corporativa	La imagen corporativa del Club Miramar está representada por el escudo que representa su misión, una organización de tipo social, cultural y deportivo que ofrece servicios de alimentación, bebidas y organización de eventos, recreación y alojamiento.

FACTORES DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN
Innovación en servicios	Constantemente el Club Miramar evalúa los equipos de sonido existentes y de luces para contar con herramientas de óptima calidad y prestar un buen servicio, cuenta con una página web que solidifica sus procesos y recibe notificaciones de servicio a través de líneas telefónicas y buzón de sugerencias.

2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

La empresa SUPERSTARS ingresa al mercado a competir, porque como se mencionó anteriormente ya existen empresas constituidas y lugares que se encargan de la organización de eventos, aunque hay que tener en cuenta que ese no es el servicio principal que brindan, por lo cual no se tiene un número determinado de personas como demanda potencial insatisfecha.

Según la pregunta No 7 de la encuesta realizada a la muestra, se refleja que el 21% de la población no utilizará los servicios, por ende $4.221 \times 21\% = 886$ equivale a la demanda insatisfecha.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Existe el canal directo, el cual permite ofrecer directamente al cliente la participación en la organización del evento según la necesidad que requiera satisfacer.

Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el prestador del servicio desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como

comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario.

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales:

Ventajas

- Ofrecer servicios innovadores, involucrando al cliente en todo el desarrollo de la idea del evento.
- Se concretan los eventos con un mínimo de 3 meses de antelación.
- Dos asesores permanentes de atención inmediata los cuales atenderán las inquietudes referentes a los diferentes eventos.
- El cliente accede a precios bajos en los servicios.
- Agilidad en la toma de decisiones en cuanto a la organización de los eventos.

Desventajas

- Poca disponibilidad de tiempo en cuanto a la clientela para que participen activamente en la organización del evento.
- Es un servicio selectivo, ya que va dirigido solo a estratos 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja.
- Poca publicidad de los servicios ofrecidos.
- La competencia puede imitar la logística y organización de los eventos.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. Teniendo en cuenta las características y los beneficios que fundamentan el objetivo general, es necesario implementar el de canal directo, en donde exista un contacto directo con el cliente y se pueda ofrecer un servicio personalizado y tener una comunicación constante y contacto en tiempo real con el cliente, en donde se presente de manera personalizada los servicios de organización de eventos.

- Empresa: Encargada de ofrecer los diferentes paquetes de acuerdo a los eventos solicitados.
- Consumidor: Es el cliente, quien adquiere el servicio de acuerdo al evento solicitado.

2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios de la competencia:

Tabla 18. Análisis de precios de la competencia

EMPRESA	VALOR ALQUILER
HOTEL PIPATÓN	\$2.000.000
CLUB INFANTAS	\$200.000 (Cuando son socios el alquiler del lugar no tiene costo)
CLUB MIRAMAR	\$350.000 (Cuando son socios el alquiler del lugar no tiene costo)

Teniendo en cuenta la descripción de cada una de las empresas se resalta que no existe una comparación en las características de la logística de un evento, debido a que sólo prestan el servicio de alquiler de los salones de eventos sociales y en algunas ocasiones de sonido.

Aunque la empresa, deberá tener en cuenta los canon de alquiler de la competencia, con el fin de encontrarse dentro de límite de precios.

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. Para poder establecer los precios de cada uno de los paquetes se tendrá en cuenta los costos de los insumos que se van a utilizar en cada tipo de evento, debido a que se pretende ofrecer precios más económicos que los que actualmente están en el mercado. La forma de pago es 50% al reservar el evento y 50% al finalizar el mismo. Los precios establecidos para cada uno de los paquetes de servicios se relacionan en el estudio financiero del proyecto los cuales ya incluyen los descuentos definidos en la estrategia de precios que se implementará.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1 Objetivos:

- Resaltar los atributos diferenciadores que ofrece la empresa SUPERSTARS.
- Satisfacer las necesidades del cliente de acuerdo al evento que desee organizar.
- Atraer al cliente por medio de pautas publicitarias en donde tenga como recordación la marca de la empresa SUPERSTARS.
- Motivar al consumidor con nuevas alternativas para la organización y realización de eventos.
- Generar efectos de recordación por medio de la publicidad de lanzamiento en donde identifique los servicios que ofrece la empresa SUPERSTARS.

2.9.2 Logotipo:

Gráfica 11. Logotipo



En la parte superior se encuentra ubicado el nombre de la empresa “Eventos Superstars”, el cual lleva color dorado o plateado dándole un toque de elegancia a la presentación del logotipo. En la parte inferior, van ubicadas 5 estrellas de los mismos colores, que simboliza el lujo y de excelente calidad. Finalmente, debajo de las estrellas se encuentra el slogan.

2.9.3 Slogan. “Creando momentos mágicos”, por medio de este slogan se le quiere reiterar al cliente que Eventos Superstars es una empresa dedicada a cumplir los sueños y anhelos de los clientes por medio de las celebraciones que se llevan a cabo”.

2.9.4 Análisis de medios. Los medios que se pueden utilizar para dar a conocer el servicio a nivel local son los siguientes:

- Periódicos: El periódico Vanguardia Liberal es el más vendido a nivel regional, el cual puede ser el más indicado para dar a conocer el servicio de la organización de eventos a los clientes potenciales.

- Pautas Radiales: Dicho servicio es prestado todos los días y en horarios extensos en emisoras reconocidas como a cariñosa, Yariguies Estéreo y RCN Radio.
- Redes Sociales: Se podría crear un sitio web en donde se especifiquen lo 3 paquetes en donde se encuentra la logística de eventos, y así pueda ser visitada y atraer clientes objetivos.
- Volantes: Son económicos, los cuales buscan persuadir de manera directa al cliente.

2.9.5 Selección de medios. El medio que se utilizarán para el desarrollo de la publicidad de lanzamiento será radial y volantes. La publicidad de operación será radial.

- Publicidad de Lanzamiento: Cuatro cuñas diarias radiales en los programas más sonados de la emisora Yariguies Stereo y 1.000 volantes.
- Publicidad de operación: Dos cuñas diarias radiales en los programas más sonados de la emisora Yariguies.

2.9.6 Estrategias Publicitarias:

- Exponer los servicios a través de pautas publicitarias en emisoras locales, en cada una de las 4 cuñas diarias.
- Repartir volante en eventos masivos, donde se le explique al cliente el nuevo servicio a ofrecer.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción:

2.9.7.1 De lanzamiento. La publicidad de lanzamiento será por un mes.

Tabla 19. Publicidad de lanzamiento

CONCEPTO	VALOR
Cuatro cuñas diarias radiales en los programas más sonados de la emisora Yariguíes Stereo.	\$450.000
Volantes (1.000)	\$90.000
TOTAL	\$540.000

2.9.7.2 De operación:

Tabla 20. Publicidad de operación

CONCEPTO	VALOR
Dos cuñas diarias radiales en los programas más sonados de la emisora Yariguíes Stereo.	\$225.000
TOTAL	\$225.000

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. Se tiene en cuenta la población objetivo que quiere el servicio que se ofrece la nueva empresa de eventos en la ciudad de Barrancabermeja, según lo analizado son las 4.221 familias que hay en los estratos 4 y 5.

3.1.1.1 Factores que determinan el tamaño de un proyecto. Se presentan algunos factores selectos que determinan el tamaño del proyecto.

3.1.1.2 El tamaño del proyecto y la demanda. El proyecto pretende cubrir el 10% de la demanda mensual de la población dispuesta a contratar los servicios; considerando que existe buen mercado ya que en la ciudad no existe actualmente una empresa que tenga como objetivo principal la organización de eventos, sin dejar de lado que existen lugares que brindan algunos servicios relacionados a la organización de eventos.

3.1.1.3 El tamaño del proyecto y los suministros e insumos. Los suministros e insumos que son necesarios para el montaje de la empresa y algunos de los cuales prestaran el servicio de alquiler. Se tiene en cuenta que no es un factor fundamental, aunque los suministros que se necesitan para el cumplimiento de prestación del servicio son fáciles de adquirir.

Tabla 21. Suministros e insumos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sillas	500	\$13.000	\$6.500.000
Mesas Rimax	20	\$45.000	\$900.000

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mesas rectangulares de 6 puestos	10	\$80.000	\$800.000
Mesas rectangulares de 8 puestos	10	\$100.000	\$1.000.000
Mesas rectangulares de 10 puestos	10	\$120.000	\$1.200.000
Mesas redondas de 10 puestos	10	\$120.000	\$1.200.000
Manteles rectangulares	30	\$15.000	\$450.000
Manteles redondos	20	\$25.000	\$500.000
Sobretapas colores surtidos	100	\$10.000	\$1.000.000
Plato Buffet	500	\$7.500	\$3.750.000
Platos Torta	400	\$5.500	\$2.200.000
Cubiertos (Cuchara, cuchillo y tenedor)	1.000	\$1.000	\$1.000.000
Carpas de 4x4	10	\$210.000	\$2.100.000
Samovar	4	\$600.000	\$2.400.000
Vestidos de silla	500	\$9.800	\$4.900.000
Copas	500	\$1.800	\$900.000
Vasos	500	\$1.800	\$900.000
Antorchas guadua	50	\$2.000	\$100.000
Antorchas metálicas	30	\$1.000	\$30.000
Cintas	1.500	\$900	\$1.350.000
TOTAL			\$33.180.000

3.1.1.4 El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos:

Tabla 22. Tecnología y equipos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Aire acondicionado mini Split 12 mil bw	1	\$2.500.000	\$2.500.000
Impresora-Fax-Scanner-Fotocopiadora	1	\$1.650.000	\$1.650.000
Video Beam	1	\$1.200.000	\$1.200.000
Computador Portátil	1	\$1.550.000	\$1.550.000
Teléfonos	2	\$350.000	\$700.000
Celular	1	\$850.000	\$850.000
TOTAL			\$8.450.000

3.1.1.5 El tamaño del proyecto y la localización. Se tiene en cuenta según el fácil acceso de la población, escogiendo diferentes alternativas para evaluar el sitio óptimo donde se ubicará la empresa.

3.1.1.6 El tamaño y el financiamiento. El financiamiento se hará con el banco BBVA con una tasa de interés 1,8%, facilita el capital inicial de inversión, aspecto que no limita la puesta en marcha del proyecto.

3.1.2 Capacidad del proyecto:

3.1.2.1 Capacidad total diseñada por línea de servicio. El proyecto pretende atender 320 eventos anuales, en principio se planea iniciar con 297 eventos para el primer año.

Tabla 23. Capacidad total diseñada por línea de servicio

CAPACIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Diseñada	320	320	320	320	320
Instalada	300	305	309	314	318
Utilizada	297	300	303	306	309
% Utilización	98,93%	98,44%	97,95%	97,47%	96,99%
% Ociosa	1,07%	1,56%	2,05%	2,53%	3,01%

3.1.2.2 Capacidad instalada. Se instalan los niveles de atención en todo el servicio para las 297 organizaciones de eventos, ya que se cuenta con la infraestructura física previendo la demanda.

3.1.2.3 Capacidad utilizada y proyectada:

Tabla 24. Capacidad utilizada y proyectada

Año	Demanda	% a ganar	Capacidad utilizada	Servicios
1	297	4,50%	297	TODOS
2	310	4,50%	300	TODOS
3	313	4,50%	303	TODOS
4	316	4,50%	306	TODOS
5	320	4,50%	309	TODOS

Tabla 25. Proyección de la demanda

CAPACIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Diseñada	320	320	320	320	320
Utilizada	297	300	303	306	309
Instalada	297	300	303	306	309
% Utilización	92,74%	93,67%	94,61%	95,55%	96,51%
% Ociosa	7,26%	6,33%	5,39%	4,45%	3,49%

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macro localización. Eventos Superstars se creará en el municipio de Barrancabermeja, ubicado en el departamento de Santander, siendo sede de la refinería de petróleo más grande del país.

Barrancabermeja actualmente cuenta con aproximadamente 300.000 habitantes¹³. El número de personas que asisten a diversos eventos es bastante considerable, razón por la cual es inevitable la necesidad de buscar una serie de elementos,

¹³ ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Historia de Barrancabermeja. [En Línea]. Eventos y celebraciones. 2015. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/municipio/Informacion-General>

para facilitar y estimular el incremento de la asistencia a cada uno de estos eventos.

