

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

**Factibilidad para la Creación de una Empresa Prestadora de Servicios de Eventos
Memorables en el Área Metropolitana de Bucaramanga**

Shirley Gil

Trabajo de Grado para Obtener el Título de Profesional en Gestión Empresarial

Director

Marcela Patricia Arenas Cristancho

Especialista en Ingeniería de Operaciones en Manufactura y Servicios

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia

Gestión Empresarial

Bucaramanga

2024

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Tabla de contenido

Introducción	17
1. Análisis general del sector	19
1.1. Descripción del sector	19
1.2. Evolución del sector	23
1.3. Tendencias del sector	25
1.4. Identificación de oportunidades y amenazas	26
1.5. Marco legal	28
1.6. Contexto geográfico	31
1.6.1. Floridablanca.....	34
1.6.2. Girón	36
1.6.3. Piedecuesta.....	37
2. Estudio de mercados	41
2.1. Descripción del producto o servicio	41
2.1.1. Descripción, usos y especificaciones del producto/servicio	41
2.1.2. Atributos diferenciadores	43
2.2. Segmento de mercado.....	45
2.2.1. Mercado potencial.....	45
2.2.2. Mercado objetivo	45
2.3. Estudio de la demanda.....	46
2.3.1. Necesidades de información	46

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

2.3.2. Tipo de estudio	47
2.3.3. Enfoque	47
2.3.4. Fuentes de información	47
2.3.5. Técnicas de investigación	47
2.3.6. Instrumento para la recolección de información	47
2.3.7. Modo de aplicación	48
2.3.8. Cálculo de la muestra	48
2.3.9. Alcance.....	49
2.3.10. Tiempo de aplicación	49
2.3.11. Tabulación, presentación y análisis de resultados.....	49
2.3.12. Estimación de la demanda actual	64
2.3.13. Estimación de la demanda efectiva	65
2.3.14. Proyección de la demanda para los próximos cinco años	66
2.4. Análisis de la oferta	67
2.4.1. Análisis de la Situación actual de la competencia	69
2.5. Descripción del producto o servicio mínimo viable.....	72
2.5.1. Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio	72
2.5.2. Atributos diferenciadores del producto o del servicio con respecto a la competencia	72
2.6. Estructura de comercialización y de distribución.....	73
2.7. Estrategias de fijación de precios	74
2.8. Relacionamiento con los clientes	74
2.8.1. Estrategias de comunicación.....	74

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

2.8.2. Presupuesto de comunicación	76
3. Estudio técnico	78
3.1. Tipo de proyecto.....	78
3.2. Desarrollo operativo del proyecto	78
3.2.1. Ficha técnica del producto mínimo viable	78
3.2.2. Descripción y diagramación de actividades clave	80
3.2.3. Características del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo (SG – SST). 83	
3.2.4. Análisis ambiental.....	83
3.2.5. Recursos clave.....	84
3.2.6. Distribución de planta	92
3.2.7. Localización	94
3.2.8. Control de calidad	96
3.3. Capacidad del proyecto	97
3.3.1. Capacidad total diseñada por la línea de producto o servicio	97
3.3.2. Capacidad instalada.....	98
3.3.3. Capacidad utilizada y proyectada.....	99
4. Estudio Administrativo	101
4.1. Forma de constitución	101
4.2. Estructura organizacional	101
4.2.1. Misión	101
4.2.2. Visión	102

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

4.2.3. Valores corporativos	103
4.2.4. Organigrama.....	104
4.2.5. Asignación salarial	105
5. Estudio Financiero.....	107
5.1. Inversiones fija y diferida.....	107
5.1.1. Inversión fija	107
5.1.2. Inversión diferida	111
5.2. Costos y gastos	112
5.2.1. Costos de producción o costos de prestación del servicio o costos de comercialización	112
5.2.2. Gastos de administración y ventas	116
5.3. Capital de trabajo.....	120
5.3.1. Periodo de capital de trabajo.....	121
5.3.2. Estructura del crédito	121
5.3.3. Cuadro resumen del capital de trabajo	125
5.4. Inversión total.....	125
5.5. Estructura de capital	126
5.5.1. Recursos propios	126
5.5.2. Recursos de financiación.....	126
5.6. Precio de venta	127
5.7. Estados financieros proyectados.....	128
5.7.1. Estado de Resultados proyectado.....	128

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

5.7.2. Flujo de Fondos proyectado	130
5.7.3. Estado de situación financiera inicial y proyectado	134
5.8. Evaluación financiera	137
5.8.1. Razones financieras.....	137
5.8.2. Indicadores de viabilidad	142
5.9. Tamaño del proyecto	146
6. Conclusiones	147
7. Recomendaciones	148
Referencias Bibliográficas.....	150
Apéndices.....	152

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1 Categorías con mayor crecimiento	21
Figura 2 Mapa de Bucaramanga y su Área Metropolitana	31
Figura 3 Clasificación por sectores.....	33
Figura 4 Mapa de Floridablanca	35
Figura 5 <i>Mapa de Girón</i>	36
Figura 6 <i>Mapa de Piedecuesta</i>	39
Figura 7 <i>Producto 1 Diamante verde</i>	42
Figura 8 <i>Producto 2 Diamante rojo</i>	43
Figura 9 <i>Género de la muestra</i>	49
Figura 10 Rango de edad de la muestra.....	50
Figura 11 <i>Preferencia de celebraciones</i>	51
Figura 12 <i>Frecuencia de celebraciones</i>	53
Figura 13 <i>Presupuesto para sorprender</i>	54
Figura 14 <i>Dificultad de expresar sentimientos</i>	55
Figura 15 <i>Alternativas de inspiración para sorprender</i>	57
Figura 16 <i>¿Ha invitado para sorprender?</i>	58
Figura 17 <i>Uso de empresas especializadas</i>	59
Figura 18 <i>Preferencias en un servicio sorpresa</i>	60
Figura 19 <i>Preferencia en opciones de servicio</i>	62
Figura 20 <i>Aceptación del proyecto</i>	64
Figura 21 <i>Pirámide de Maslow</i>	68

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Figura 22 <i>Canal de distribución</i>	73
Figura 23 Canal de comercialización directo	74
Figura 24 <i>Diagrama de operación</i>	81
Figura 25 <i>Distribución de planta</i>	93
Figura 26 <i>Mapa de Floridablanca</i>	95
Figura 27 <i>Misión</i>	101
Figura 28 <i>Visión</i>	102
Figura 29 <i>Valores Corporativos</i>	103
Figura 30 <i>Organigrama</i>	104
Figura 31 <i>Punto de equilibrio</i>	145

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Lista de tablas

	Pág.
<i>Tabla 1 Población de Bucaramanga y área metropolitana, respecto a su estado civil y mayores de edad</i>	45
<i>Tabla 2 Género de la muestra</i>	49
<i>Tabla 3 Rango de edad de la muestra</i>	50
<i>Tabla 4 Preferencia de celebraciones</i>	51
<i>Tabla 5 Frecuencia de celebraciones</i>	52
<i>Tabla 6 Presupuesto para sorprender</i>	53
<i>Tabla 7 Dificultad de expresar sentimientos</i>	55
<i>Tabla 8 Alternativas de inspiración para sorprender</i>	56
<i>Tabla 9 ¿Ha invitado para sorprender?</i>	58
<i>Tabla 10 Uso de empresas especializadas</i>	59
<i>Tabla 11 Preferencias en un servicio sorpresa</i>	60
<i>Tabla 12 Preferencia en opciones de servicio</i>	62
<i>Tabla 13 Aceptación del proyecto</i>	63
<i>Tabla 14 Proyección de la demanda</i>	66
<i>Tabla 15 Aliados estratégicos</i>	69
<i>Tabla 16 Presupuesto de lanzamiento</i>	76
<i>Tabla 17 Presupuesto de operación</i>	77
<i>Tabla 18 Ficha técnica del servicio diamante rojo</i>	78
<i>Tabla 19 Talento humano inicial</i>	84
<i>Tabla 20 Talento humano tercerizado anual</i>	85

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Tabla 21 Equipo de oficina	85
Tabla 22 Equipo de computación y comunicación	88
Tabla 23 Maquinaria y equipo	89
Tabla 24 <i>Muebles y enseres operativos o de producción</i>	90
Tabla 25 <i>Materiales directos, insumos o mercancía para la venta</i>	91
Tabla 26 <i>Materiales indirectos</i>	91
Tabla 27 <i>Distribución de planta</i>	94
Tabla 28 <i>Micro localización</i>	96
Tabla 29 <i>Capacidad diseñada</i>	98
Tabla 30 <i>Capacidad instalada</i>	98
Tabla 31 <i>Capacidad utilizada</i>	99
Tabla 32 <i>Capacidad proyectada</i>	99
Tabla 33 <i>Asignación salarial</i>	105
Tabla 34 <i>Bases para liquidación</i>	105
Tabla 35 <i>Equipo de oficina</i>	107
Tabla 36 <i>Equipo de computación y comunicación</i>	108
Tabla 37 <i>Maquinaria y equipo</i>	109
Tabla 38 <i>Muebles y enseres operativos o de producción</i>	110
Tabla 39 <i>Inversión fija</i>	110
Tabla 40 <i>Inversión diferida</i>	111
Tabla 41 <i>Prorratio entre costos y gastos</i>	112
Tabla 42 <i>Costos fijos</i>	113
Tabla 43 <i>Nomina operativa – MOD</i>	113

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Tabla 44 <i>Insumos y / o materias primas</i>	114
Tabla 45 <i>Materiales indirectos</i>	115
Tabla 46 <i>Costos variables</i>	115
Tabla 47 <i>Costos totales</i>	116
Tabla 48 <i>Nomina administrativa</i>	116
Tabla 49 <i>Gastos fijos de administración y ventas</i>	117
Tabla 50 <i>Nómina de ventas</i>	119
Tabla 51 <i>Gastos variables de administración y ventas</i>	120
Tabla 52 <i>Total gastos de administración y ventas</i>	120
Tabla 53 <i>Capital de trabajo</i>	121
Tabla 54 <i>Estructura del crédito</i>	121
Tabla 55 <i>Amortización del crédito</i>	122
Tabla 56 <i>Gastos financieros</i>	125
Tabla 57 <i>Capital del trabajo</i>	125
Tabla 58 <i>Inversión total</i>	125
Tabla 59 <i>Estructura de capital</i>	126
Tabla 60 <i>Recursos de financiación</i>	127
Tabla 61 <i>Precio de venta</i>	127
Tabla 62 <i>Estados de resultados proyectado</i>	128
Tabla 63 <i>Flujo de fondos proyectado</i>	130
Tabla 64 <i>Estado de situación financiera inicial y proyectado</i>	134
Tabla 65 <i>Razones de liquidez</i>	137
Tabla 66 <i>Razones de operación</i>	138