Barrancabermeja es conocida como la capital petrolera de Colombia y con los nuevos mega-proyectos, como la construcción de la doble calzada Bucaramanga-Barrancabermeja-Yondó, la construcción de la Gran Vía Yuma y su conexión con la Ruta del Sol y la obra del Puerto Multimodal más importante del país, con el que se reactivarán la navegación y comercio por el río Magdalena¹⁴; se estima que muchas empresas de otros lugares del país se movilizarían a la ciudad. Con esto, Barrancabermeja se convierte en el atractivo económico de muchas personas y, además, en un centro de negocios¹⁵ favoreciendo así a las nuevas industrias encargadas de la organización de eventos empresariales y sociales, como lo pretende este estudio de factibilidad.

La ciudad cuenta con una serie amplia de labores comerciales, ejecutadas desde las pequeñas y medianas empresas, que requieren de una visión organizacional y a la vez de nuevas posibilidades de proyección empresarial, a esto sumado la opción que encontrarían las familias en la ciudad, de llevar a cabo sus planes de celebración a través de una empresa que posibilite las gestiones y ayude en el proceso creativo.

Barrancabermeja ha gozado de la posibilidad de obtener espacios propicios, que le permiten mantener una dinámica empresarial sana y estable, la cual actualmente responde a las necesidades del mercado y está atrayendo inversión.

Los empresarios en Barrancabermeja se apropiaron de su papel frente a la evolución de la economía mundial y el surgimiento de la globalización. Por su parte, las empresas locales han entrado en un estado de reestructuración y

¹⁴ Ibíd.

¹⁵ CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA. Megaproyectos futuros en Barrancabermeja. 2014.

adaptación a las nuevas exigencias del mercado, en su mayoría en función de la competitividad y el Marketing, resaltando el aspecto de la competitividad, como factor clave para el crecimiento productivo.

Imagen 2. Barrancabermeja y su territorialidad regional



Fuente. BARAHONA CHAPARRO, John Jairo. Barrancabermeja y su territorialidad regional. [En Línea]. Diagnóstico Ambiental de Barrancabermeja (Santander). 10 de agosto de 2015. Disponible en: <http://blogjbarahona.blogspot.com.co/2015/08/area-barrancabermeja-esuna-ciudad.html>

3.2.2 Micro localización. La ubicación de la empresa será en el Barrio Galán, siendo esta una ubicación central en la ciudad de Barrancabermeja, lo cual genera fácil acceso a al servicio.

Tabla 26. Micro localización

BARRIOS	Costo servicio	Canon de arrendamiento o terreno	Afluencia de cliente	Facilidad de transporte	TOTAL
Galán	3	3	5	5	16
Sector comercial	4	2	5	4	15
Colombia	3	3	2	4	12
Floresta	4	4	3	5	16

De acuerdo con el análisis de la Tabla 25, la empresa podría quedar instalada en el Barrio Galán, de acuerdo con el comportamiento de los factores analizados.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del servicio:

Tabla 27. Ficha técnica del servicio

Servicio principal	Planeación y Organización de eventos sociales
Diseño	Se ofrecerán 3 opciones: Plan Bronce, Plan Plata y Plan Oro.
Especificaciones técnicas	- Plan Oro: Incluye:(asesoría personalizada, alquiler y decoración del salón, comida tipo buffet, mesas y sillas, arreglos florales, música y animación, ponqué y decoración, cristalería, video y fotos, meseros, licores y bebidas) - Plan Plata: Incluye (asesoría personalizada, alquiler de salón, comida, ronda de champaña, música de fondo, cristalería mesera, arreglos florales, meseros, mesa para sobres y regalos). - Plan Bronce: Incluye: (asesoría personalizada, alquiler y decoración de salón, ronda de champaña, ponqué, cristalería, mesas y sillas, meseros).
Vida útil	La vida útil del proyecto será de 5 años.

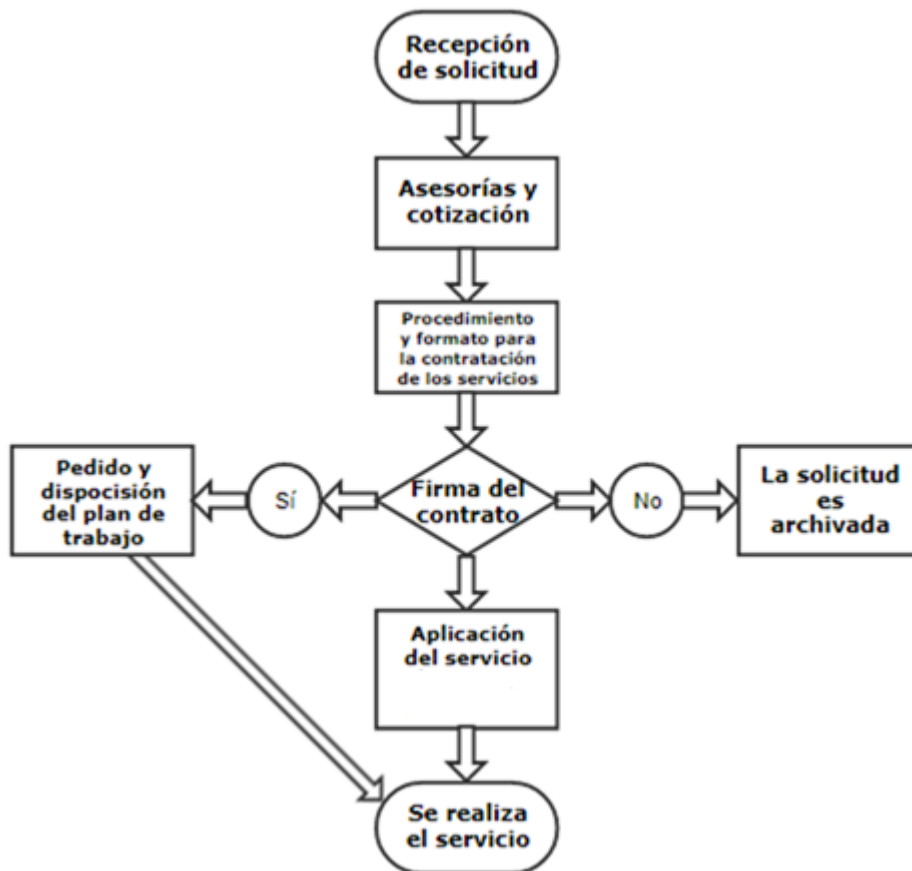
3.3.2 Descripción técnica del servicio. Los procesos de prestación de servicios para eventos de tipo social se llevarán a cabo de la siguiente manera:

- Se dialoga con el cliente acerca de los lugares que hay disponibles para la realización del evento y los 3 planes en los cuales se ofrece el servicio total de logística.
- Reservación del salón para la fecha del evento: Cuando el cliente del evento defina la fecha se debe reservar con el 10% del valor total del evento, para realizar dicha reservación.
- Contratación del arreglo de las flores y decoración: Luego de que los clientes reservan el salón se debe contratar a expertos y comunicarles el tipo de decoración elegido y la cantidad de ramos que se desean tener en la celebración, para reservar su tiempo y encargar las flores.
- Contratación de la comida: Después de elegir el menú con los clientes, se procede a contratar que va a preparar la comida.
- Contratación de la música y el DJ.
- Contratación de los meseros: Dependiendo de la cantidad de personas para la cual fue reservada el salón, se contratan los servicios de meseros.
- Organización y preparación del salón: El día anterior a la fecha de la celebración se organiza el salón, haciendo aseo y vistiendo las mesas y las sillas con el estilo elegido por el cliente.
- Verificación: Se verifica si el cliente quedo satisfecho, en caso de no estarlo se procede a corregir inmediatamente el error.

- Organización del salón después de la celebración: Se realizará el aseo, y el conteo respectivo de los artículos alquilados.

3.3.3 Diagrama de procedimiento:

Gráfica 12. Diagrama del procedimiento



Gráfica 13. Flujograma del servicio



3.3.4 Control de calidad. El programa de control de calidad busca cumplir con los requerimientos y normas de salubridad para la prestación de un servicio adecuado para el cliente. Dentro de estos elementos se encuentran:

Tabla 28. Elementos del control de calidad

ELEMENTOS
Normas de salubridad
BPM (Buenas prácticas de manufactura)
Servicio al cliente
Servicio postventa
Garantías del servicio y sus productos

Este programa se diseñará con el fin de detectar errores y de esta forma corregirlos a tiempo. Si algún elemento se encuentra fuera de control o sale mal algo para el cliente, se corre el riesgo de poner en juego la credibilidad, confiabilidad y capacidad de convicción del cliente.

3.3.5 Recursos:

3.3.5.1 Recurso humano:

Tabla 29. Recurso Humano

Personal	No.
Gerente	1
Servicios Generales	1
Secretaria	1
Especialista en eventos especiales	1
Asistente logístico	1
Asistente de decoración	1
Total	6

Tabla 30. Gasto de personal – (Factor Multiplicador)

Seguridad Social	
Salud	8,500%
Pensión	12,000%
Riesgos	0,522%
Subtotal	21,022%
Prestaciones sociales	
Prima de servicios	8,333%
Cesantías	8,333%
Intereses sobre cesantías	1,000%
Vacaciones	4,167%
Subtotal	21,833%
Factor multiplicador	42,855%

3.3.5.2 Recurso físico:

Tabla 31. Muebles y Enseres

Elemento	Cantidad
Dispensador de Agua	2
Greca de Tinto	2
Sillas de Oficina	6
Ventiladores	3
Archivadores	3
Juego Sofá	1
Papeleras de basura	6
Grapadoras	5
Perforadoras	5

Tabla 32. Tecnología y equipos

Elemento	Cantidad
Aire acondicionado mini Split 12 mil bw	1
Impresora-Fax-Scanner-Fotocopiadora	1
Video Beam	1
Computador Portátil	1
Teléfonos	2
Celular	1

3.3.5.3 Recurso de insumos:

Tabla 33. Recurso de insumos

Elemento	Cantidad
Sillas	500
Mesas Rimax	20
Mesas rectangulares de 6 puestos	10

Elemento	Cantidad
Mesas rectangulares de 8 puestos	10
Mesas rectangulares de 10 puestos	10
Mesas redondas de 10 puestos	10
Manteles rectangulares	30
Manteles redondos	20
Sobretapas colores surtidos	100
Plato Buffet	500
Platos Torta	400
Cubiertos (Cuchara, cuchillo y tenedor)	1000
Carpas de 4x4	10
Samovar	4
Vestidos de silla	500
Copas	500
Vasos	500
Antorchas guadua	50
Antorchas metálicas	30
Cintas	1500

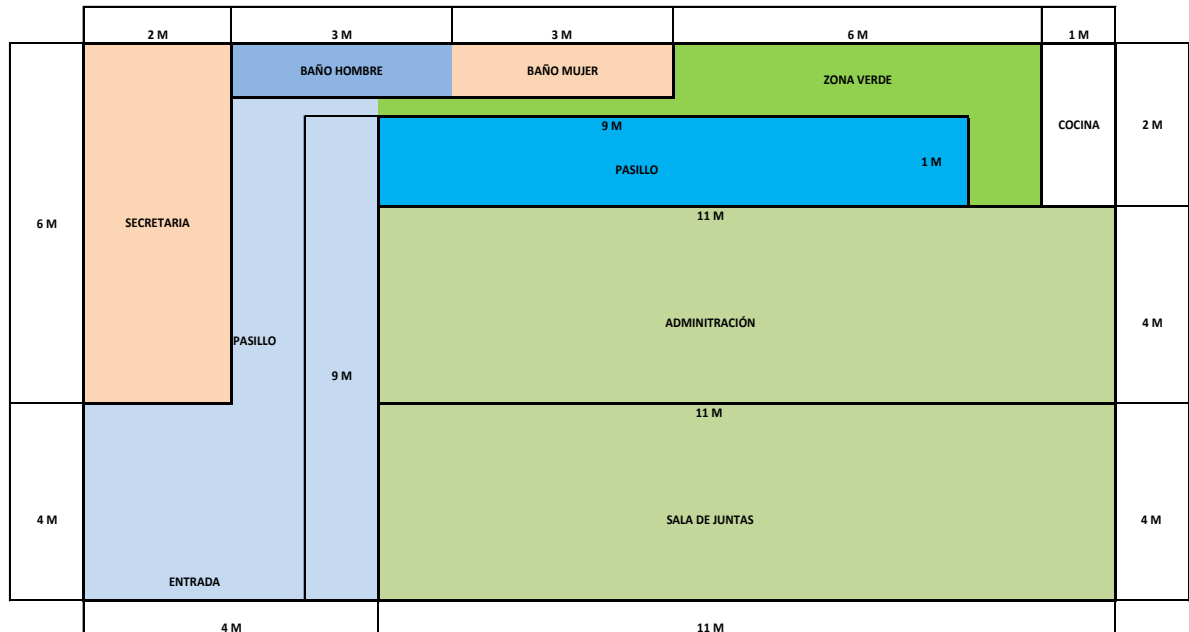
3.3.6 Análisis de Proveedores. Se analizan las cotizaciones varias de los posibles proveedores para cada recurso que se requiera:

Tabla 34. Análisis de proveedores

PRODUCTO	PROVEEDOR
MUEBLES Y ENSERES	LA CASA DEL MUEBLE
EQUIPOS DE OFICINA	CELUCOMPU
PUBLICIDAD TV	ENLACE TELEVISIÓN, TELEPETROLEO
INSUMOS	ALMACÉN MULTIGANGAS, LAS MIL Y UNAS MARAVILLAS
PAPELERÍA	LA AZTECA

3.3.7 Distribución de planta:

Gráfica 14. Distribución de la planta



El inmueble que se toma como referencia es una casa ubicada en el Barrio Galán en donde se va a dividir de la siguiente manera:

*En la entrada de la casa una sala pequeña, la oficina de la secretaria y del Administrador (este espacio mide 12 m)

*Cuenta con un jardín de en donde se encuentra la zona verde, la zona de baños y cocina (este espacio mide 15 m)

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

La conformación legal de la empresa, sus objetivos, políticas institucionales y manejo de la imagen serán especificados en este capítulo de la investigación que propende por esclarecer todos los aspectos que condicionen la parte administrativa.