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>Tabla 67 Razones de rentabilidad</i>	140
<i>Tabla 68 Razones de endeudamiento</i>	141
<i>Tabla 69 Indicadores de viabilidad</i>	142
<i>Tabla 70 Periodo de recuperación</i>	144
<i>Tabla 71 Punto de equilibrio</i>	145

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Lista de apéndices

	Pág.
Apéndice 1 Modelo CANVAS emocional	152
Apéndice 2 Encuesta aplicada.....	153
Apéndice 3 Entrega de mensaje o detalle.....	159
Apéndice 4 Cotización SG-SST.....	160
Apéndice 5 Cotización análisis ambiental	163
Apéndice 6 Cotización impresora	166
Apéndice 7 Cotización computador portátil.....	167
Apéndice 8 Cotización celular	168
Apéndice 9 Cotización teléfono alámbrico	169
Apéndice 10 Cotización aire acondicionado.....	170
Apéndice 11 Cotización minicomponente	171
Apéndice 12 Cotización micrófono alámbrico.....	172
Apéndice 13 Cotización micrófono inalámbrico	173
Apéndice 14 Cotización televisor	174
Apéndice 15 Cotización sofá.....	175
Apéndice 16 Cotización silla ergonómica.....	176
Apéndice 17 Cotización escritorio	177
Apéndice 18 Cotización archivadora	178
Apéndice 19 Cotización kit estudio	179
Apéndice 20 Cotización set x sillas.....	180
Apéndice 21 Cotización caneca	181

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 22 Cotización dispensadora de agua	182
Apéndice 23 Cotización botiquín.....	183
Apéndice 24 Cotización extintora	184
Apéndice 25 Cotización caneca 6.6 lts.....	185

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Resumen

Título: Factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios de eventos memorables en Bucaramanga y su área metropolitana¹

Autor: Shirley Gil²

Palabras claves: Eventos personalizados, mensajes sorpresa, eventos temáticos.

Contenido

El principal objetivo de este proyecto es evaluar la viabilidad de establecer una empresa dedicada a brindar servicios de eventos memorables en Bucaramanga y su área metropolitana. Esta empresa se encargaría de transmitir mensajes o detalles personalizados a seres queridos en momentos especiales, convirtiéndose en el cómplice ideal para entregar sorpresas emocionales y fortalecer las relaciones interpersonales, incluso fuera de fechas señaladas.

Para lograr este propósito, se llevó a cabo un exhaustivo estudio de mercado que reveló un alto nivel de aceptación del 89% hacia esta nueva empresa. Asimismo, se realizó un análisis técnico que demostró la conveniencia de ubicarla estratégicamente en Asturias - Floridablanca, debido a su fácil acceso, entorno residencial y comercial, así como costos de vida moderados al ser un área de estrato 3. En cuanto al aspecto administrativo, se identificaron los perfiles necesarios para garantizar el funcionamiento eficiente y sostenible de la empresa a lo largo del tiempo. Finalmente, el estudio financiero reveló una Tasa Interna de Retorno (TIR) favorable del 29.83% y un Valor Presente Neto (VPN) de \$31,683,867 pesos colombianos.

A medida que se avanzaba en cada etapa del proyecto, se confirmaba su viabilidad para ser implementado en Bucaramanga y su área metropolitana, además de vislumbrar su potencial de expansión hacia otras ciudades. Este proyecto representa una innovadora manera de entregar mensajes personalizados, creando momentos especiales e inolvidables para quienes los reciben.

Palabras clave: gestión empresarial, estudio de factibilidad, eventos memorables, servicios personalizados y análisis de mercado.

¹ Trabajo de Grado

² Gestión Empresarial. Instituto de proyección regional y educación a distancia - IPRED. Director: Marcela Patricia Arenas Cristancho, especialista en ingeniería de operaciones en manufactura y servicios.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

SUMMARY

Title: Feasibility for the establishment of a company providing memorable events services in Bucaramanga and its metropolitan area³

Author: Shirley Gil⁴

Keywords: Personalized events, surprise messages, themed events.

Content:

The main objective of this project is to evaluate the feasibility of establishing a company dedicated to providing memorable events services in Bucaramanga and its metropolitan area. This company would be responsible for delivering personalized messages or details to loved ones on special occasions, becoming the ideal accomplice for delivering emotional surprises and strengthening interpersonal relationships, even outside of designated dates.

To achieve this purpose, an exhaustive market study was conducted, revealing a high level of acceptance of 89% towards this new company. Likewise, a technical analysis was carried out demonstrating the convenience of strategically locating it in Asturias - Floridablanca, due to its easy access, residential and commercial environment, as well as moderate living costs as it is a stratum 3 area. Regarding the administrative aspect, the necessary profiles were identified to ensure the efficient and sustainable operation of the company over time. Finally, the financial study revealed a favorable Internal Rate of Return (IRR) of 29.83% and a Net Present Value (NPV) of \$31,683,867 Colombian pesos.

As each stage of the project progressed, its viability for implementation in Bucaramanga and its metropolitan area was confirmed, as well as glimpsing its potential for expansion to other cities. This project represents an innovative way to deliver personalized messages, creating special and unforgettable moments for those who receive them.

Keywords: Business Management, Feasibility Study, Memorable Events, Personalized Services and Market Analysis.

³ Thesis

⁴ Business Management. Regional Projection Institute and Distance Education - IPRED. Director: Marcela Patricia Arenas Cristancho, specialist in manufacturing and service operations engineering.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Introducción

Por naturaleza humana, se tiene el instinto del cortejo o de agradar a un ser querido por quien se tienen sentimientos. Cada vez se busca una manera diferente y divertida para la entrega de un “mensaje” o transmitir un “sentimiento” a ese ser especial en nuestra vida. Lo que no se tiene hoy en día es la habilidad, la creatividad de preparar una sorpresa, aunque se tenga un conocimiento previo de los gustos del ser querido, no se genera una experiencia que marque la diferencia al recibir un mensaje o detalle.

Para algunas personas es un tema sin importancia, pero los estudios revelan lo contrario, según el Psicólogo Abraham Maslow con su pirámide de necesidades básicas (Wikipedia, 2024), permite ubicar el proyecto MAGIA en el tercer eslabón en la categoría Afiliación (amistad, afecto, intimidad sexual).

MAGIA, le apuesta a rescatar esa comunicación asertiva en relaciones interpersonales, realizando entregas totalmente personalizadas y basadas en un conocimiento previo del cliente final; con la información suministrada por el cliente inicial (registrada en un canvas emocional), lo que permite como empresa renovar constantemente las opciones de entrega, para que así sean innovadoras y permanentes en el tiempo, con clientes satisfechos y fieles por encontrar en MAGIA la empresa “cómplice” que brinda servicios para entrega de mensajes o detalles, a través de un facilitador, logrando que la entrega no sea fría y poco amena, sino una experiencia emocional al recibirla.

Sin dejar a un lado esas limitaciones que puede tener una persona tanto al inspirarse a expresar sus sentimientos en relaciones familiares, en fechas o momentos fuera de lo común, para romper esas barreras se deberá contar con una metodología, que esté enfocado en vivir una experiencia a través de la entrega de ese mensaje o detalle, de manera personalizada.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Gracias al desarrollo de cada capítulo, partiendo del análisis, evolución y tendencias del sector, las oportunidades y amenazas a las que se puede enfrentar MAGIA, así como las leyes y resoluciones que la rigen.

Continuando con el estudio de mercados, donde se da un análisis al producto y / o servicio que se incorpora al mercado de Bucaramanga y su área metropolitana, los atributos diferenciadores que marcan la pauta en el posicionamiento de la marca, estudio detallado de la demanda, análisis de la oferta, comercialización, precios y un preciso relacionamiento con los clientes.

Para así pasar al estudio técnico, el que permite ser preciso en el tipo de proyecto, el desarrollo operativo del proyecto por la línea de producto o servicio, analizar los recursos con los que MAGIA deberá contar, tales como talento humano e infraestructura, así como la localización y sin ser menos importante la capacidad del proyecto.

Dándole paso al estudio administrativo, para tener claridad del tipo de sociedad a conformar según el código de comercio, la estructura organizacional con la que MAGA deberá contar, para estar en funcionamiento de manera legal.

Finalizando con el estudio financiero, sin ser más o menos importante que los anteriores, le da un giro más aterrizado a MAGIA, transformando los contextos anteriores en cifras, tales como inversiones fijas y diferidas, costos y gastos, capital de trabajo, inversión total, estructura de capital, precio de venta, evaluación financiera y tamaño de proyecto.

Todo para incursionar como pioneros en el área metropolitana de la capital Santandereana, Bucaramanga, conocida como la Ciudad Bonita, logrando personas más satisfechas emocionalmente, lo cual ayudará a relaciones interpersonales de calidad, disminuir problemas psicológicos por depresión, maltrato intrafamiliar y en el peor de los casos suicidios por “vacíos emocionales”.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

1. Análisis general del sector

1.1. Descripción del sector

Al ser MAGIA, una empresa prestadora de servicios de eventos memorables en el área metropolitana de Bucaramanga, según la división económica de nuestro país está ubicada en el sector terciario y según el sector económico es ubicada en el sector de servicios. En Colombia y a nivel mundial se tiene el gusto por complacer a un ser querido en celebraciones cotidianas y tradicionales, para celebrar alguna fecha especial como cumpleaños, día de la mujer/hombre, día de la madre/padre, aniversarios, entre otros. Pero esa expresión queda ahí con el detalle entregado de manera personal o en algunos casos es enviado y entregado por un mensajero, por lo que se rompe el hilo conductor de las relaciones personales, basados en la comunicación asertiva, confianza, gustos, tiempo de calidad, entre otras. Por lo que no se suele entregar en fechas no especiales, es decir un día cualquiera transformándolo en un día especial, expresando sentimientos tales como orgullo de un comportamiento del hijo o hija, agradecimientos a los padres por su dedicación, esfuerzo o tal vez pagar sus estudios, es decir el agradecer no es común para expresar, el resaltar algo bueno en otras personas se ha vuelto incómodo, el ritmo de vida envuelve tanto que se pierde el detalle de personalizar una entrega, dejando que un detalle tan esencial se convierta en una entrega igual para todas las personas.

Inclusive así como lo propuso el Psicólogo Abraham Maslow en su pirámide de Maslow, el área emocional tiene gran importancia en el desarrollo de un ser humano sano, desafortunadamente se ha permitido que el día a día envuelva la vida, bloqueando momentos de calidad con su entorno, sumado a ello los niños están creciendo con sentimientos de rechazo, llevándolos a bajar sus rendimientos con los compromisos educativos o deportivos, cambios en su comportamiento, así como de cohibirse al expresarse frente a otros con total naturalidad; para

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

cuando se llega a la edad adulta debe resolver el crecer con vacíos emocionales que no fueron resueltos, desencadenando para algunas personas depresiones, enfermedades o en el peor de los casos suicidios (Wikipedia, 2024).

No sólo es la entrega de un mensaje o detalle, es como se puede empezar a fortalecer las relaciones interpersonales con un ambiente sano, sincero y de calidad sin temor alguno de expresar los altibajos que como ser humano se puede tener y en los que se necesita a un ser cercano como apoyo o ayuda; pero al tener esta ausencia, se pueden tomar decisiones equivocadas.

Por lo que debe partir que, desde los inicios de la vida humana, se ha tenido por naturaleza e instinto del cortejo o agrandar de alguna manera a la persona por quien tiene sentimientos agradables o amor en la mayoría de los casos. Ese tipo de detalles se han venido modernizando a través del tiempo y cada vez se está a la búsqueda de detalles, sorpresas o algún tipo de regalo que esté a la vanguardia para dar a ese ser amado, cumpliendo el objetivo inicial.

En un mundo con vida tan cambiante, toda empresa o proyecto está siempre en la búsqueda de desarrollo o implementación de nuevas tendencias para así lograr un posicionamiento de marca y permanecer a través del tiempo.

Para ello se realizan cada vez celebraciones más de vanguardia, incluso se han ido adaptando a la cultura colombiana otro tipo de detalles de países como Australia, expertos y pioneros en fresas con chocolates y en la actualidad, varias empresas formales e informales en Colombia realizan estos detalles de manera más profesional y asertiva. En Estados Unidos los detalles personalizados son algo fuera de lo común, de este país se desprenden los regalos sorpresa, y de allí se han venido incorporando a Colombia y a su vez vienen perfeccionándose de una manera personalizada, para así ofrecer productos más innovadores y apostando a nuevas tendencias ambientales, saludables y de cuidado del ser humano.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Bucaramanga junto con su área metropolitana, son ciudades comerciales, pero el año 2020, se comportó de manera atípica, debido a los cambios tan drásticos que llegó a la economía a nivel mundial, por la pandemia del COVID – 19, sin dejar de afectar el comercio en el área ya descrita a todas las tendencias positivas con las que venían los sectores económicos, por lo que presentaron cambios fuertes, como cierres temporales, trabajo desde casa o inclusive cierres totales; el sector económico debió realizar ajustes a sus sistemas de comercialización, de producción, de colocación, de captación, para poder mantenerse en el mercado .

“El Top 10 de las categorías de mayor dinamismo en el presente año (2022) en cuanto a compras con medios de pago electrónicos en las plataformas Credibanco está encabezada por “aplicaciones”, con un crecimiento de tres dígitos, seguida por “suscripción y venta de periódicos y revistas”. La lectura de medios impresos sigue siendo de la entraña de una franja muy importante de la población. En la tercera y cuarta posición se encuentra las categorías de “supermercados” y “salsamentarías y venta de carnes” cuyo crecimiento está explicado principalmente por el auge de la preparación de comidas en casa ante la imposibilidad de acudir a restaurantes. En el quinto puesto encontramos la categoría “electro” la cual estuvo impulsada por el día sin IVA del 19 de junio y por la necesidad de los hogares de aprovisionarse de ayudas electrónicas para poder adelantar sus actividades educativas y laborales. Un dato importante acerca de las categorías que han tenido variaciones positivas en lo corrido del año, es que, de más de 100 renglones analizados, tan solo 19 muestran crecimiento” (Fenalco, 2021).

Figura 1

Categorías con mayor crecimiento

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

TOP 10 CATEGORÍAS CON MAYOR CRECIMIENTO AÑO CORRIDO A JUNIO 2020	
CATEGORÍA	% (VARIACIÓN EN LA FACTURACIÓN)
Aplicaciones (excluye los juegos)	115,8%
Suscripción y venta de periódicos y revistas	69,5%
Supermercados	57,9%
Salsamentarias y ventas de carnes	44,5%
Electro	40,9%
Almacenes de reparación de artículos eléctricos	40,2%
Servicios de mensajería, correo y encomiendas	29,5%
Mercadeo directo	26,8%
Almacenes agropecuarios	21,5%
Compraventas	18,9%

Nota. Tomado de Fenalco (2021).

Es satisfactorio con la información de la figura 1. Por Fenalco Santander, ver al sector de mensajería, correo y encomiendas en crecimiento del 29.5% en época de crisis, gracias a que es el sector que más se relaciona con MAGIA. El tema de pandemia, para varios hogares trajo consigo algo positivo, es el compartir y disfrutar más tiempo en familia, el tiempo que antes se gastaba en transporte, almuerzo con otras personas, el descanso fuera de casa; ahora todo ese tiempo se disfruta en los hogares, por lo que ha llevado al ser humano a reinventarse, aprender y sumergirse en el mundo de la tecnología sin siquiera pensarlo o dejarlo de hacer por medio, por lo que sorprender a un ser querido antes de la pandemia era algo complejo por tiempos disponibles, ahora se le suma a ello, el hecho que no todo el sector comercial se encuentra reactivado; es allí donde aparece MAGIA, quien hace el trabajo que no puedes hacer, permitiéndole a la comunidad vivir y gastar el tiempo en temas de importancia y relevancia.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

1.2. Evolución del sector

Sumergiéndose en el campo de la entrega de un detalle o mensaje a un ser querido y de manera personalizada, se logra denotar que es un área de la economía que no cuenta con cifras que hablen de su crecimiento, un ente regulador, cuanto aporta al PIB y a la economía en general. Por lo que no hay empresas que se encarguen de este servicio, recolectar información es complejo, sin embargo, incursionar con MAGIA, se convierte tanto en un desafío a la economía como fuente de inspiración para otros emprendimientos que quieran asumir a entregar detalles a la vanguardia, saliéndose de un protocolo rutinario y apostándole a relaciones interpersonales de calidad.

Para las celebraciones de fechas especiales, la persona o familiar que organizaba realizaba las compras de lo que necesitaban en decoración, para colocarlo en casa por lo regular, para cuando llegara la persona festejada, encontrara la sorpresa, sorpresa que venía acompañada de obsequios físicos por parte de los invitados o acompañantes de la celebración. Este mismo proceso se desarrollaba en lugares de trabajo / oficinas.

El adoptar como realizan sorpresas o celebraciones a un ser querido en otros lugares del mundo como referencia, lo hacen de una manera informal, temático, no tan personal sino más bien una “fiesta en grande”; por estas celebraciones empezaron a dar un giro positivo, traduciéndolo a contribuir de manera positiva al fortalecimiento en las relaciones interpersonales sin siquiera esperarlo.

Sin tener fecha exacta, las celebraciones anteriormente eran de una manera “general” es decir; realizadas con determinada decoración, alquilar un lugar adecuado, compra de pasabocas, sin faltar el licor o bebidas, asistir con determinado protocolo según la temática y sin ser más o menos importante, llevar un regalo físico. Al empezar a cambiar la manera de celebrar, todos estos requisitos también; inclusive tanto así, que siempre se ha dejado a un lado las celebraciones sin

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

“motivo” para con nuestros padres, hijos; es algo que no se hizo y no se acostumbra a hacer, tanto así, que no existen tarjetas en internet o pre impresas con expresiones ejemplo como: “¡Gracias mamá por tu esfuerzo”, “¡Hijo, hiciste un buen trabajo, felicitaciones!”, “Papá, gracias a tus esfuerzos, pude asistir a la Universidad”, entre otras.

Actualmente existe una gran variedad de detalles para celebrar cumpleaños, aniversario, boda; de manera que ya no solo se lleva un regalo físico a la celebración en casa, ahora se puede encontrar en el mercado regalos no solamente físicos, adquirir obsequios más enfocados en gustos de las persona, como bonos de un almacén o centro comercial, bono para un spa, paquete completo para viajar en un tour, paquetes individuales o pareja, postres, pastelería con el nombre de quien recibe e incluso con el motivo de celebración, se empezó a “jugar” con la comida; ejemplo de ellos son los desayunos sorpresa, comida personalizada, animales o figuras en fruta, frutas cubiertas de chocolate, chocolate en forma de figuras, entregados de manera individual o sobre alguna fruta, flores con fresas cubiertas de chocolate, flores más exóticas; es decir el mercado abrió puertas a la innovación, permitiendo así que la creatividad del ser humano se sumerja en él.

Aunque exista gran variedad para dar un detalle, entre los que se puede encontrar comida, ropa, accesorios, entre otros, lo que no se ha cambiado, mejorado de perspectiva, es la forma de entrega, debido a que todos los obsequios son entregados por quien lo compra o en el mejor de los casos por una empresa de mensajería, persona que entrega lo encomendado y constatado por medio de una firma de recibido. Esta entrega puede ser fría y algo impersonal, al no transmitir ningún sentimiento, ni busca un beneficio para las relaciones.

Este tipo de entregas tanto en Colombia como fuera de ella, es lo más cercano al proyecto MAGIA, que se registra a la fecha. El servicio que se trata de acercar un poco al proyecto en estudio son las reservas en restaurantes pequeños u hotel, donde la administración se encarga de

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

realizar una decoración común y corriente, igual para todas las personas que reserven bajo el mismo motivo, donde se carece de personalización y gusto por el cuidado de cada detalle para quien recibe la sorpresa, además no apunta al fortalecimiento de las relaciones interpersonales.