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa Superstars dedicada a la organización de eventos, será constituida como una S.A.S.

- **Según su naturaleza empresaria**

La organización será una microempresa ya que estará constituida por no más de diez empleados.

- **Según su actividad económica**

Según su actividad económica es una empresa del sector servicios cuyo objeto social es la planeación y ejecución de eventos.

- **Según la procedencia de su capital**

En este caso la empresa será financiada por sus socios, siendo capital privado. No se descartan apalancamientos financieros y proyectos de emprendimiento con el gobierno nacional.

- **Constitución legal**

Al momento de crear la empresa se exigen unos requerimientos legales que le dan reconocimiento frente al estado y garantía a los futuros clientes.

En cuanto a la constitución legal se debe tener en cuenta que es por documento privado, en el cual se deben incluir: nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o denominación de la sociedad (seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada); el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales, si tiene; el capital autorizado, suscrito y pagado; la clase, número y valor nominal de las acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores, especificando sus facultades.

Este es el documento más importante en la S.A.S. Es el mapa de las condiciones y reglas entre los socios. Por eso, debe estar muy bien redactado previendo todas las eventualidades que se puedan presentar, como la entrada o salida de un socio, la participación de un inversionista nuevo, las obligaciones y responsabilidades de cada socio, etc. A pesar de que es muy sencillo constituir la S.A.S. es importante asesorarse por un abogado experto en emprendimientos para la elaboración de este documento o de un profesional que pueda conocer y mitigar los riesgos legales.

- **Trámites ante la Alcaldía de Barrancabermeja.** Realizar los trámites para la licencia de funcionamiento, donde se informan a los interesados si el lugar escogido para las operaciones de la empresa está contemplado en el plan de ordenamiento territorial “POT” en caso contrario estará obligado a reubicarse.
- Adjuntar certificado de la Cámara de Comercio de Barrancabermeja y su respectivo NIT
- Estampillas de previsión social

- Formulario de registro para iniciación de actividades
- Visto bueno por parte de planeación municipal de Barrancabermeja.

4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Visión. Superstars eventos será una empresa en el año 2020 con la mayor proyección económica y social, reconocida como una organización confiable, con calidad en sus servicios, tecnología, profesionalismo y con excelente formación en el personal vinculado, incluyendo estándares con parámetros enfocados en la planeación, organización y ejecución de eventos familiares y empresariales en la ciudad de Barrancabermeja.

4.2.2 Misión. La empresa organizadora de eventos Superstars busca brindar soluciones especializadas en la planeación y organización de eventos familiares y empresariales en la ciudad de Barrancabermeja, satisfaciendo integralmente al cliente, ofreciendo servicios de alta calidad y a precio asequible en el mercado local.

4.2.3 Objetivos:

- Constituir una organización eficiente, efectiva y profesional.
- Proyectar el crecimiento de la empresa por medio de estrategias empresariales a corto, mediano y largo plazo.
- Cumplir con la responsabilidad social empresarial a través de la creación de una estrategia social en la que la empresa pueda participar como agente de cambio comunitario.
- Maximizar las ganancias de la empresa a través políticas seguras con proveedores y clientes.

4.2.4 Políticas. Las políticas que se plasman a continuación buscan orientar a la empresa Superstars en el manejo y normatividad que se debe tener en cuenta con el talento humano, proveedores y clientes.

- **Políticas de Talento Humano**

- ✓ Los empleados deben ser contratados bajo lo establecido en la ley laboral del país, con seguridad social y demás garantías que se requieran según sus puestos de trabajo.
- ✓ Se contará con los servicios de un Contador titulado que porte su tarjeta profesional, con experiencia mínima de dos años y su contratación será mediante prestación de servicios y pago de honorarios por el servicio.
- ✓ La empresa tendrá unas normatividades por funciones que esclareceran los perfiles o roles de trabajo.
- ✓ Suministrar las herramientas necesarias y una infraestructura adecuada para el buen desempeño de las labores por parte de los trabajadores de la organización.
- ✓ Capacitación permanente en etiqueta y protocolo para el personal, para mejorar el despliegue de formación continua.
- ✓ Evaluar en forma continua el desempeño del trabajo.

- **Políticas de proveedores**

- ✓ La calidad tendrá un ítem de valor más alto que el precio en la prestación de los servicios, ya que se pretende brindar un servicio de optima calidad y con las mejores garantías para los clientes.
- ✓ Los contactos con los proveedores serán directos para garantizar mejores precios y favorabilidad de inversión.
- ✓ La cantidad de insumos, maquinaria y elementos para la organización de eventos se hará bajo un estudio minucioso que minimice los costos.

- **Políticas de ventas**

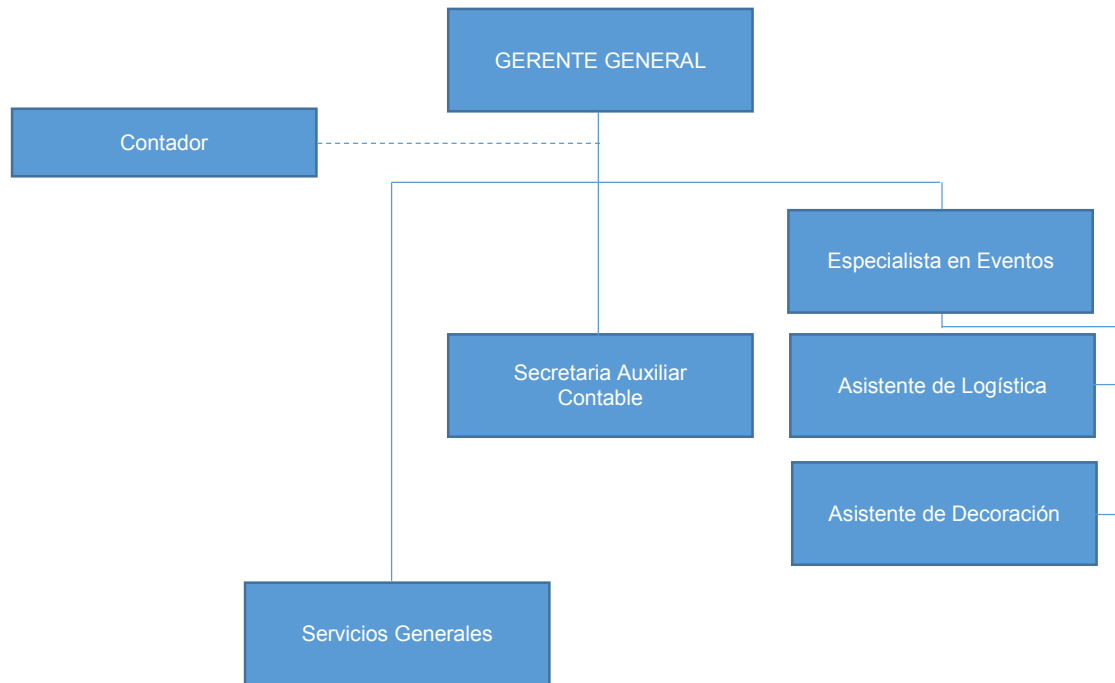
- ✓ Portafolio de servicios actualizado respecto a la disponibilidad de equipos y adecuaciones.
- ✓ La empresa Superstars establece como condición a los clientes de eventos familiares y empresariales el 50% de anticipo para agendar la organización del evento y el 50% tres días antes del evento.
- ✓ Canales efectivos de comunicación a través de la página web de la empresa, líneas de teléfono y celular, correo electrónico y fanpage.
- ✓ Los precios de los eventos estarán basados en topes estándares que no varíaran según el cliente, pero que tendrán reajustes en las diversas temporadas del año.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Es importante dejar de manera explícita cada uno de los componentes de la estructura de la empresa a formarse de ser viable el estudio de factibilidad. Por ello a continuación se esclarecen los aspectos más importantes de la misma.

4.3.1 Organigrama. La empresa Superstars contará con un estructura organizacional basada en los roles a cumplir que son significativos en los procesos que se deben llevar a cabo. Es importante acotar que en los procesos de prestación del servicio se requerirán otros perfiles que no se contemplan en el organigrama, porque serán subcontratados a modo de outsourcing.

Gráfica 15. Organigrama



4.3.2 Descripción y perfil de cargos. La descripción y el perfil de los cargos son herramientas que propician el buen manejo del personal, contienen parámetros que ayudan a la evaluación del desempeño, delimitan el campo de acción de los distintos cargos, generando organización y equilibrio dentro de la empresa.

Tabla 35. Funciones del gerente

SUPERSTARS EVENTOS MANUAL DE FUNCIONES		
Nota: las funciones plasmadas en este documento son una guía para la evaluación y no un límite a las que el trabajador pueda realizar.		
Nombre del cargo:	Código:	Fecha:
GERENTE	001	
Función principal		
Es el representante legal de la empresa autónomo en la toma de decisiones y quien opera libremente ejecutando todos actos correspondientes a su cargo y a la vida del negocio; igualmente se encarga de dirigir la parte comercial de la empresa. NIVEL DE EDUCACIÓN: Profesional en carreras afines como Gestión Empresarial, Ingeniero Industrial, Administrador de Empresas o contador público RESPONSABILIDAD: Representante Legal, es el responsable directo de todas las actividades comerciales de la empresa HABILIDADES: Manejo de computador y equipos audiovisuales		
Funciones específicas		
• Llevar a cabo estrategias, planes y programas para el cumplimiento de las metas, dirigir y administrar los bienes y recursos de la empresa • Establecer contactos comerciales con los administradores de diversas empresas para contar con posibles contrataciones. • Manejar los recursos administrativos, financieros y técnicos de la empresa y responder por su utilización. • Tomar decisiones administrativas, técnicas y financieras y dirigir los conflictos que se presenten. • Crear estrategias de ventas, llevarlas a cabo y coordinar las contrataciones • Negociar y pactar acuerdos con proveedores y establecer acuerdos de pago. • Supervisar las funciones del personal de la empresa. Velar por la seguridad y bienestar del personal.		
Vo. Bo. del gerente		

Tabla 36. Funciones de la secretaria

SUPERSTARS EVENTOS MANUAL DE FUNCIONES		
Nombre del cargo:	Código:	Fecha:
SECRETARIA-AUXILIAR CONTABLE	003	
Cargo del jefe inmediato:	Supervisa a:	No. de cargos iguales:
GERENTE	Ninguno	Ninguno
HABILIDAD		
Educación: Secretaria Auxiliar Contable, SENA. Experiencia: Dos años en cargos similares. Habilidad mental: para solucionar problemas de contabilidad y gestión de procesos. Habilidad manual: realiza movimientos simples.		
RESPONSABILIDAD		
• Actividades generales de Administración • Manejo de información confidencial • Dinero de caja		
ESFUERZO		
Mental: Observación, concentración y amplitud de memoria.		
CONDICIONES DE TRABAJO		
Medio ambiente: normales.		
Vo. Bo. Del gerente	Revisó:	Aprobó:

Tabla 37. Funciones de servicios generales

SUPERSTARS EVENTOS MANUAL DE FUNCIONES		
Nombre del cargo:	Código:	Fecha:
SERVICIOS GENERALES	004	
Cargo del jefe inmediato:	Supervisa a:	No. de cargos iguales:
GERENTE	Ninguna	Ninguno
HABILIDAD		
Experiencia: Dos años en cargos similares. Habilidad mental: para adecuar y organizar Habilidad manual: realiza movimientos simples		
RESPONSABILIDAD		
• Comunicación asertiva • Responsabilidad en manejo de la imagen de la empresa • Buen uso comunicativo		
ESFUERZO		
Mental: Ninguno		
CONDICIONES DE TRABAJO		
Ninguna en especial. Sujeta a ambientes contaminados, manejo de condiciones desfuerzo medio y alto, etc.		
Vo. Bo. Del gerente	Revisó:	Aprobó:

Tabla 38. Funciones de especialista en eventos

SUPERSTARS EVENTOS MANUAL DE FUNCIONES		
Nombre del cargo:	Código:	Fecha:
ESPECIALISTA EN EVENTOS	005	
Cargo del jefe inmediato:	Supervisa a:	No. de cargos iguales:
GERENTE	Ninguna	Ninguno
HABILIDAD		
Nivel de educación: Profesional marketing Responsabilidad: El manejo ejecución y control de los eventos Competencia comunicativa. Trabajo en equipo. Pensamiento sistémico.		
RESPONSABILIDAD		
• Identificar problemas, necesidades y oportunidades logísticas. • Formular y evaluar eventos. • Dirigir la planeación, ejecución, control y cierre de los eventos,		
ESFUERZO		
Mental: requiere concentración.		
CONDICIONES DE TRABAJO		
Ninguna en especial.		
Vo. Bo. Del gerente	Revisó:	Aprobó:

Tabla 39. Funciones de asistente de logística

SUPERSTARS EVENTOS MANUAL DE FUNCIONES		
Nombre del cargo:	Código:	Fecha:
ASISTENTE DE LOGÍSTICA	006	
Cargo del jefe inmediato:	Supervisa a:	No. de cargos iguales:
ESPECIALISTA EN EVENTOS	Ninguna	Ninguno
HABILIDAD		
Nivel de educación: Bachiller académico RESPONSABILIDAD: Cumplir a cabalidad con lo estipulado en la guía de trabajo Resguardar y cuidar los equipos técnicos Uso de una comunicación específica y asertiva		
RESPONSABILIDAD		
• Desarrollo de labores específicas de adecuación • Control y resguardo de equipos tecnológicos • Trabajo en equipo • Pensamiento sistémico.		
ESFUERZO		
Mental: requiere concentración.		
CONDICIONES DE TRABAJO		
Exigencia física: Alta Nivel de concentración: Alto.		
Vo. Bo. Del gerente	Revisó:	Aprobó:

Tabla 40. Funciones de asistente en decoración

SUPERSTARS EVENTOS		
MANUAL DE FUNCIONES		
Nombre del cargo:	Código:	Fecha:
ASISTENTE EN DECORACIÓN	007	
Cargo del jefe inmediato:	Supervisa a:	No. de cargos iguales:
ESPECIALISTA EN EVENTOS	Ninguna	Ninguno
HABILIDAD		
Nivel de educación: Bachiller académico- con experiencia en decoración		
RESPONSABILIDAD		
• Identificar problemas y necesidades de decoración • Diseñar y llevar a cabo procesos de adecuación • Plasmar el punto de vista de los clientes en la ejecución		
ESFUERZO		
Mental: requiere concentración.		
CONDICIONES DE TRABAJO		
Ninguna en especial.		
Vo. Bo. Del gerente	Revisó:	Aprobó:

4.3.3 Asignación salarial. El personal a contratar tendrá a cargo funciones de administración de eventos, en promedio deberán atender la celebración de 6 eventos semanales, la operación será subcontratada.

Tabla 41. Asignación salarial

Personal	No.	Salario
Gerente	1	\$2.000.000
Servicios Generales	1	\$781.242
Secretaria	1	\$1.200.000
Esp. eventos especiales	1	\$1.200.000
Asistente logístico	1	\$781.242
Asistente de decoración	1	\$781.242
Total	6	\$6.743.726

Tabla 42. Cajas de compensación – Riesgos laborales ARL

Seguridad Social	
Salud	8,500%
Pensión	12,000%
Riesgos	0,522%
Subtotal	21,022%
Prestaciones sociales	
Prima de servicios	8,333%
Cesantías	8,333%
Intereses sobre cesantías	1,000%
Vacaciones	4,167%
Subtotal	21,833%
Factor multiplicador	42,855%

Tabla 43. Gastos de personal

NOMINA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario (operaciones)					
Prestaciones sociales y parafiscales (operaciones)					
Salario (administración)	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712
Prestaciones sociales y parafiscales (administración)	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555
Total	\$ 115.605.267	\$ 115.605.267	\$ 115.605.267	\$ 115.605.267	\$ 115.605.267

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

Por tratarse de una organización encargada de administrar eventos, la inversión en plantas, propiedades y equipos es mínima; por el momento no es necesario contar con local propio, se tomará en arriendo.

5.1.1 Inversión Fija. La mayor inversión está representada en mobiliario y enseres propios del sector de la hotelería y turismo. No se requieren adecuaciones locativas debido a que el espacio en donde se encontrará en funcionamiento la empresa son nuevas.

5.1.1.1 Terreno. No se invertirá en terreno.

5.1.1.2 Construcción. No se invertirá en construcción

5.1.1.3 Maquinaria y equipo. No se invertirá en terreno.

5.1.1.4 Muebles y enseres:

Tabla 44. Muebles y enseres para eventos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sillas	500	\$13.000	\$6.500.000
Mesas Rimax	20	\$45.000	\$900.000
Mesas rectangulares de 6 puestos	10	\$80.000	\$800.000
Mesas rectangulares de 8 puestos	10	\$100.000	\$1.000.000
Mesas rectangulares de 10 puestos	10	\$120.000	\$1.200.000
Mesas redondas de 10 puestos	10	\$120.000	\$1.200.000
Manteles rectangulares	30	\$15.000	\$450.000
Manteles redondos	20	\$25.000	\$500.000

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sobretapas colores surtidos	100	\$10.000	\$1.000.000
Plato Buffet	500	\$7.500	\$3.750.000
Platos Torta	400	\$5.500	\$2.200.000
Cubiertos (Cuchara, cuchillo y tenedor)	1.000	\$1.000	\$1.000.000
Carpas de 4x4	10	\$210.000	\$2.100.000
Samovar	4	\$600.000	\$2.400.000
Vestidos de silla	500	\$9.800	\$4.900.000
Copas	500	\$1.800	\$900.000
Vasos	500	\$1.800	\$900.000
Antorchas guadua	50	\$2.000	\$100.000
Antorchas metálicas	30	\$1.000	\$30.000
Cintas	1.500	\$900	\$1.350.000
TOTAL			\$33.180.000

5.1.1.5 Equipo de oficina:

Tabla 45. Equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Dispensador de Agua	2	\$ 150.000	\$ 300.000
Greca de Tinto	2	\$ 100.000	\$ 200.000
Sillas de Oficina	6	\$ 100.000	\$ 600.000
Ventiladores	3	\$ 100.000	\$ 300.000
Archivadores	3	\$ 120.000	\$ 360.000
Juego Sofá	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Papeleras de basura	6	\$ 10.000	\$ 60.000
Grapadoras	5	\$ 8.000	\$ 40.000
Perforadoras	5	\$ 8.000	\$ 40.000
TOTAL			\$2.600.000

5.1.1.6 Herramientas. No se invertirá en herramientas.

5.1.1.7 Total de inversión fija:

Tabla 46. Total de Inversión Fija

Elemento	Monto
Local	\$ 0
Maquinaria y equipo	\$ 0
Muebles y Enseres	\$ 2.600.000
Muebles y enseres para eventos	\$ 33.180.000
Equipos de cómputo y comunicación	\$ 8.450.000
Total	\$ 44.230.000

El 38,18% del proyecto será financiado con una entidad bancaria Finandina, considerando una tasa efectiva anual del 15,25%. Para ello se toma como referencia el portal www.comparebien.com.co, que ofrece información financiera de relevancia para países de América latina¹⁶.

5.1.2 Inversión Diferida. El gasto diferido es la promoción (publicidad) y los gastos legales de creación de empresa. Es un gasto diferido, se promociona la empresa cuatro sábados durante un mes.

Tabla 47. Inversión Diferida

Diferidos	
Elemento	Monto
Promoción	\$ 540.000
Registro y formularios	\$ 3.000.000
Total	\$ 3.540.000

¹⁶ COMPARABIEN. Créditos de consumo. [En Línea]. 2018. Disponible en: <https://comparebien.com.co/creditos-consumo/result>

5.1.3 Inversión Capital de Trabajo:

Tabla 48. Requerimiento de recursos

Inversión Total	\$ 47.770.000	
Capital de trabajo (15 días)	\$ 29.880.330	
Requerimiento de recursos	\$ 77.650.330	100,00%
Aporte socios	\$ 48.000.000	61,82%
Financiación	\$ 29.650.330	38,18%

Es necesario invertir en equipamiento y elementos logísticos, se tendrá un local en arriendo, además es necesario contar con capital de trabajo para atender los gastos de operación de 15 días, los socios disponen de \$48.000.000 como recursos propios. El aporte social fue obtenido producto de la venta de bienes de los socios.

Tabla 49. Inversión Inicial

Inversión Inicial	
Ítems	Valor
Local	\$ 0
Maquinaria y equipo	\$ 0
Muebles y Enseres	\$ 2.600.000
Muebles y enseres para eventos	\$ 33.180.000
Equipos de cómputo y comunicación	\$ 8.450.000
Promoción	\$ 540.000
Registro y formularios	\$ 3.000.000
Capital de trabajo	\$ 29.880.330
Total	\$ 77.650.330

El capital de trabajo requerido para iniciar actividades corresponde a 15 días del valor de los costos fijos y variables.

Tabla 50. Gastos operativos (fijos)

Gastos operativos (fijos)					
Elemento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra (salarios)	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712
Prestaciones sociales y parafiscales	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555
Publicidad Radial	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000
Catálogos	-	-	-	-	-
Arriendo	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Energía	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Teléfono	2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Agua	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
Mantenimiento	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000
Honorarios contador	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000
Útiles de Oficina	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Otros					
Depreciación	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000
Total	\$ 148.871.267	\$ 148.871.267	\$ 148.871.267	\$ 148.871.267	\$ 148.871.267

Tabla 51. Costos servicios (variables)

Costo servicios (variables)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Quince años	\$ 355.882.692	\$ 359.441.519	\$ 363.035.934	\$ 366.666.294	\$ 370.332.957
Costo Primera comunión	\$ 50.081.374	\$ 50.582.187	\$ 51.088.009	\$ 51.598.889	\$ 52.114.878
Costo Otros eventos	\$ 162.292.586	\$ 163.915.512	\$ 165.554.667	\$ 167.210.214	\$ 168.882.316
TOTAL	\$ 568.256.652	\$ 573.939.219	\$ 579.678.611	\$ 585.475.397	\$ 591.330.151

5.1.3.1 Costos del servicio. La investigación ha determinado unos costos por plan que varían proporcionalmente conforme a las exigencias de los clientes y el número de personas que recibirán los servicios. Para la evaluación del proyecto se toma como referencia ofrecer planes para 80 personas.

El proyecto pretende ser operador, por tal motivo los servicios logísticos serán subcontratados, con las debidas exigencias de calidad; sin embargo es necesario contar con mobiliario y enseres para bajar costos de arrendamientos y atender eventualidades de última hora.