1.3. Tendencias del sector

El mundo ha presentado cambios drásticos, debido a fenómenos de confinamiento por el COVID – 19, lo que llevo consigo al ser humano a cambios “inmediatos” del cómo realizar sus labores diarias, comunicarse, e inclusive los temas de aprendizaje sin tener que desplazarse al sitio inicial u original.

La tecnología ha tomado gran relevancia para el avance y desarrollo de la sociedad, sin que se reflejara algún cambio en los empleos, educación, desarrollo social y lo que involucra a MAGIA, el área de la comunicación. Por lo que aporta cambios favorables al proyecto, gracias a que la manera del cómo se buscaba transmitir un mensaje, se limitaba a realizarlo de manera presencial, por ende, las personas no contemplaban la opción de implementar en gran manera la tecnología en su día a día.

Lo que da un giro favorable a MAGIA, al poder presentarse como una opción de entrega de mensajes a un ser querido, sin ser necesario tener presente a emisor y receptor del mismo, gracias a que el desarrollo tecnológico y la implementación en la vida diaria, ya es un “estilo de vida” para el ser humano, lo que brinda ir un paso adelante a la creación de consciencia en el ser humano del uso de la tecnología.

Todas las mejoras que aporten enriquecimiento en el área emocional, afectiva, es muy bien recibido por el ser humano, ya que contribuye a una mejor calidad de vida y reducción de riesgos de enfermedades psicológicas, depresivas e inclusive disminución de suicidios por este aspecto emocional; gracias a que en la actualidad con un comportamiento mudable de la sociedad, donde

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

la juventud va tomando tanta relevancia de opinión y de una manera más versátil, es de suma importancia estar a la vanguardia y ser incluyentes con todas las edades, ya que el expresar sentimientos no solo se debe realizar alguna atención de expresión de sentimientos a la pareja sentimental, sino también al padre, madre, hijo (a), hermano (a), tío (a), sobrino (a), entre otros. Relaciones que se deterioran o cambian con el tiempo, por el “asumir” que se conoce los sentimientos hacia el otro y no se expresa realmente por cada uno ese sentir y recibir, e inclusive puede llegar a ser más importante la entrega del mensaje que de un detalle, todo según el “diagnóstico” por el canvas emocional, para poder determinar una entrega totalmente personalizada. Para apuntar así a conquistar un mercado que no se ha tocado con el servicio que ofrece MAGIA, ni en la zona descrita para inicio o fuera de ella, teniendo en cuenta que, aunque se entregan un sin número de detalles a nivel mundial diariamente, la búsqueda al mejoramiento de las relaciones interpersonales se inicia ahora con MAGIA en el mercado, para lograr ser los pioneros de estas entregas personalizadas e inspiración para otros emprendimientos.

1.4. Identificación de oportunidades y amenazas

Gracias a todos los cambios que se incluyeron en la vida diaria del ser humano, la manera del como transmitir un mensaje a un ser querido, la implementación de la tecnología en el nuevo estilo de vida arroja las siguientes amenazas y oportunidades para el desarrollo del proyecto MAGIA:

Oportunidades

- No existen empresas en la actualidad que realicen entrega de detalles o mensajes de una manera personalizada.
- Creación de alianzas estratégicas con empresas reconocidas por sus productos como floristerías, chocolaterías, pastelerías, expresión social, entre otras.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

- Implementación de la tecnología en la vida diaria, acortando distancias, brindando así acercamiento en las relaciones interpersonales.
- En la actualidad, las personas se proyectan a tener relaciones de calidad.
- Asesoría y ayuda a las personas en la expresión de sus sentimientos.
- Incremento en la apertura de pequeños comerciantes, con negocios de expresión social y sin mejora en la forma de entrega.
- Con relaciones interpersonales de calidad, sanas y confiables. Disminuye el riesgo de personas cargadas de manera negativa emocionalmente, o en el peor de los casos inconvenientes depresivos que puedan llevar al suicidio.
- Reconocimiento y fortalecimiento en formas de comunicación de las personas.
- Estrategias para el fortalecimiento de relaciones más íntimas como la familia.
- Hogares y Familias donde existe un ambiente sano sin violencia intrafamiliar, con una sana expresión de sentimientos, da la oportunidad a niños de crecer con libertad y sanos emocionalmente, desarrollando así adultos de confianza con una forma de comunicar y relacionarse sin sentimientos o expresiones de miedo o agresión.
- Resaltar por medio de alguna campaña o estrategias la importancia y equilibrio que existe entre una mejor comunicación da frutos a una mejor relación.
- Fortalecer habilidades de comunicación, con alguna estrategia.

Amenazas

- Que las empresas que entregan sus pedidos a domicilio incorporen este tipo de servicios de manera piloto.
- Exposición de datos o información sensible.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

- Problemas financieros que no permitan la compra y entrega de detalles a nuestro ser querido de manera creativa.
- Temas de inseguridad local y nacional.
- Adicción al celular, lo que está relacionado con una falta de dominio propio y se prefiera expresar todo por un texto o un mensaje de cadena.
- Comunicación asertiva de manera errada.
- Reprimir emociones negativas como la ira o el rencor, que no permitan el acercamiento con un ser querido e inclusive solucionar problemas del pasado.
- Pérdida de la confianza, a raíz de inconvenientes del pasado que no se han logrado sanar.
- Falta de compromiso de las dos partes, para sanar heridas o fortalecer la relación.

1.5. Marco legal

Cuando se piensa en la formalidad de una empresa, se deben acatar ciertas leyes o reglamentos según nuestro país, para así no tener inconvenientes legales que perjudique el patrimonio.

- Ley 29 de 1990: Por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias (Congreso de la República de Colombia, 1990).
- Decreto 585 de 1991: Por el cual se crea el Consejo Nacional de Ciencia y tecnología, se reorganiza el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (Colciencias) y se dictan otras disposiciones (Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, 1991).

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

- Ley 550 de 1999: Por la cual se establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial y la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas y lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley (Congreso de la República de Colombia, 1999).
- Ley 789 de 2002: Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del código sustantivo de trabajo (Congreso de la República de Colombia, 2002).
- Decreto 934 de 2003: Por el cual se reglamenta el funcionamiento del FONDO EMPRENDER (FE). El artículo 40 de la Ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos (Congreso de la República de Colombia, 2003).
- Ley 905 de 2004: Promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones (Congreso de la República de Colombia, 2004).
- Decreto 4463 de 2006: Por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas (Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, 2006a).
- Ley 1014 de 2006: La Ley del Emprendimiento se rige por varios principios de formación integral del ser humano: fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo, reconocimiento de responsabilidades y apoyo a procesos de emprendimiento

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

- sostenibles desde lo social, cultural, ambiental y regional (Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, 2006b).
- Decreto 2175 de 2007: Sobre la administración y gestión de carteras colectivas, en el cual se precisaron algunos aspectos relativos a los Fondos de Capital Privado (FCP) (Congreso de la República de Colombia, 2007).
 - Ley 1231 de 2008: (julio 17) Por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones (Congreso de la República de Colombia, 2008b).
 - Decreto 3820 de 2008: Por el cual se reglamenta el artículo 23 de la Ley 905 del 2 de agosto de 2004, sobre la participación de las Cámaras de Comercio en los programas de desarrollo empresarial y se dictan otras disposiciones (Congreso de la República de Colombia, 2008a).
 - Resolución 0001 del 14 de febrero de 2015: Por el cual se adoptan los Estatutos Internos del Consejo Superior de Microempresa (Ministerio de Justicia, 2015).
 - Ley 1286 de 2009: Por la cual se modifica la LEY 29 DE 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones (Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, 2009).
 - Decreto 525 de 2009: Por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000, sobre la gradualidad del pago de parafiscales.
 - Decreto 1192 de 2009: Por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones (Congreso de la República de Colombia, 2009).

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

- Resolución 2674 del 22 de julio de 2013: Tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y lo jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas (Congreso de la República de Colombia, 2013).
- Resolución 0002 del 03 de enero de 2019: Por la cual se selecciona un grupo de sujetos obligados a facturar electrónicamente y se establecen los requisitos que aplican en caso de impedimento, inconvenientes tecnológicos y/o de tipo comercial.

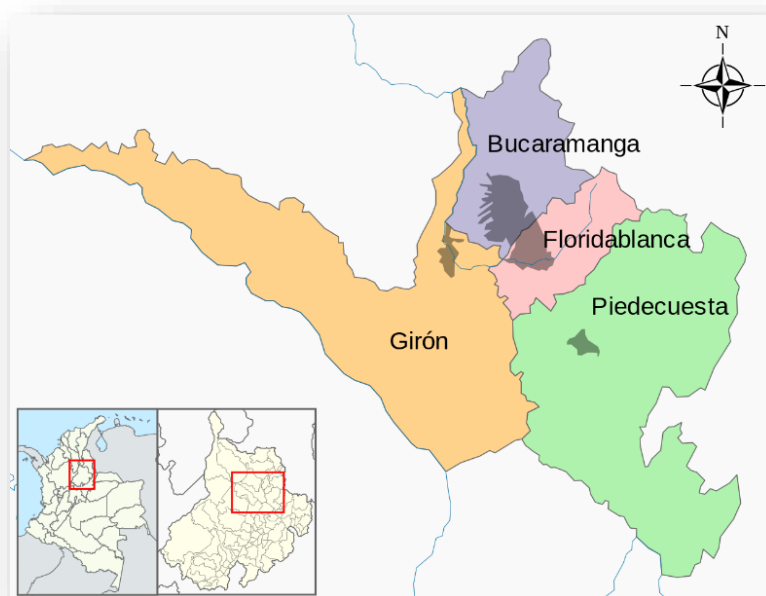
1.6. Contexto geográfico

El proyecto de factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios de eventos memorables se desarrolla en Bucaramanga y su Área Metropolitana.

Figura 2

Mapa de Bucaramanga y su Área Metropolitana

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES



Nota. Tomado de Alcaldía de Bucaramanga (2021)

“Bucaramanga, capital del departamento de Santander limita por el Norte con el municipio de Río Negro; por el Oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Floridablanca y; por el Occidente con el municipio de Girón. Su altura es de 960 (msnm); su temperatura es de 25 grados centígrados; la economía se basa en industria, comercio, agricultura; se llega por vía aérea o terrestre; distancias y tiempos a Bogotá, vía terrestre: 373 km / Aéreo: 55 minutos.