Tabla 52. Quince años (80 personas)

CONCEPTO	VALOR
Asesoría personalizada en cuanto a imagen, decoración y vestuario.	\$ 115.000
Decoración de salón	\$ 86.250
Comida tipo bufet, incluye pasabocas	\$ 1.437.500
Mesas y sillas vestidas	\$ 92.000
Arreglos florales	\$ 92.000
Música (animación)	\$ 115.000
Ponqué y decoración de la mesa ponqué	\$ 92.000
Cubiertos, servilletas, platos, soda, champaña	\$ 57.500
Grabación y fotos evento	\$ 57.500
Alquiler de salón	\$ 470.000
Meseros	\$ 172.500
Licores y bebidas	\$ 287.500
Total	\$3.074.750

Tabla 53. Costos Primera comunión (80 personas)

CONCEPTO	VALOR
Asesoría personalizada en cuanto a imagen, decoración y vestuario.	\$ 57.500
Decoración de salón	\$ 80.500
Refrigerio	\$ 575.000
Mesas y sillas vestidas	\$ 80.500
Arreglos florales	\$ 92.000
Música (animación)	\$ 103.500
Ponqué y decoración de la mesa ponqué	\$ 57.500
Cubiertos, servilletas, platos, soda, champaña	\$ 57.500
Grabación y fotos evento	\$ 46.000
Alquiler de salón	\$ 250.000
Meseros	\$ 115.000
Licores y bebidas	\$ 172.500
Total	\$ 1.687.500

Tabla 54. Otros eventos (80 personas)

CONCEPTO	VALOR
Asesoría personalizada en cuanto a imagen, decoración y vestuario.	\$ -
Decoración de salón	\$ 115.000
Refrigerio	\$ 287.500
Mesas y sillas vestidas	\$ 57.500
Arreglos florales	\$ 69.000
Música (animación)	\$ 46.000
Ponqué y decoración de la mesa ponqué	\$ 40.250
Cubiertos, servilletas, platos, soda, champaña	\$ 34.500
Grabación y fotos evento	\$ -
Alquiler de salón	\$ 250.000
Meseros	\$ 57.500
Licores y bebidas	\$ 115.000
Total	\$ 1.072.250

5.1.3.2 Materias Primas. Los servicios además de productos e insumos son ofertados son subcontratados, no se requiere de materias primas.

Tabla 55. Proyecto anual de eventos

AÑO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Evento	297	300	303	306	309
Quince años	116	117	118	119	120
Primeras comuniones	30	30	30	31	31
Otros eventos	151	153	154	156	158

5.1.3.3 Mano de Obra Directa. El personal que atenderá directamente los eventos será subcontratado, está incluido en los costos de cada servicio

5.1.3.4 Costos indirectos de fabricación. Estos costos serán cubiertos al subcontratar los servicios.

5.1.3.5 Total costos del servicio. Estos costos serán cubiertos al subcontratar los servicios.

Tabla 56. Costos servicios

Quince años (80) personas		
CONCEPTO	VALOR	Tercerización
Asesoría personalizada en cuanto a imagen, decoración y vestuario.	\$ 115.000	\$ 115.000
Decoración de salón	\$ 86.250	\$ 86.250
Comida tipo bufet, incluye pasabocas	\$ 1.437.500	\$ 1.437.500
Mesas y sillas vestidas	\$ 92.000	
Arreglos florales	\$ 92.000	\$ 92.000
Música (animación)	\$ 115.000	\$ 115.000
Ponqué y decoración de la mesa ponqué	\$ 92.000	\$ 92.000
Cubiertos, servilletas, platos, soda, champaña	\$ 57.500	\$ 57.500
Grabación y fotos evento	\$ 57.500	\$ 57.500
Alquiler de salón	\$ 470.000	\$ 470.000
Meseros	\$ 172.500	\$ 172.500
Licores y bebidas	\$ 287.500	
Total	\$ 3.074.750	\$ 2.695.250

Fuente: Autor

Primera comunión (80 personas)		
CONCEPTO	VALOR	Tercerización
Asesoría personalizada en cuanto a imagen, decoración y vestuario.	\$ 57.500	\$ 57.500
Decoración de salón	\$ 80.500	\$ 80.500
Refrigerio	\$ 575.000	\$ 575.000
Mesas y sillas vestidas	\$ 80.500	
Arreglos florales	\$ 92.000	\$ 92.000
Música (animación)	\$ 103.500	\$ 103.500
Ponqué y decoración de la mesa ponqué	\$ 57.500	\$ 57.500
Cubiertos, servilletas, platos, soda, champaña	\$ 57.500	\$ 57.500
Grabación y fotos evento	\$ 46.000	\$ 46.000
Alquiler de salón	\$ 250.000	\$ 250.000
Meseros	\$ 115.000	\$ 115.000
Licores y bebidas	\$ 172.500	
Total	\$ 1.687.500	\$ 1.434.500

Fuente: Autor

Otros eventos (80 personas)		
CONCEPTO	VALOR	Tercerización
Asesoría personalizada en cuanto a imagen, decoración y vestuario.	\$ -	
Decoración de salón	\$ 115.000	\$ 115.000
Refrigerio	\$ 287.500	\$ 287.500
Mesas y sillas vestidas	\$ 57.500	
Arreglos florales	\$ 69.000	\$ 69.000
Música (animación)	\$ 46.000	\$ 46.000
Ponqué y decoración de la mesa ponqué	\$ 40.250	\$ 40.250
Cubiertos, servilletas, platos, soda, champaña	\$ 34.500	\$ 34.500
Grabación y fotos evento	\$ -	\$ -
Alquiler de salón	\$ 250.000	\$ 250.000
Meseros	\$ 57.500	\$ 57.500
Licores y bebidas	\$ 115.000	
Total	\$ 1.072.250	\$ 899.750

5.1.3.6 Gastos de administración y ventas. Los gastos propios de administración y ventas corresponden a los servicios públicos y la generación de seis (6) empleos directos.

Tabla 57. Nómina Mensual

Personal	No.	Salario	Total
Gerente	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Servicios Generales	1	\$781.242	\$781.242
Secretaria	1	\$1.200.000	\$1.200.000
Esp eventos especiales	1	\$1.200.000	\$1.200.000
Asistente logístico	1	\$781.242	\$781.242
Asistente de decoración	1	\$781.242	\$781.242
Total	6	\$6.743.726	\$6.743.726

Tabla 58. Factor Multiplicador

Seguridad Social	
Salud	8,500%
Pensión	12,000%
Riesgos	0,522%
Subtotal	21,022%
Prestaciones sociales	
Prima de servicios	8,333%
Cesantías	8,333%
Intereses sobre cesantías	1,000%
Vacaciones	4,167%
Subtotal	21,833%
Factor multiplicador	42,855%

Tabla 59. Gasto de personal

Gasto de personal					
NOMINA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario (operaciones)					
Prestaciones sociales y parafiscales (operaciones)					
Salario (administración)	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712
Prestaciones sociales y parafiscales (administración)	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555
Total	\$ 115.605.267	\$ 115.605.267	\$ 115.605.267	\$ 115.605.267	\$ 115.605.267

Tabla 60. Gastos Operativos

Gastos operativos					
Elemento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra (salarios)	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712
Prestaciones sociales y parafiscales	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555
Publicidad Radial	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000
Catálogos	-	-	-	-	-
Arriendo	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Energía	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Teléfono	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Agua	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
Mantenimiento	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000
Honorarios contador	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000
Útiles de Oficina	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Otros					
Depreciación	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000
Total	\$ 148.871.267	\$ 148.871.267	\$ 148.871.267	\$ 148.871.267	\$ 148.871.267

Depreciación						
Años vida útil		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
20	Edificio	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
5	Maquinaria y equipo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
5	Muebles y Enseres	\$ 520.000	\$ 520.000	\$ 520.000	\$ 520.000	\$ 520.000
5	Muebles y enseres para eventos	\$ 6.636.000	\$ 6.636.000	\$ 6.636.000	\$ 6.636.000	\$ 6.636.000
5	Equipos de computo y comunicación	\$ 1.690.000	\$ 1.690.000	\$ 1.690.000	\$ 1.690.000	\$ 1.690.000
	Total depreciación	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000

5.1.3.7 Gastos Financieros:

Tabla 61. Gastos Financieros

Inversión Total		\$ 47.770.000	
Capital de trabajo (15 días)		\$ 29.880.330	
Requerimiento de recursos		\$ 77.650.330	100,00%
Aporte socios		\$ 48.000.000	61,82%
Financiación		\$ 29.650.330	38,18%
Prestamo	\$ 29.650.330		
Tasa	15,25%	EA	1,1898% mensual
Tiempo	60	meses	
Cuota	\$694.186,26		

La organización gestionara un crédito por \$29.650.330, proyectando ser amortizado en 60 cuotas mensuales a una tasa de interés del 1,1898% mensual.

Tabla 62. Amortización del crédito

No.	Cuota	Intereses	Amortización	Saldo
0				\$ 29.650.330
1	\$ 694.186	\$ 352.780	\$ 341.406	\$ 29.308.924
2	\$ 694.186	\$ 348.718	\$ 345.468	\$ 28.963.456
3	\$ 694.186	\$ 344.608	\$ 349.579	\$ 28.613.877
4	\$ 694.186	\$ 340.448	\$ 353.738	\$ 28.260.139
5	\$ 694.186	\$ 336.240	\$ 357.947	\$ 27.902.192
6	\$ 694.186	\$ 331.981	\$ 362.206	\$ 27.539.987
7	\$ 694.186	\$ 327.671	\$ 366.515	\$ 27.173.472
8	\$ 694.186	\$ 323.310	\$ 370.876	\$ 26.802.596
9	\$ 694.186	\$ 318.898	\$ 375.289	\$ 26.427.308
10	\$ 694.186	\$ 314.433	\$ 379.754	\$ 26.047.554
11	\$ 694.186	\$ 309.914	\$ 384.272	\$ 25.663.282
12	\$ 694.186	\$ 305.342	\$ 388.844	\$ 25.274.438
13	\$ 694.186	\$ 300.716	\$ 393.471	\$ 24.880.967
14	\$ 694.186	\$ 296.034	\$ 398.152	\$ 24.482.815
15	\$ 694.186	\$ 291.297	\$ 402.889	\$ 24.079.926
16	\$ 694.186	\$ 286.503	\$ 407.683	\$ 23.672.243
17	\$ 694.186	\$ 281.653	\$ 412.534	\$ 23.259.709
18	\$ 694.186	\$ 276.744	\$ 417.442	\$ 22.842.267
19	\$ 694.186	\$ 271.778	\$ 422.409	\$ 22.419.859
20	\$ 694.186	\$ 266.752	\$ 427.434	\$ 21.992.424
21	\$ 694.186	\$ 261.666	\$ 432.520	\$ 21.559.904
22	\$ 694.186	\$ 256.520	\$ 437.666	\$ 21.122.238
23	\$ 694.186	\$ 251.313	\$ 442.874	\$ 20.679.365
24	\$ 694.186	\$ 246.043	\$ 448.143	\$ 20.231.222
25	\$ 694.186	\$ 240.711	\$ 453.475	\$ 19.777.747
26	\$ 694.186	\$ 235.316	\$ 458.870	\$ 19.318.877
27	\$ 694.186	\$ 229.856	\$ 464.330	\$ 18.854.547
28	\$ 694.186	\$ 224.332	\$ 469.855	\$ 18.384.692
29	\$ 694.186	\$ 218.741	\$ 475.445	\$ 17.909.247
30	\$ 694.186	\$ 213.085	\$ 481.102	\$ 17.428.145
31	\$ 694.186	\$ 207.360	\$ 486.826	\$ 16.941.319
32	\$ 694.186	\$ 201.568	\$ 492.618	\$ 16.448.701
33	\$ 694.186	\$ 195.707	\$ 498.479	\$ 15.950.222
34	\$ 694.186	\$ 189.776	\$ 504.410	\$ 15.445.812
35	\$ 694.186	\$ 183.775	\$ 510.412	\$ 14.935.400
36	\$ 694.186	\$ 177.702	\$ 516.485	\$ 14.418.915
37	\$ 694.186	\$ 171.556	\$ 522.630	\$ 13.896.286
38	\$ 694.186	\$ 165.338	\$ 528.848	\$ 13.367.438
39	\$ 694.186	\$ 159.046	\$ 535.140	\$ 12.832.297
40	\$ 694.186	\$ 152.679	\$ 541.507	\$ 12.290.790
41	\$ 694.186	\$ 146.236	\$ 547.950	\$ 11.742.840
42	\$ 694.186	\$ 139.716	\$ 554.470	\$ 11.188.370
43	\$ 694.186	\$ 133.119	\$ 561.067	\$ 10.627.303
44	\$ 694.186	\$ 126.444	\$ 567.742	\$ 10.059.561
45	\$ 694.186	\$ 119.689	\$ 574.497	\$ 9.485.063
46	\$ 694.186	\$ 112.853	\$ 581.333	\$ 8.903.730
47	\$ 694.186	\$ 105.937	\$ 588.250	\$ 8.315.481
48	\$ 694.186	\$ 98.938	\$ 595.249	\$ 7.720.232
49	\$ 694.186	\$ 91.855	\$ 602.331	\$ 7.117.901
50	\$ 694.186	\$ 84.689	\$ 609.497	\$ 6.508.404
51	\$ 694.186	\$ 77.437	\$ 616.749	\$ 5.891.655
52	\$ 694.186	\$ 70.099	\$ 624.087	\$ 5.267.568
53	\$ 694.186	\$ 62.674	\$ 631.513	\$ 4.636.055
54	\$ 694.186	\$ 55.160	\$ 639.026	\$ 3.997.029
55	\$ 694.186	\$ 47.557	\$ 646.630	\$ 3.350.399
56	\$ 694.186	\$ 39.863	\$ 654.323	\$ 2.696.076
57	\$ 694.186	\$ 32.078	\$ 662.108	\$ 2.033.968
58	\$ 694.186	\$ 24.200	\$ 669.986	\$ 1.363.982
59	\$ 694.186	\$ 16.229	\$ 677.958	\$ 686.024
60	\$ 694.186	\$ 8.162	\$ 686.024	\$ 0

5.1.3.8 Total Capital de trabajo. El capital de trabajo requerido para iniciar actividades corresponde a 15 días del valor de los costos fijos y variables.

5.1.4 Inversión total:

Tabla 63. Inversión total

Inversión Total	\$ 47.770.000	
Capital de trabajo (15 días)	\$ 29.880.330	
Requerimiento de recursos	\$ 77.650.330	100,00%
Aporte socios	\$ 48.000.000	61,82%
Financiación	\$ 29.650.330	38,18%

5.1.5 Fuentes de financiación. Se tomó como referente las tasas de interés reportadas por la página de internet ww.comparebien.com.co que fomentan la creación de empresa con tasas inferiores al 20% anual¹⁷.

5.2 COSTOS Y GASTOS

5.2.1 Costos y gastos fijos:

Tabla 64. Costos y gastos fijos

Elemento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra (salarios)	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712
Prestaciones sociales y parafiscales	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555
Publicidad Radial	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000	8.100.000
Catálogos	-	-	-	-	-
Arriendo	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Energía	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Teléfono	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Agua	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
Mantenimiento	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000
Honorarios contador	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000
Útiles de Oficina	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Otros					
Depreciación	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000	\$ 8.846.000
Total	\$ 148.871.267	\$ 148.871.267	\$ 148.871.267	\$ 148.871.267	\$ 148.871.267

¹⁷ Ibíd.

5.2.2 Costos y gastos variables:

Tabla 65. Costos y gastos variables

Proyección anual de eventos					
AÑO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Evento	297	300	303	306	309
Quince años	116	117	118	119	120
Primeras comuniones	30	30	30	31	31
Otros eventos	151	153	154	156	158

Costo servicio	80 Personas	80 Personas	80 Personas	80 Personas	80 Personas
Costo Quince años	3.074.750	3.074.750	3.074.750	3.074.750	3.074.750
Costo Primera comunión	1.687.500	1.687.500	1.687.500	1.687.500	1.687.500
Costo Otros eventos	1.072.250	1.072.250	1.072.250	1.072.250	1.072.250

Costo servicios (variables)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Quince años	\$ 355.882.692	\$ 359.441.519	\$ 363.035.934	\$ 366.666.294	\$ 370.332.957
Costo Primera comunión	\$ 50.081.374	\$ 50.582.187	\$ 51.088.009	\$ 51.598.889	\$ 52.114.878
Costo Otros eventos	\$ 162.292.586	\$ 163.915.512	\$ 165.554.667	\$ 167.210.214	\$ 168.882.316
TOTAL	\$ 568.256.652	\$ 573.939.219	\$ 579.678.611	\$ 585.475.397	\$ 591.330.151

5.2.3 Costo y gasto total unitario:

Tabla 66. Costo y gasto total unitario

Costo servicio	80 Personas
Costo Quince años	3.074.750
Costo Primera comunión	1.687.500
Costo Otros eventos	1.072.250

Los servicios se ofertan de manera global.

5.3 PRECIO DE VENTA

Tabla 67. Precio de Ventas

Precio para Quince años	\$ 4.058.670
Precio para Primera comunión	\$ 2.227.500
Precio Otros eventos	\$ 1.415.370

Se considera un 32% como margen de contribución entre el costo variable y precio de venta.

5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

5.4.1. Ingresos:

Tabla 68. Proyección de la demanda

Población (familias)	Mercado potencial (familias)	Mercado Objetivo	Demanda mensual de eventos	Demanda semanal de eventos	Demanda semanal a cubrir	Demanda mensual a cubrir	Demanda anual a cubrir
4.221	3.757	2.968	247	62	6	20	297
100%	89,0%	79,00%		100,00%	10,00%		

Tabla 69. Ingresos y Egresos

Items	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 77.650.330	\$ 750.098.781	\$757.599.768	\$765.175.766	\$772.827.524	\$780.555.799
Egresos	\$ 47.770.000	\$ 716.612.154	\$729.371.850	\$735.909.679	\$742.357.889	\$748.897.980
Flujo de caja	\$ 29.880.330	\$ 33.486.626	\$ 28.227.918	\$ 29.266.087	\$ 30.469.635	\$ 31.657.819
Flujo de caja del periodo anterior	\$ -	\$ 29.880.330	\$ 63.366.956	\$ 91.594.874	\$120.860.962	\$151.330.597
Flujo de caja del periodo	\$ 29.880.330	\$ 63.366.956	\$ 91.594.874	\$120.860.962	\$151.330.597	\$182.988.416

Tabla 70. Egresos

Egresos	\$ 47.770.000	\$ 716.612.154	\$ 729.371.850	\$ 735.909.679	\$ 742.357.889	\$ 748.897.980
Activo Fijo						
Local	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinaria y equipo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y enseres	\$ 2.600.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y enseres para eventos	\$ 33.180.000					
Equipos de computo y comunicación	\$ 8.450.000	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
Gastos diferidos						
Promoción	\$ 540.000					
Registro y formularios	\$ 3.000.000					
Capital de trabajo (3 meses)						
Operaciones						
Servicios	\$ -	\$ 568.256.652	\$ 573.939.219	\$ 579.678.611	\$ 585.475.397	\$ 591.330.151
Mano de obra (Salarios)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Prestaciones sociales y parafiscales (operaciones)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dotación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Energía	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Administración						
Mano de obra (salarios)	\$ -	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712
Prestaciones sociales y parafiscales (administración)	\$ -	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555
Publicidad Radial	\$ -	\$ 8.100.000	\$ 8.100.000	\$ 8.100.000	\$ 8.100.000	\$ 8.100.000
Catálogos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arriendo	\$ -	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Energía	\$ -	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Teléfono	\$ -	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Agua	\$ -	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
Mantenimiento	\$ -	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000
Honorarios contador	\$ -	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000
Útiles de Oficina		\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Otros		\$ -				
Gastos financieros (crédito)		\$3.954.343	\$3.287.019	\$2.517.929	\$1.631.552	\$610.003
Impuesto de Renta			\$ 7.077.130	\$ 7.875.566	\$ 8.526.990	\$ 9.212.327
Amortización del crédito		\$4.375.892	\$5.043.216	\$5.812.306	\$6.698.683	\$7.720.232

ITEMS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 77.650.330	\$ 750.098.781	\$ 757.599.768	\$ 765.175.766	\$ 772.827.524	\$ 780.555.799
Ventas	\$ -	\$ 750.098.781	\$ 757.599.768	\$ 765.175.766	\$ 772.827.524	\$ 780.555.799
Aporte socios	\$ 25.000.000					
Credito	\$ 52.650.330					
Venta de activo fijo						
Egresos	\$ 47.770.000	\$ 723.001.864	\$ 735.022.376	\$ 741.686.205	\$ 748.278.900	\$ 754.984.668
Activo Fijo						
Local	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinaria y equipo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y enseres	\$ 2.600.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y enseres para eventos	\$ 33.180.000					
Equipos de computo y comunicación	\$ 8.450.000	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
Gastos diferidos						
Promoción	\$ 540.000					
Registro y formularios	\$ 3.000.000					
Capital de trabajo (3 meses)						
Operaciones						
Servicios	\$ -	\$ 568.256.652	\$ 573.939.219	\$ 579.678.611	\$ 585.475.397	\$ 591.330.151
Mano de obra (Salarios)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Prestaciones sociales y parafiscales (operaciones)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dotación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Energía	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Administración						
Mano de obra (salarios)	\$ -	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712
Prestaciones sociales y parafiscales (administración)	\$ -	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555
Publicidad Radial	\$ -	\$ 8.100.000	\$ 8.100.000	\$ 8.100.000	\$ 8.100.000	\$ 8.100.000
Catálogos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arriendo	\$ -	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Energía	\$ -	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Teléfono	\$ -	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Agua	\$ -	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
Mantenimiento	\$ -	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000
Honorarios contador	\$ -	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000
Útiles de Oficina		\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Otros		\$ -				
Gastos financieros (crédito)		\$ 6.911.082	\$ 5.739.753	\$ 4.392.724	\$ 2.843.641	\$ 1.062.195
Impuesto de Renta			\$ 6.337.945	\$ 7.262.382	\$ 8.058.291	\$ 8.909.305
Amortización del crédito		\$ 7.808.863	\$ 8.980.192	\$ 10.327.221	\$ 11.876.304	\$ 13.657.750

5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

5.5.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años:

Tabla 71. Estado de Resultados proyectado a 5 años

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Netos	-	750.098.781	757.599.768	765.175.766	772.827.524	780.555.799
Costo de ventas	-	\$ 568.256.652	\$ 573.939.219	\$ 579.678.611	\$ 585.475.397	\$ 591.330.151
Utilidad Bruta	-	181.842.129	183.660.550	185.497.155	187.352.127	189.225.648
Gastos de operación	-	149.579.267	148.871.267	148.871.267	148.871.267	148.871.272
Utilidad operativa	-	32.262.862	34.789.283	36.625.888	38.480.860	40.354.376
Otros Ingresos	-	-	-	-	-	-
Otros Gastos	-	\$3.954.343	\$3.287.019	\$2.517.929	\$1.631.552	\$610.003
Utilidad Antes de Impuestos	-	28.308.519	31.502.264	34.107.960	36.849.308	39.744.373
Impuesto de Renta (25%)	-	7.077.130	7.875.566	8.526.990	9.212.327	9.936.093
Utilidad Neta	-	21.231.389	23.626.698	25.580.970	27.636.981	29.808.280

5.5.2 Flujo de Caja Proyectado:

Tabla 72. Flujo de Caja

ITEMS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 77.650.330	\$ 750.098.781	\$ 757.599.768	\$ 765.175.766	\$ 772.827.524	\$ 780.555.799
Ventas	\$ -	\$ 750.098.781	\$ 757.599.768	\$ 765.175.766	\$ 772.827.524	\$ 780.555.799
Aporte socios	\$ 48.000.000					
Credito	\$ 29.650.330					
Venta de activo fijo						
Egresos	\$ 47.770.000	\$ 716.612.154	\$ 729.371.850	\$ 735.909.679	\$ 742.357.889	\$ 748.897.980
Activo Fijo						
Local	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinaria y equipo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y enseres	\$ 2.600.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y enseres para eventos	\$ 33.180.000					
Equipos de computo y comunicación	\$ 8.450.000	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
Gastos diferidos						
Promoción	\$ 540.000					
Registro y formularios	\$ 3.000.000					
Capital de trabajo (3 meses)						
Operaciones						
Servicios	\$ -	\$ 568.256.652	\$ 573.939.219	\$ 579.678.611	\$ 585.475.397	\$ 591.330.151
Mano de obra (Salarios)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Prestaciones sociales y parafiscales (operaciones)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dotación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Energía	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Administración						
Mano de obra (salarios)	\$ -	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712	\$ 80.924.712
Prestaciones sociales y parafiscales (administración)	\$ -	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555	\$ 34.680.555
Publicidad Radial	\$ -	\$ 8.100.000	\$ 8.100.000	\$ 8.100.000	\$ 8.100.000	\$ 8.100.000
Catálogos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arriendo	\$ -	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Energía	\$ -	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Teléfono	\$ -	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Agua	\$ -	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
Mantenimiento	\$ -	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000
Honorarios contador	\$ -	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000
Útiles de Oficina		\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Otros		\$ -				
Gastos financieros (crédito)		\$3.954.343	\$3.287.019	\$2.517.929	\$1.631.552	\$610.003
Impuesto de Renta			\$ 7.077.130	\$ 7.875.566	\$ 8.526.990	\$ 9.212.327
Amortización del crédito		\$4.375.892	\$5.043.216	\$5.812.306	\$6.698.683	\$7.720.232
Flujo de caja	\$ 29.880.330	\$ 33.486.626	\$ 28.227.918	\$ 29.266.087	\$ 30.469.635	\$ 31.657.819
Flujo de caja del periodo anterior	\$ -	\$ 29.880.330	\$ 63.366.956	\$ 91.594.874	\$ 120.860.962	\$ 151.330.597
Flujo de caja del periodo	\$ 29.880.330	\$ 63.366.956	\$ 91.594.874	\$ 120.860.962	\$ 151.330.597	\$ 182.988.416