Hoy en día, Bucaramanga es una de las ciudades más importantes de Colombia. Es uno de los centros universitarios más representativos del país, con más de 10 universidades. Cuenta con un aeropuerto internacional, ubicado a las afueras de la ciudad, una significativa infraestructura hotelera acompañada por un sinnúmero de atractivos turísticos; todo ello, recreado a partir de la conocida hospitalidad de su gente, que le ha otorgado fama internacional como "La Ciudad Bonita".

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Los principales medios de comunicación masiva son el periódico Vanguardia Liberal y la cadena televisión TRO (Televisión Regional del Oriente). Cuenta con un muy buen sistema de servicios públicos y se proyecta hacia el siglo XXI como un gran centro industrial, tecnológico, económico y cultural. Bucaramanga es una ciudad netamente comercial; aunque existen otros renglones representativos tales como la industria del calzado, la confección, la prestación de servicios de salud, finanzas y educación.

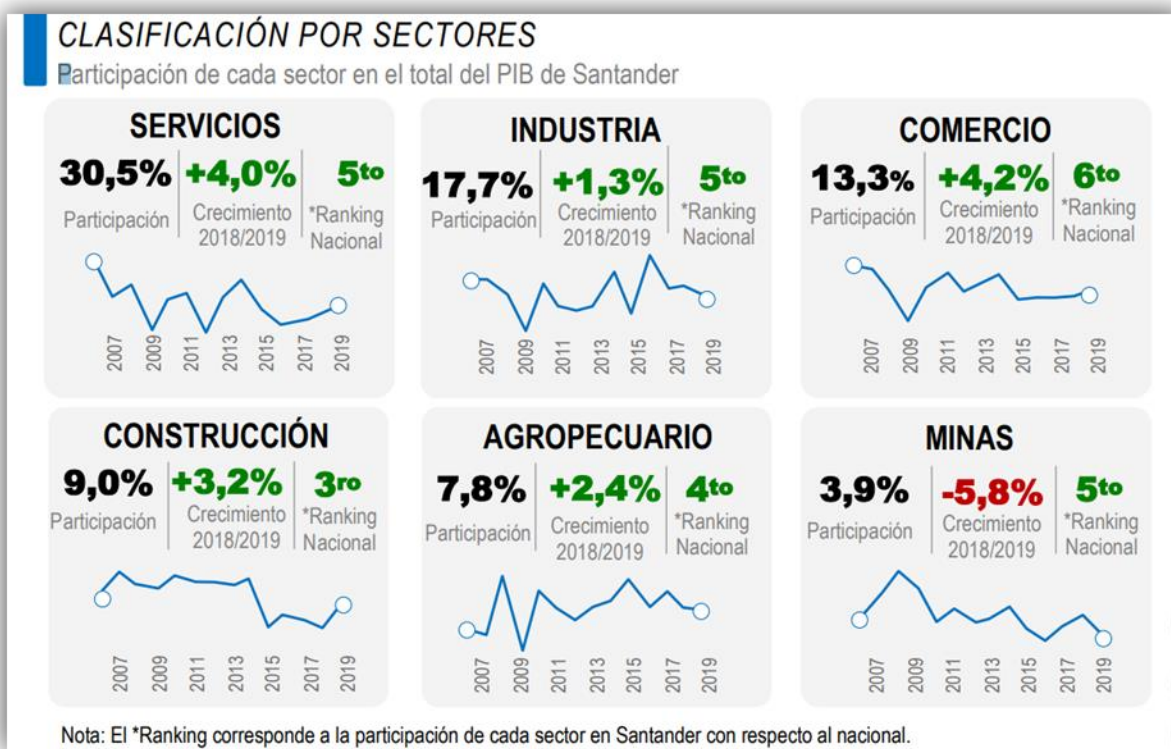
Cabe decir que la ciudad se perfila para el siglo XXI como la Tecnópolis de Los Andes; prueba de ello es el creciente número de centros de investigación tecnológica en diversos tópicos, como la energía, el gas, el petróleo, la corrosión, los asfaltos, el cuero y las herramientas de desarrollo agroindustrial, entre otros.

Un sector significativo de la economía bumanguesa es el agropecuario, cuyas principales actividades son la agricultura, la ganadería y la avicultura, que se llevan a cabo en zonas aledañas de los departamentos de Santander y Cesar, pero su administración y comercialización se desarrollan aquí en la ciudad”(Colombiamania.com, s. f.)

Figura 3

Clasificación por sectores

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES



Nota. Tomado de Cámara de Comercio de Bucaramanga (s. f.)

1.6.1. Floridablanca

“Con más de 316.200 habitantes Floridablanca es uno de los tres municipios más importantes del Departamento de Santander, noreste de Colombia. Tiene una extensión aproximada de 97 km², se encuentra en conurbación con la ciudad de Bucaramanga y pertenece a su área metropolitana. Floridablanca, ‘Ciudad dulce’, es reconocida por sus obleas, turismo, parques, centros comerciales, zonas francas de salud y clínicas, su educación de calidad y ha sido polo del progreso de la región durante los últimos años (Gobierno de Floridablanca, s. f.-b). Gracias a su dinámica comercial y empresarial Floridablanca ha contribuido al desarrollo de la región. Su crecimiento urbanístico va acorde con las necesidades del área metropolitana de Bucaramanga.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

De acuerdo con los datos oficiales del DANE, Floridablanca tiene 316,200 habitantes (censo 2018) que la consolidan como la segunda ciudad por habitantes en Santander. El 47.43% (124,780) son hombres y el 52.57% (138,315) son mujeres. El 95.6% de la población de 5 años y más sabe leer y escribir, es decir, la tasa de analfabetismo es del 4.4% (Gobierno de Floridablanca, s. f.-b). La población calculada según base del DANE para el año 2005 es de 258.509 habitantes, aunque en la realidad esta cifra está superada y hoy el cálculo es superior a 300.000 habitantes ubicados (residenciados), en más de 51.000 predios urbanos y rurales (Gobierno de Floridablanca, s. f.-b).

Tomando como base las cifras del DANE se tiene que el 92% (237.828) de la población pertenece a los estratos 1, 2 y 3, el 7,6% (20 681) pertenece a los estratos 4, 5 y 6. Existe una gran multiplicidad de actividades económicas en el municipio. Para el año de 1998 se observó que cinco actividades contribuían con el 66% del recaudo municipal por concepto del IVA, siendo en su orden: comercio minorista no vehicular, con un 26%; comercio mayorista no vehicular con, el 13%; otras actividades empresariales con el 11%; la actividad industrial de vestidos, con un 9,6%; y la de alimentos y bebidas, con un 7% (Gobierno de Floridablanca, s. f.-b).

El sector más importante de la economía del municipio de Floridablanca es el sector terciario, especialmente la actividad comercial. En el sector industrial el 50% de las empresas se dedica a la producción de alimentos, el 14,3% a la fabricación de prendas de vestir y el mismo guarismo a la fabricación de minerales no metálicos, lo que significa que estos tres rubros agrupan cerca del 80% del total de establecimientos industriales localizados en el municipio”. – Gobierno de Floridablanca (Gobierno de Floridablanca, s. f.-b).

Figura 4

Mapa de Floridablanca

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES



Nota. Tomado Gobierno de Floridablanca (s. f.-a)

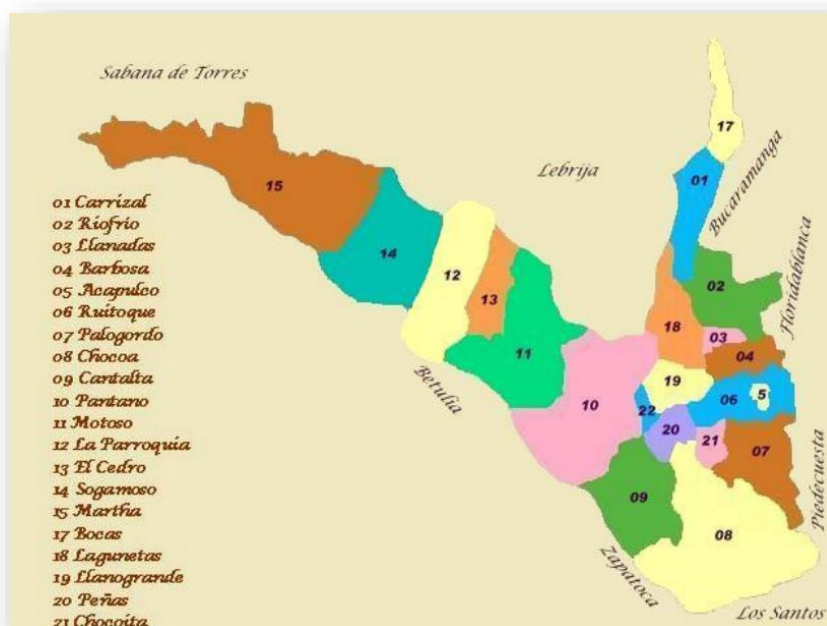
1.6.2. *Girón*

“San Juan Girón «monumento nacional» de Colombia está ubicado en el departamento de Santander a 7 kilómetros de su capital Bucaramanga y hace parte del área metropolitana junto con los municipios de Floridablanca y Piedecuesta. Pertenece a la provincia de soto. Tiene una temperatura promedio de 24° c, una altitud de 777 metros sobre el nivel del mar y una población aproximada de 102.000 habitantes. Se encuentra a una distancia de 373 kms de Bogotá, a 532 kms de Santa Marta, a 575 kms de Barranquilla, a 692 kms de Cartagena y a 195 kms de Cúcuta. Su cabecera está localizada a los 07° 04' 15" de latitud norte y 73° 10' 23" de longitud oeste. Limita por el oriente con Floridablanca, Piedecuesta y Bucaramanga; por el occidente con Betulia; por el Norte con Sabana de Torres y Lebrija; por el Sur con Los Santos y Zapatoca. Tiene una extensión total: 475.14 km², una altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 777; temperatura media: 28° c; distancia de referencia: 9 km de la ciudad de Bucaramanga”. – Área Metropolitana de Bucaramanga (AMB, amb.gov.co/giron/, 2020).

Figura 5

Mapa de Girón

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES



Nota. Tomado de Alcaldía de Girón (s. f.)