5.5.3 Balance General inicial y proyectado:

Tabla 73. Balance general y proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes	29.880.330	63.366.956	91.594.874	120.860.962	151.330.597	182.988.416
Efectivo	29.880.330	63.366.956	91.594.874	120.860.962	151.330.597	182.988.416
Activos Fijos	44.230.000	35.384.000	27.246.000	19.108.000	10.970.000	2.831.995
Local	-	-	-	-	-	-
Maquinaria y equipo	-	-	-	-	-	-
Muebles y Enseres	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000
Muebles y Enseres para eventos	33.180.000	33.180.000	33.888.000	34.596.000	35.304.000	36.011.995
Equipos de computo y comunicación	8.450.000	8.450.000	8.450.000	8.450.000	8.450.000	8.450.000
Depreciación acumulada	-	- 8.846.000	- 17.692.000	- 26.538.000	- 35.384.000	- 44.230.000
Gastos diferidos	3.540.000	2.832.000	2.124.000	1.416.000	708.000	-
Activo Total	77.650.330	101.582.956	120.964.874	141.384.962	163.008.597	185.820.411
Pasivo Corriente	4.375.892	12.120.346	13.687.872	15.225.673	16.932.559	9.936.093
Obligacion Financiera	4.375.892	5.043.216	5.812.306	6.698.683	7.720.232	-
Impuestos por pagar	-	7.077.130	7.875.566	8.526.990	9.212.327	9.936.093
Pasivo No Corriente	25.274.438	20.231.222	14.418.915	7.720.232	0	0
Pasivo Total	29.650.330	32.351.567	28.106.788	22.945.905	16.932.559	9.936.093
Patrimonio	48.000.000	69.231.389	92.858.087	118.439.057	146.076.037	175.884.317
Capital inicial	48.000.000	48.000.000	48.000.000	48.000.000	48.000.000	48.000.000
Reservas	-	-	-	-	-	-
Utilidad acumulada	-	-	21.231.389	44.858.087	70.439.057	98.076.037
Utilidad del ejercicio	-	21.231.389	23.626.698	25.580.970	27.636.981	29.808.280
Total Pasivo + Patrimonio	77.650.330	101.582.956	120.964.874	141.384.962	163.008.597	185.820.411

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

- Generación de empleos locales, mejorando la calidad de vida de los trabajadores y sus familiares (7 trabajadores).
- Surgimiento de la economía local, mejorando la actividad empresarial y comercial, por medio del pago de impuestos y cada una de las obligaciones de ley.

6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

- No existen fuentes hídricas cercanas, ni riego de químicos en la zona para la prestación de servicio, que las contaminara en el desenvolvimiento de actividades; por lo tanto no se encuentra mitigación ambiental.
- En el suelo donde se encontrará ubicada la empresa no existen aguas utilizadas en lavados de baño, se mitiga ya que en él se recibe a través de acueducto local el lugar y revisar los desagües que vayan al respectivo alcantarillado.

6.2.1 Matriz de Evaluación de Impactos:

Tabla 74 Matriz de evaluación de impactos

Descripción	Impacto ambiental
Agua	Recurso Hídrico suministrado por Aguas de Barrancabermeja S.A., el cual será de consumo diario humano: aseo personal, uso de sanitarios, aseo de las instalaciones
Suelo	Las actividades que se ejecutaran se ajusta a las normas del POT
Energía	Contaminación electromagnéticas, Existe una emisión por los fluorescentes y bombillos que existen dentro de las instalaciones
Ecosistema	No afecta la Fauna ni la flora que existe alrededor de las instalaciones
Aire	No sufre ninguna transformación
Manejo de desechos	Plagas y Emisión de Olores
Residuos	Se reciclan para nuevos usos los sobres de manila tamaño carta y oficio, hojas tamaño carta

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.3.1 Valor presente neto. Considerando una tasa de oportunidad del 25% anual.

Tabla 75. Flujo económico

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	0	750.098.781	757.599.768	765.175.766	772.827.524	780.555.799
Egresos	77.650.330	716.612.154	729.371.850	735.909.679	742.357.889	748.897.980
NETO	-77.650.330	33.486.626	28.227.918	29.266.087	30.469.635	31.657.819

De conformidad con los conceptos y herramientas de matemática financiera se distribuyen en la línea del tiempo los ingresos y egresos del proyecto, las diferencias de estos rubros (flujos de caja) deben ser llevados a valores de hoy

(valor presente) y se compararon con la inversión. La formulación y operaciones matemáticas fueron desarrolladas con el software de funciones financieras de Excel.

Los últimos cinco años la tasa de usura en Colombia ha sido estipulada por el Banco de la República entre el 28 y 32 por ciento anual, el proyecto toma como referencia una tasa de financiación del 15,25% EA. (Tasas de Colocación)

La tasa de oportunidad de un negocio pretende cubrir el costo de capital, los riesgos de las inversiones y en especial las tasas de captación ofrecidas por los Bancos; en Colombia difícilmente un banco ofrece rendimientos anuales superiores al 7%; por lo anterior el proyecto considera pertinente una tasa de oportunidad del 25% EA.

Tabla 76. Tasa de oportunidad del 25% EA

Inversión Inicial	77.650.330
TO (Tasa oportunidad)	25,00%
Tasa de Financiación	15,25%
Función VPN	5.043.072,07
Fórmula VPN	5.043.072,07
Año 1	26.789.301,16
Año 2	18.065.867,55
Año 3	14.984.236,71
Año 4	12.480.362,45
Año 5	10.373.634,16
TIR	28,17%

6.3.2 Tasa Interna Retorno TIR. El proyecto ofrece una TIR del 28,17%, considerando la importancia en la gestión del gerente para conseguir clientes en atención a que mensualmente deben lograr contratar 20 eventos, esta dinámica permite obtener un valor presente neto positivo.

Tabla 77. Tasa Interna Retorno

Evaluación Financiera				
Año	Ingresos	Egresos	Flujo de Caja	Valor Presente
\$ -	\$ -	\$ 77.650.330	-\$ 77.650.330	-\$ 77.650.330
\$ 1	\$ 750.098.781	\$ 716.612.154	\$ 33.486.626	\$ 26.789.301
\$ 2	\$ 757.599.768	\$ 729.371.850	\$ 28.227.918	\$ 18.065.868
\$ 3	\$ 765.175.766	\$ 735.909.679	\$ 29.266.087	\$ 14.984.237
\$ 4	\$ 772.827.524	\$ 742.357.889	\$ 30.469.635	\$ 12.480.362
\$ 5	\$ 780.555.799	\$ 748.897.980	\$ 31.657.819	\$ 10.373.634
Valor Presente Neto				\$ 5.043.072
TIR				28,17%

La tasa interna de retorno es un indicador financiero que mide realmente la rentabilidad del proyecto, si esta tasa está por encima de la tasa de oportunidad necesariamente el proyecto es viable. Para el caso particular de nuestro proyecto, como la TIR es del 28,17% anual y la Tasa de Oportunidad del 25% Anual es importante desarrollar el negocio, para el cálculo se utilizaron las funciones financieras de Excel.

6.3.3 Período de recuperación. El periodo de recuperación de la inversión se estima en 2,545 años, que equivalen a dos años y seis coma cinco meses.

Tabla 78. Período de recuperación

PERIODO	0	1	2	3	4	5
FLUJO	-\$ 77.650.330	\$ 33.486.626	\$ 28.227.918	\$ 29.266.087	\$ 30.469.635	\$ 31.657.819
FLUJO ACUMULADO	-\$ 77.650.330	-\$ 44.163.704	-\$ 15.935.785	\$ 13.330.302	\$ 43.799.937	\$ 75.457.756

2,545	Años		
1,000	año	12,0	meses
0,545	años	6,5	meses
Período de Recuperación : Dos años y 6,5 meses			

$$\text{Periodo de Recuperación} = A + (B/C)$$

A = Periodo del ultimo Flujo negativo

B= Valor Absoluto del último Flujo Negativo acumulado

C= Valor del Flujo Siguiente

6.3.4 Análisis de las Razones Financieras. El flujo de caja está indicando disponibilidad inmediata de recursos, lo que favorece el respaldo de obligaciones compromisos con proveedores y el pago del servicio de la deuda. El nivel de endeudamiento no podría ser mejor del año 1 al año 5, pasa del 31,85% al 5,35%.

Tabla 79. Indicadores financieros

Indicadores Financieros					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez					
Razón corriente	5,23	6,69	7,94	8,94	18,42
Capital de trabajo	51.246.611	77.907.002	105.635.289	134.398.037	173.052.322
Endeudamiento					
Endeudamiento total	31,85%	23,24%	16,23%	10,39%	5,35%
Rentabilidad					
Rentabilidad sobre los Activos Totales	20,90%	19,53%	18,09%	16,95%	16,04%
Rentabilidad sobre el patrimonio	30,67%	25,44%	21,60%	18,92%	16,95%
Margen bruto	24,24%	24,24%	24,24%	24,24%	24,24%
Margen operacional	4,30%	4,59%	4,79%	4,98%	5,17%
Margen Neto	2,83%	3,12%	3,34%	3,58%	3,82%

6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

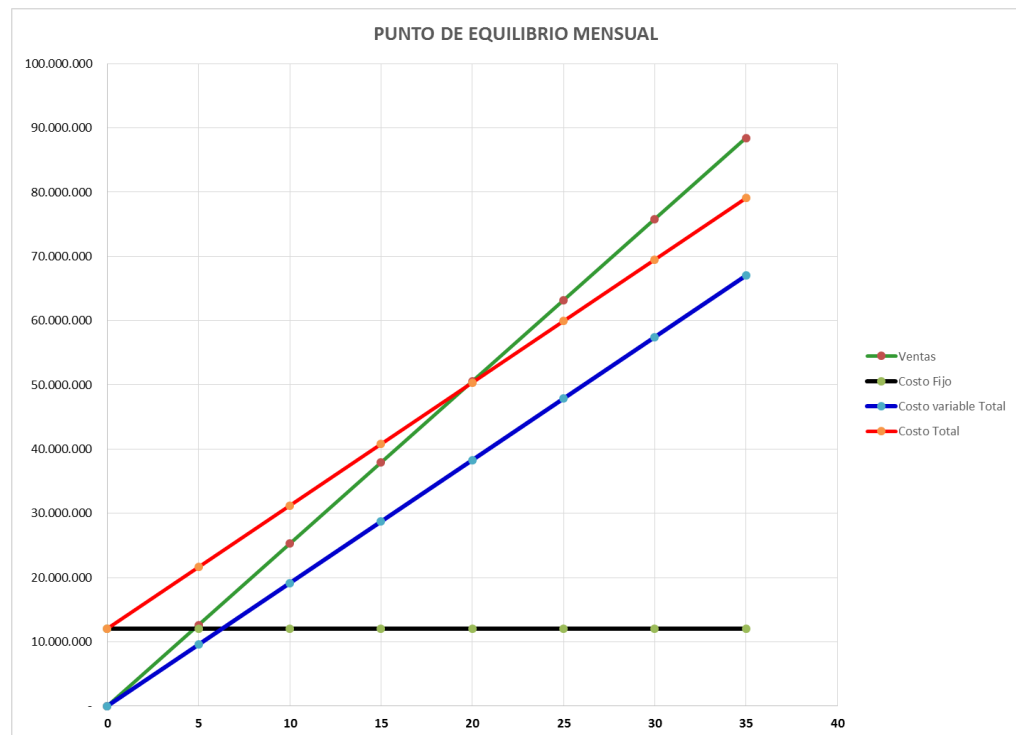
Para cubrir los gastos y costos mensuales de operación en la empresa, se deberán gestionar como mínimo el desarrollo de 20 eventos mensuales. Para ello se tomó como referencia la encuesta y con ello se prorratea la participación de las ventas y se calcula el punto de equilibrio para varios productos.