1.6.3. Piedecuesta

Piedecuesta es un municipio del departamento de Santander, Colombia. Se encuentra a 17 km de Bucaramanga, formando parte de su área metropolitana. Su extensión territorial es de 344 kilómetros cuadrados; observamos una alterada geografía que nos ofrece un sinnúmero de valles, mesetas, montañas y colinas, accidentes territoriales que nos presentan una variada climatología, pasando del radiante sol de pescadero a la neblina del páramo de Juan Rodríguez. El municipio limita por el norte con Tona y Floridablanca, Por el sur con Guaca, Cepitá, Aratocha y Los Santos. Por el oriente Santa Bárbara, por el occidente con Girón. Límites que a su vez demarcan las fragmentaciones del relieve municipal por la falla de Bucaramanga al oriente, el nudo sísmico y la falla de los Santos al sur, la falla del río Suárez al occidente y las fallas de Ruitoque y río de Oro por el norte.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Todo lo cual ha conllevado a que los habitantes se adapten a las condiciones socio ambientales de vida propiciadas por los pisos térmicos andinos y las dinámicas sísmicas de la región. Por su ubicación en la Cordillera Oriental, Piedecuesta es un municipio productor de agua. Aquí nacen 3 ríos: Oro, Hato y Manco y 12 quebradas. La ciudad de Piedecuesta se encuentra dividida en barrios, urbanizaciones, conjuntos residenciales e incluso condominios residenciales en las áreas rurales semiurbanas, que en total suman 192 divisiones territoriales.

La agricultura es el principal pilar de la economía piedecuestana. Debido a la variedad del relieve y por consiguiente a los pisos térmicos, existe diversidad de productos. Su situación topográfica cuenta con partes altas, en donde se cultiva el maíz, la arveja, el trigo, la cebolla, las hortalizas, la arracacha, distintos pastos, verduras y algunos frutales. La parte baja rica en caña de azúcar, maíz, tabaco y plátano. En la parte templada se cultiva yuca, tomate, caña y tabaco. Los productos básicos de la economía piedecuestana son la caña de azúcar y el tabaco.

Caña de Azúcar: La mayor parte de los cultivos de caña de azúcar se encuentran en los suelos de aluvión, ligeramente arcillosos. El sistema de siembra consiste en preparar el terreno, puede ser con arado o tractor y a los pocos días se siembra el cogollo de caña, un poco inclinado, cuyo tamaño es de 25 centímetros de largo. A los cuatro o cinco meses de sembrada se echa abono químico; el agua no debe faltarle, al igual que los deshierbes. A los quince meses la caña está lista para moler. Una hectárea de tierra abonada produce de 120 a 160 cargas de panela.

Tabaco: El cultivo está ubicado en las vegas del valle del Río de Oro. El clima y el terreno son apropiados para este cultivo. También requiere selección de semillas, preparación del terreno y abonos. Las plagas que atacan al tabaco son el “Bayo” y el “Pulgón”, que destruyen las raíces y las hojas de las plantas, siendo necesario atacarlas rápidamente con insecticidas.

La industria tiene su base en los siguientes renglones:

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

- Elaboración de Cigarros finos ("puros") y corrientes ("Chicotes") de tabaco.
- Elaboración de Panela.
- Industria del Fique.
- Industria de Alfarería.
- Industria Alimenticia.
- Industria del Cuero.
- Gran productor de mora.

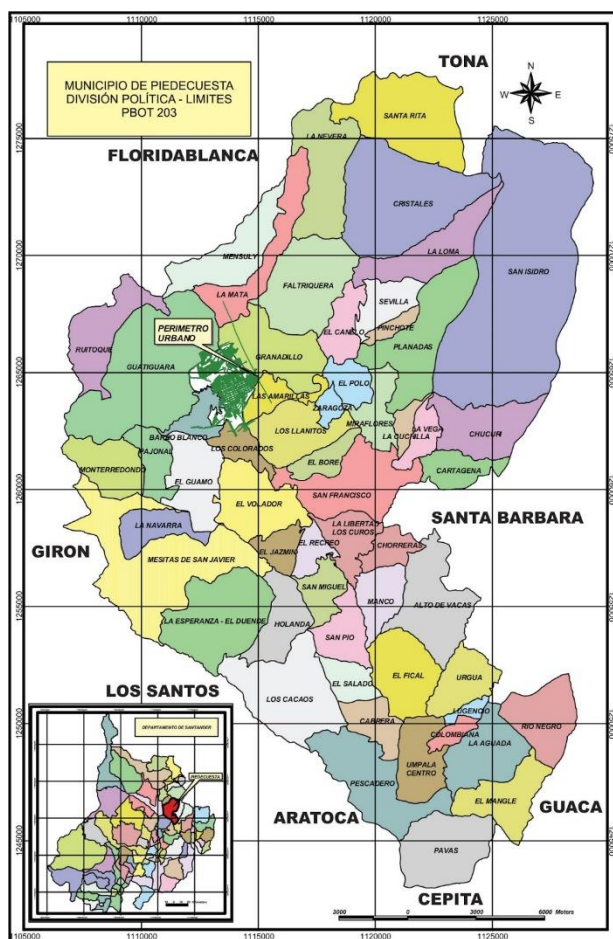
Por su ubicación en la Cordillera Oriental, Piedecuesta es un municipio productor de agua.

En el páramo de Juan Rodríguez (Berlín) nacen los ríos (frío de) Oro, Hato (o Lato), Manco y Umpalá (Aguaclara), así como doce quebradas. El río de Oro y sus afluentes es tema de interés de las Ciencias Naturales de Piedecuesta al ser fuente de agua potable, regadíos, extracción de arena y traslado de aguas negras del Municipio”. – Alcaldía de Piedecuesta (alcaldiadepiedecuesta.gov.co, 2020).

Figura 6

Mapa de Piedecuesta

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES



Nota: Adaptado de Alcaldía de Girón (s. f.)

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

2. Estudio de mercados

2.1. Descripción del producto o servicio

2.1.1. *Descripción, usos y especificaciones del producto/servicio*

Magia, es una empresa cómplice perfecto, para poder realizar toda la logística de entrega de un detalle o mensaje a un ser querido, por medio de un facilitador de emociones, estas entregas se realizan totalmente personalizadas, basadas en un canvas emocional, con el resultado de este, con la información suministrada por el cliente inicial, se dan alternativas de sorpresa a realizar, con el cual el cliente final pueda disfrutar la experiencia de pasar de un día normal a un día inolvidable.

- MAGIA, realiza entrega de mensajes / sorpresas, fuera de fechas comerciales y comunes (día de la madre/padre, cumpleaños, amor y amistad, entre otros), esto se convierte en una demanda plena, gracias a que no hay oferta en esos días, donde un día normal se convierte en un día “WOW”, es decir, especial y emocionante.
- MAGIA, basa su modelo de negocios en el Canvas para la innovación de Design Thinking, lo que permite con tres frentes adicionales al Canvas tradicional, ofrecer servicios que satisfacen totalmente a la población objetivo.
- MAGIA, con todos sus atributos logra aumentar la expresividad del sentir y con todo lo anterior se convierte en el “MAGO” de la escena, siendo “los cómplices perfectos” para que la sorpresa / mensaje sea entregada en el momento preciso y de una manera innovadora a quien lo (a) recibe.
- Uso de un chat box (herramienta de marketing digital, para configurar en la página web, “robot” que entiende Preguntas y está programado para responderlas, sin generar

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

- costos o personal para su desarrollo), siendo hoy una de las herramientas más eficaces y usadas en el marketing.
- Uso de herramientas tecnológicas (video llamada, video, mensajes de voz, música) en la entrega del mensaje / detalle.
 - Involucrar si es necesario y si es permitido por el cliente, a personas relacionadas con el motivo del evento (familia, amigos, compañeros, entre otros).
 - Aunque se usen varios proveedores para productos que intervienen en el evento a realizar (postres, comida, flores, peluches, entre otras), se les conserva su marca; pero cabe aclarar que la entrega lleva en toda la identidad corporativa MAGIA.

Figura 7

Producto 1 Diamante verde



Nota. Elaboración propia.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Figura 8

Producto 2 Diamante rojo



Nota. Elaboración propia.

2.1.2. Atributos diferenciadores

Los atributos diferenciadores en el servicio respecto a la competencia es lo que marca el reconocimiento entre las empresas para el cliente, logrando así su fidelidad a la misma. Para MAGIA, por el tipo de servicio personalizado que presta a la comunidad de Bucaramanga y su Área Metropolitana, no cuenta con competencia directa actualmente, sin desconocer empresas que entregan un mensaje por medio de un producto como rosas, chocolatería, desayunos sorpresa e inclusive una serenata, tipos de negocios que ayudan a clarificar lo que MAGIA aportara de manera positiva a las relaciones interpersonales del área en desarrollo.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Cabe anotar, que, a nivel local, nacional e internacional, existe un sin número de empresas que tienen productos tanto sencillos como novedosos, de calidad variada e inclusive de precio; pero aquí no se puede enfocar la diferencia, debido a que MAGIA, incursiona como empresa pionera prestadora de servicios memorables, entregas totalmente personalizadas y entregadas por un facilitador de emociones “mago” quien es el encargado de transmitir el mensaje de la maneja más acertada y cálida posible.

Las empresas en la actualidad, llaman a la agencia de mensajería de su preferencia, para la entrega de su producto con un mensaje impreso en una tarjeta que acompaña el detalle el cual es encontrado en alguna página de internet, e inclusive eventos macro donde se celebra de manera tradicional (torta, letrero de feliz cumpleaños, bombas, bebidas con o sin alcohol, entre otras.) un motivo especial para un ser querido, entregas que carecen de personalización y fortalecimiento a la relación, al entregar el detalle solo se firma constando el recibido y toma de foto para publicar en redes sociales de la empresa que entrega su producto, en algunos casos sin previo aviso de las personas.

Para MAGIA los atributos diferenciadores son los siguientes:

- Se usará un canvas emocional (plantilla), para tener un bosquejo general de los gustos de quien recibirá la sorpresa del mensaje / detalle, para así personalizar la entrega. (Ver apéndice 1).
- Enviar recordatorios motivacionales, para próximos eventos de sus seres queridos, con la base de clientes (CRM) atendidos, generando una fidelidad con la empresa para aquellos que han usado los servicios de MAGIA.
- La sorpresa para entregar el mensaje / detalle, es realizado por el facilitador de mensajes emocionales, quien “habla” la tarjeta, de una manera muy profesional, garantizando

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

afianzar sentimientos de manera transversal, sin llegar a convertirse en un acto “cómico”, sino todo lo contrario; lograr transmitir la verdadera intención de quien contrato a MAGIA para la entrega del mensaje.

- Se realiza grabación del servicio entregado, evidencia que se entrega al cliente, sin costo adicional, a su vez con este material se verifica el cumplimiento del acuerdo de servicio firmado y toda la logística realizada.

2.2. Segmento de mercado

2.2.1. *Mercado potencial*

El mercado potencial está dado por todos los posibles clientes a mediano y largo plazo, que pueden llegar a contratar nuestros servicios, para la entrega de un mensaje o sorpresa, de manera innovadora y personalizada a un ser querido. Por lo que sería la población del Departamento de Santander.

2.2.2. *Mercado objetivo*

El mercado objetivo para MAGIA está dado por personas mayores de edad residentes en Bucaramanga y su área metropolitana (Girón, Floridablanca y Piedecuesta). Con el estudio DANE del 2018, arrojó la siguiente información:

Tabla 1

Población de Bucaramanga y área metropolitana, respecto a su estado civil y mayores de edad

BUCARAMANGA	
Hombres	216.929
Mujeres	242.032
Total	458.961
FLORIDABLANCA	

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Hombres	111.295
Mujeres	127.882
Total	239.177
GIRÓN	
Hombres	62.478
Mujeres	65.689
Total	128.167
PIEDRECUESTA	
Hombres	64.793
Mujeres	69.997
Total	134.790
Población	961.095

Nota: Adaptado con la información de DANE 2018. www.dane.gov.co

2.3. Estudio de la demanda

Para establecer la demanda de MAGIA, se propuso la realización de una encuesta, basada en la población de Bucaramanga y su Área Metropolitana (DANE, 2018), para de allí calcular la muestra y su respectiva aplicabilidad, e inclusive describir y determinar la demanda. Se realiza esta investigación teniendo en cuenta que no hay un estudio referente a este tema.

2.3.1. *Necesidades de información*

Por ser una factibilidad para crear una empresa que preste servicios de eventos memorables en Bucaramanga y su área metropolitana; y al no tener competencia con este tipo de entrega de mensajes / detalles, es necesario con la encuesta poder recopilar información necesaria como gustos y preferencias para sorprender a un ser querido, precio a disponer a una sorpresa, validar el nivel de aceptación a la incorporación de una empresa con estas características,

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

frecuencia con que las personas celebran con un ser querido alguna fecha especial, cuantificar la demanda.

2.3.2. Tipo de estudio

El tipo de investigación es de tipo descriptivo, porque se busca obtener información global acerca de comportamientos y gustos frente a las celebraciones, conocer frecuencia de celebrar, tipo de celebraciones, presupuesto, entre otras.

2.3.3. Enfoque

El enfoque por implementar por MAGIA es el enfoque mixto, por la recolección y análisis de datos cualitativos y cuantitativos, en el mismo estudio.

2.3.4. Fuentes de información

Las fuentes que se usaran son primarias, gracias a que no se cuenta con empresas que presten este servicio, lo más cercano son los macro eventos (matrimonio, fiestas, congresos, conciertos).

2.3.5. Técnicas de investigación

La técnica para usar es la encuesta, logrando así obtener información y conocer gustos, motivos, frecuencia, inversión en las celebraciones, con la muestra seleccionada. Para luego tener un panorama global y saber que se puede ir corrigiendo, mejorando o inclusive eliminando desde los inicios de MAGIA. El formato diseñado y usado en la encuesta está en los apéndices al final del documento como apéndice 1.

2.3.6. Instrumento para la recolección de información

El instrumento para la recolección de información es un cuestionario estructurado, logrando así respuestas específicas, para exportar a un documento Excel y así tener datos específicos para analizar, diseñar e implementar un plan de desarrollo a MAGIA.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

2.3.7. *Modo de aplicación*

Se aplicará de manera dirigida por Internet, envío de enlace por correo electrónico y WhatsApp.

2.3.8. *Cálculo de la muestra*

El cuestionario, está diseñado para ser contestado por hombres y mujeres mayores de edad (elemento), de Bucaramanga y su Área Metropolitana. Con una población total de 961.095 personas (Basada en el DANE 2018). La muestra se determina, basada en la población de Bucaramanga y su área metropolitana, con opción de adquirir los servicios, el cálculo del tamaño de la muestra se realiza de la siguiente manera:

$$N = \text{Población} = 961,095$$

$$Z = \text{Nivel de confiabilidad (95\%)} = 1,96/$$

$$e = \text{Error estimado} = 8\% = 0,08$$

$$p = \text{Probabilidad de éxito} = 50\% = 0,5$$

$$q = \text{Probabilidad de no éxito} = 50\% = 0,5$$

$$n = \text{Numero de muestra (Encuestas)}$$

Con la siguiente fórmula:

$$\left| n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q} \right|$$

$$n = 3,8416 * 961095 * 0,5 * 0,5$$

$$0,0064 * (961095 - 1) + 3,8416 * 0,5 * 0,5$$

$$n = 923035,638$$

$$6151,962$$

$$n = 150,039$$

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

2.3.9. Alcance

La cobertura será para Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta.

2.3.10. Tiempo de aplicación

La información se recolectó el 29 de mayo de 2022 en un tiempo de 2 semanas, a personas mayores de edad.

2.3.11. Tabulación, presentación y análisis de resultados

Pregunta 1: género de quien responde la encuesta (única respuesta)

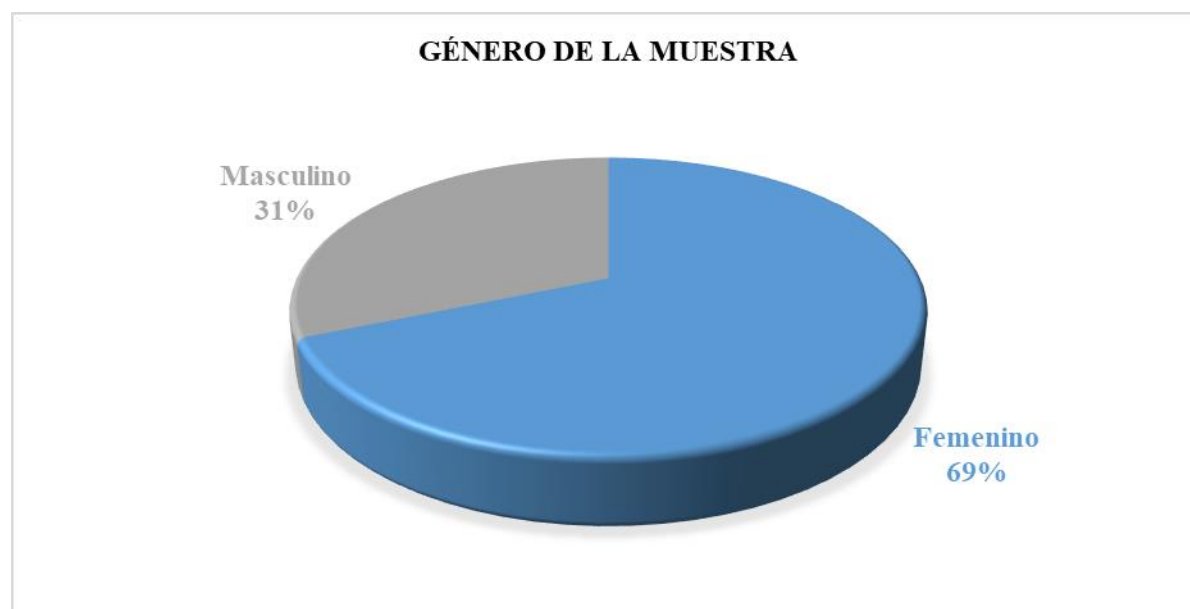
Tabla 2

Género de la muestra

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	103	69%
Masculino	47	31%
Total	150	100%

Figura 9

Género de la muestra



LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Análisis: Dentro de la población objetivo se contó con mayor participación de mujeres que hombres mayores de edad, sin tener preferencia por alguno de los géneros, para MAGIA es gratificante ver la disponibilidad de responder una encuesta que abarca el tema expresión de sentimientos, apuntando a su vez al objetivo de la puesta en marcha del proyecto en estudio y su diseño de estrategias comerciales.

Pregunta 2: rango de edad de quien responde la encuesta. (única respuesta)

Tabla 3

Rango de edad de la muestra

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entre 18 y 24 años	9	6%
Entre 25 y 34 años	51	34%
Entre 35 y 45 años	49	33%
Entre 46 y 60 años	39	26%
Más de 60 años	2	1%
Total	150	100%

Figura 10

Rango de edad de la muestra



LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Análisis: En el mercado objetivo se refleja la alta participación entre edades de 25 años y 60 años, rango de edad altamente productiva, donde se cuenta con empleo o arte que permiten obtener ingresos económicos, adicional a ello son edades donde se busca tener relaciones sanas. Porcentaje de participación representativo dentro del mercado objetivo, para así ofrecer los servicios de MAGIA, contando con un respaldo económico y no depender económicamente de los padres.