Tabla 80. Punto de equilibrio

	Precios	Costos Variables	Participación	Margen de contribución	Margen de contribución ponderado	COSTO FIJO Mensual	Punto equilibrio promedio mensual	Punto equilibrio mensual	Precio proporcional	Costo variable proporcional	Margen de contribución
Costo Quince años	\$ 4.058.670	3.074.750	39%	\$ 983.920	\$ 383.729	\$ 12.057.301		8	\$ 1.582.881	\$ 1.199.153	\$ 383.729
Costo Primera comunión	\$ 2.227.500	1.687.500	10%	\$ 540.000	\$ 54.000			2	\$ 222.750	\$ 168.750	\$ 54.000
Otros eventos	\$ 1.415.370	1.072.250	51%	\$ 343.120	\$ 174.991			10	\$ 721.839	\$ 546.848	\$ 174.991
					\$ 612.720		20	20	\$ 2.527.470	\$ 1.914.750	\$ 612.720

Unidades (eventos)	Precio de venta promedio	Ventas	Costo Fijo	Costo Variable Unitario promedio	Costo variable Total	Costo Total	Utilidad
0	\$ 2.527.470	-	\$ 12.057.301	\$ 1.914.750	\$ 0	\$ 12.057.301	-\$ 12.057.301
5	\$ 2.527.470	12.637.350	\$ 12.057.301	\$ 1.914.750	\$ 9.573.750	\$ 21.631.051	-\$ 8.993.701
10	\$ 2.527.470	25.274.700	\$ 12.057.301	\$ 1.914.750	\$ 19.147.500	\$ 31.204.801	-\$ 5.930.101
15	\$ 2.527.470	37.912.050	\$ 12.057.301	\$ 1.914.750	\$ 28.721.250	\$ 40.778.551	-\$ 2.866.501
20	\$ 2.527.470	50.549.400	\$ 12.057.301	\$ 1.914.750	\$ 38.295.000	\$ 50.352.301	\$ 197.099
25	\$ 2.527.470	63.186.750	\$ 12.057.301	\$ 1.914.750	\$ 47.868.750	\$ 59.926.051	\$ 3.260.699
30	\$ 2.527.470	75.824.100	\$ 12.057.301	\$ 1.914.750	\$ 57.442.500	\$ 69.499.801	\$ 6.324.299
35	\$ 2.527.470	88.461.450	\$ 12.057.301	\$ 1.914.750	\$ 67.016.250	\$ 79.073.551	\$ 9.387.899

Gráfica 16. Punto de equilibrio



Es importante considerar que la empresa pretende cubrir el 10% del mercado potencial.

7. CONCLUSIONES

A pesar de que existen algunos lugares que realizan logística de eventos en el municipio ninguna promociona como los ofrecidos (Quince años, primeras comuniones y otros eventos), con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes teniendo cuenta el poder adquisitivo. El canal de distribución que se utilizará será directo, y así tener contacto personalizado con el cliente en donde exista comunicación constante de toda la organización. Los precios y la calidad de los servicios generan que sea asequible el uso del servicio. La publicidad y promoción será por medio de cuñas radiales y volanteo.

El negocio comenzara a funcionar en Barrancabermeja y en el tiempo pronosticado se espera se expanda a otras ciudades cercanas como Bucaramanga.

Teniendo en cuenta el trabajo de campo, la proyección de la demanda son 352 familias en donde se reflejó la aceptación de la empresa. Así mismo, se determinó como total del requerimiento del proyecto \$77.650.330, en donde se incluye suministros e insumos, recurso humano, tecnología y equipos y muebles y enseres. La empresa se ubicará en el barrio Galán en donde tendrá un espacio disponible para las instalaciones de 10 m x 15 m. Se estableció toda la estructura organizacional como la misión, visión, políticas de venta, organigrama, perfil de cargos que se incluyeron dentro del Manual de funciones con el fin de dar a conocer a los trabajadores sus funciones específicas y en el momento de contratación.

Se estableció la constitución de la empresa Superstars dedicada a la organización de eventos, será constituida como una organización S.A.S.

Dada la diversidad de productos que se necesitan en la preparación de eventos de todo tipo, se generarán 7 trabajos directos e indirectos los cuales benefician a la comunidad en general.

En el presente año “Superstars” realizará 20 eventos en promedio mensualmente. Esto basado en la aceptación que tuvo la idea del negocio al momento de realizar las encuestas a la población objetivo.

Los precios y la calidad de los servicios generan que sea asequible el uso del servicio.

Según el estudio financiero es viable el proyecto, en atención a que la TIR (28,17% EA) es superior a la Tasa de Oportunidad (25% EA) planteada en el proyecto. Sin embargo, en la medida que la gestión de ventas se fortalecerá el negocio. Se tomaron como referencias eventos sociales con la participación promedio de 80 personas, pero la expectativa de celebración y asistencia tiende a crecer.

8. RECOMENDACIONES

Contratar al personal idóneo de acuerdo a las políticas que se encuentran plasmadas en el Manual de funciones. Por lo cual se recomienda, el personal encargado de la logística realice capacitaciones constantes con el fin de estar muy actualizadas y enfocadas en las temáticas de las fiestas.

Por medio del internet deben mantenerse informados acerca de las tendencias implementadas por las empresas del mismo sector, logrando la ventaja competitiva en su servicio.

Revisar las opciones financieras que ofrezcan la tasa económica de interés más baja del mercado, teniendo en cuenta que se financiará el proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Historia de Barrancabermeja. [En Línea]. Eventos y celebraciones. 2015. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/municipio/Informacion-General>

ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Sitio Web Alcaldía de Barrancabermeja. En Línea]. 2018. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/nuestra-alcaldia>

BARAHONA CHAPARRO, John Jairo. Barrancabermeja y su territorialidad regional. [En Línea]. Diagnóstico Ambiental de Barrancabermeja (Santander). 10 de agosto de 2015. Disponible en: <http://blogjbarahona.blogspot.com.co/2015/08/area-barrancabermeja-esuna-ciudad.html>

CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA. Megaproyectos futuros en Barrancabermeja. 2014.

CÁMARA DE COMERCIO-BARRANCABERMEJA. Boletín empresarial. Actividades económicas/ Dinámica Empresarial 2017. [En Línea]. Cámara Directa Barrancabermeja. 12 de marzo de 2017. Disponible en: http://www.ccbarranca.org.co/ccbar/images/documentos/dinamica_empresarial_2017.pdf

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1480. (Octubre 12 de 2011). “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones”. Diario Oficial. Bogotá D.C. No. 48.220 de 12 de octubre de 2011.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1582. (Octubre 17 de 2012). “Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales”. Diario Oficial. Bogotá D.C. No. 48.587 de 18 de octubre de 2012.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1801. (Julio 29 de 2016). “Por la cual se expide el Código Nacional de Policía y Convivencia”. Diario Oficial. Bogotá D.C. No. 49.949 del 29 de julio de 2016.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 905. (Agosto 02 de 2004). “Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”. Diario Oficial. Bogotá D.C. No. 45.628 de 2 de agosto de 2004.

COMPARABIEN. Créditos de consumo. [En Línea]. 2018. Disponible en: <https://comparabien.com.co/creditos-consumo/result>

DEMING, W. Edwards. Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis. Ediciones Díaz de Santos, 1989.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE). Informe sectorial de nivel y calidad de vida. Categorización de calidad de vida. Magdalena Medio. 2016.

EMISORA BARRANCABERMEJA VIRTUAL. Distribución de los barrios por estratos en Barrancabermeja. [En Línea]. Barrancabermeja Virtual. 2018. Disponible en: <http://www.barrancabermejavirtual.com/barrios.html>

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar. Metodología de la Investigación. Tercera Edición. México: McGraw-Hill Interamericana Editores. 2003.

INDECOPI. NTP-ISO 9000:2001 Sistemas de Gestión de la Calidad. Principios y Vocabulario. 2001.

INFORME CENSO EMPRESARIAL BARRANCABERMEJA. Pequeñas, medianas y grandes empresas. Segundo semestre. Año 2016.

JIMENO BERNAL, Jorge. Ciclo PDCA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar): El círculo de Deming de mejora continua. [En Línea]. PDCA Home. 2017. Disponible en: <http://www.pdcahome.com/5202/ciclo-pdca>. Consultado 06 de mayo de 2017.

MARÍN CALAHORRO, Francisco. Fundamentos del protocolo en la comunicación institucional. *Guía Práctica. Madrid: Editorial Síntesis*. 1997.

OFICINA DE PLANEACIÓN MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Ordenamiento Territorial. 2018.

OTERO ALVARADO, María Teresa. Los acontecimientos especiales como acciones de relaciones públicas: el ceremonial y el protocolo. *Comunicación organizacional: teorías y estudios (pp. 123-162)*, 2005.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Decreto 770. (Marzo 12 de 1982). “Reglamento de Protocolo y Ceremonial de la Presidencia de la República”. Bogotá el 12 de marzo de 1982.

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA. Centro de Eventos Universidad de Pamplona. Manuel de eventos y Protocolo. 2013.

ANEXOS

ANEXO A. ENCUESTA – FAMILIAS



FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE BARRANCABERMEJA

Soy estudiante de Gestión Empresarial en la UIS Barrancabermeja. Actualmente me encuentro desarrollando una encuesta que me permita determinar la factibilidad para la creación de una empresa de eventos en la ciudad de Barrancabermeja. Agradezco su valiosa colaboración al responder este cuestionario, el cual me permitirá determinar los alcances, características y demás factores que debería tener este proyecto. No hay respuestas correctas o incorrectas y no es necesario ofrecer datos personales.

1. ¿En su familia acostumbran a realizar fiestas, eventos o celebraciones durante el año? ☐ Si ☐ No

En caso de que su respuesta haya sido No, pero puede contemplar la posibilidad de realizar algún evento, agasajo o cualquier tipo de actividad de reunión o fiesta familiar, para usted o los suyos, le agradezco continuar con el cuestionario.

2. ¿En qué barrio vive actualmente?

☐ Colombia ☐ Recreo ☐ Parnaso ☐ Galán

3. ¿Qué tipo de celebraciones realizan? (marque con una X los que considere)

☐ Aniversarios ☐ Bodas ☐ Bautizos ☐ Primeras Comuniones

☐ Grados ☐ Cumpleaños ☐ Baby Shower ☐ Encuentros
Familiares

☐ Día de la Madre ☐ Día del Padre ☐ Cenas o fiestas Navideñas

☐ Fiesta de Disfraces ☐ 15 Años ☐ 50 Años

4. Regularmente, ¿en qué sitio realiza sus eventos familiares?

☐ Hogar ☐ Club ☐ Hoteles ☐ Sedes Sociales

5. Para alguno de los eventos que ha realizado, ¿ha contratado a una empresa de eventos, o personas que realicen los eventos para usted? ☐ Si ☐ No

Si su respuesta fue Sí, conteste la siguiente pregunta, sino pase a la próxima

6. ¿Cómo calificaría su experiencia al utilizar empresas o personas para sus eventos?

☐ Excelente ☐ Buena ☐ Regular ☐ Mala

¿Por qué? _____

7. ¿Le gustaría que en Barrancabermeja existiera una empresa para organizar eventos que le ofreciera una atención integral, sin que usted tenga que preocuparse por los detalles de sus celebraciones? ☐ Si ☐ No

Si su respuesta fue Sí, conteste la siguiente pregunta, sino pase a la próxima

8. De las siguientes actividades, ¿cuáles contraría directamente con la empresa de eventos?

☐ Organización ☐ Música ☐ Sonido ☐ Comidas

☐ Bebidas ☐ Tarjetas ☐ Recordatorios ☐ Animación

☐ Meseros ☐ Equipamiento ☐ Sitio para el evento

9. ¿Qué presupuesto podría destinar para la realización de sus eventos?

☐ \$1.000.000 a \$1.500.000 ☐ \$1.500.000 a \$2.500.000

☐ \$2.500.000 a \$3.500.000 ☐ \$3.500.000 en adelante

10. De las siguientes alternativas, seleccione las que considera utilizaría para conocer, contratar, hacer seguimiento a la contratación de los servicios con la empresa de eventos.

☐ Apps

☐ Facebook

☐ Instagram