PREGUNTA 3: ¿Cuáles son las celebraciones que usted festeja durante el año?
(múltiple respuesta)

Tabla 4

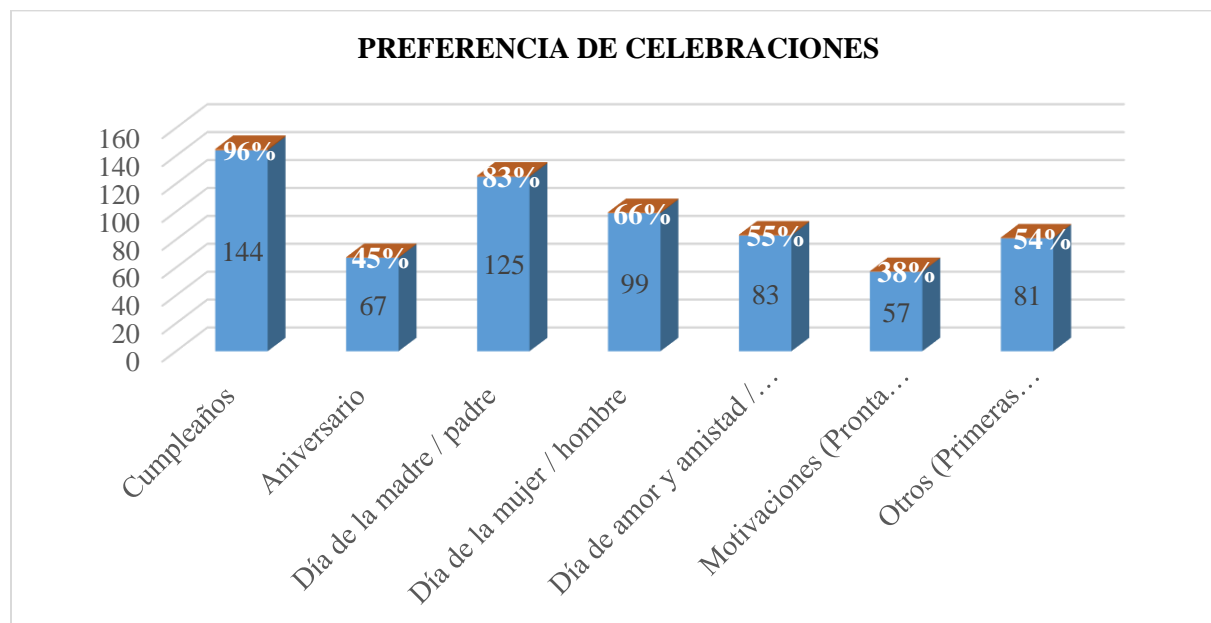
Preferencia de celebraciones

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cumpleaños	144	96%
Aniversario	67	45%
Día de la madre / padre	125	83%
Día de la mujer / hombre	99	66%
Día de amor y amistad / Día de San Valentín	83	55%
Motivaciones (Pronta recuperación, bienvenidas, grados)	57	38%
Otros (Primeras comuniones, matrimonios, bautizos, navidad)	81	54%

Figura 11

Preferencia de celebraciones

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES



Análisis: Al ser una Pregunta abierta a varias opciones de respuesta, se pudo validar que la población objetivo respondió de manera satisfactoria, donde mínimo se tiene una fecha especial para celebrar dentro del año, aunque sea la tendencia de realizarlo solo en días especiales. Lo que es favorable para MAGIA, puesto que la iniciativa de celebrar ya está en las personas, ahora la tarea para la empresa es reflejar la importancia de tener otros motivos y días no especiales, para expresar sus sentimientos.

Pregunta 4: ¿Con qué frecuencia usted celebra las fechas especiales? (única respuesta)

Tabla 5

Frecuencia de celebraciones

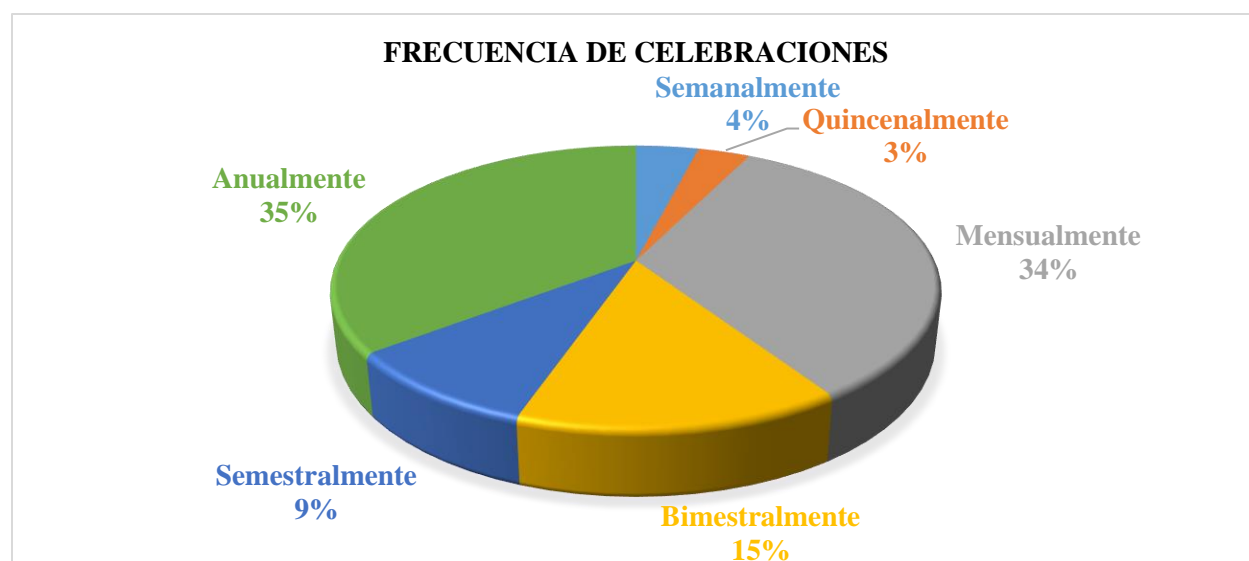
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	CANTIDAD EN EL AÑO	PROMEDIO
Semanalmente	6	4%	52	2.08
Quincenalmente	5	3%	26	0.78
Mensualmente	50	34%	12	4.08

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Bimestralmente	22	15%	6	0.9
Semestralmente	14	9%	2	0.18
Anualmente	53	35%	1	0.35
Total	150	100%		8.37

Figura 12

Frecuencia de celebraciones



Análisis: Con la información suministrada por la población objetivo, MAGIA tiene la oportunidad para creación de estrategias comerciales, buscando celebrar fuera de las fechas tradicionales, gracias a que el 34% tiene preferencia con las celebraciones de manera mensual y el 35% de manera anual, lo que es favorable para el proyecto en estudio.

PREGUNTA 5: ¿Qué presupuesto designa para sorprender a un ser querido? (única respuesta)

Tabla 6

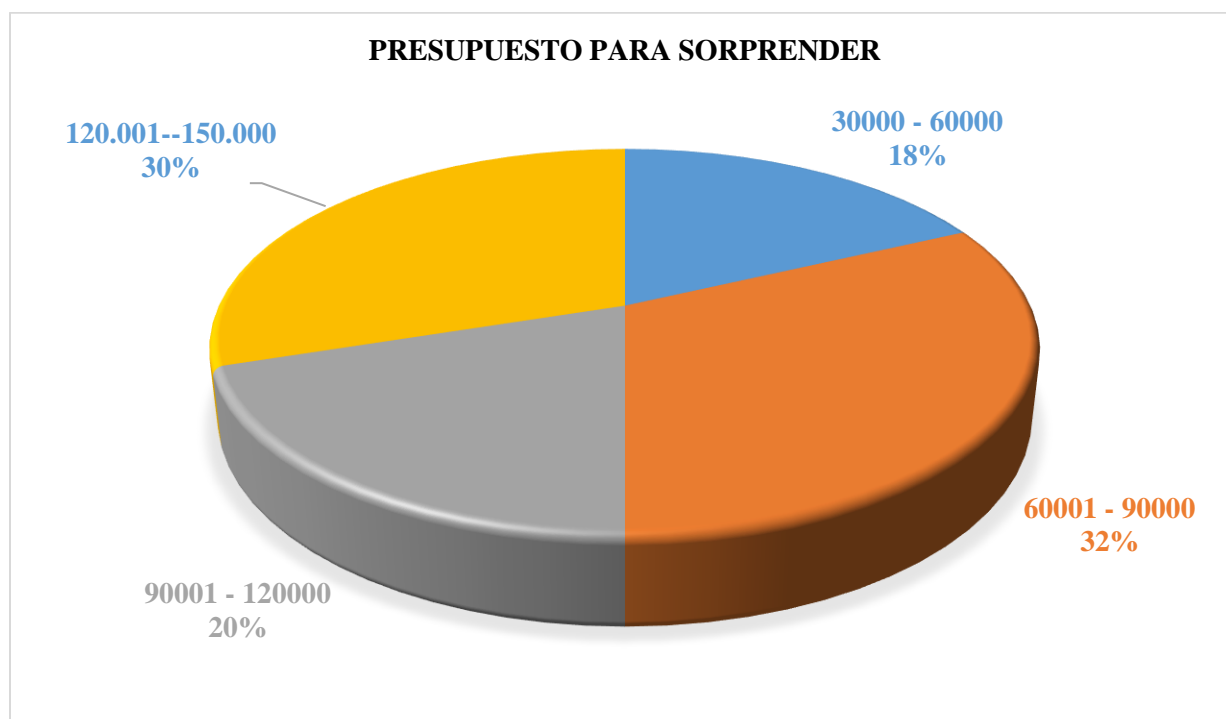
Presupuesto para sorprender

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	BASE PARA PROMEDIO	PROMEDIO
30.001 – 60.000	27	18%	45.000	8.100
60.001 – 90.000	48	32%	75.000	24.000
90.001 – 120.000	30	20%	105.000	21.000
120.001 – 150.000	45	30%	135.000	40.500
Total	150	100%		93.600

Figura 13

Presupuesto para sorprender



Análisis: Cuando de sorprender a un ser querido se trata, las personas realizan su mayor esfuerzo para reunir los recursos económicos y la celebración sea “perfecta”, debido a que la importancia radica en que la persona especial pueda sentir, percibir, vivir ese sentimiento real que existe hacia él (ella). Al preparar una sorpresa o entregar un mensaje intervienen varios detalles y

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

por ello muestran una disponibilidad entre \$60.001 (sesenta mil y un peso m/cte.) y \$150.000= (Ciento cincuenta mil pesos m/cte.), con un valor promedio de \$93.600= (noventa y tres mil seiscientos pesos m/cte.), para lograr sorprender a un ser querido, expresando sus sentimientos a través de un intermediario. Valores de suma importancia para MAGIA, para cuando se realice el estudio financiero, los valores se puedan ajustar o no a la asignación de precio para la venta, quedando así dentro del rango.

PREGUNTA 6: ¿En algún momento de sus relaciones interpersonales con sus seres queridos se le ha dificultado expresar sus sentimientos o emociones de forma asertiva? (única respuesta)

Tabla 7

Dificultad de expresar sentimientos

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	67	45%
No	83	55%
Total	150	100%

Figura 14

Dificultad de expresar sentimientos

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES



Análisis: Es de suma importancia en las personas el lograr expresar sentimientos o emociones de manera asertiva y por el relativo balance mostrado en la población objetivo, entre las personas que tienen o no dificultad en expresar sus sentimientos a sus seres queridos, por ello son oportunidades para el objetivo del proyecto en estudio, incluso una labor más sencilla para quienes se les facilita expresar sus sentimientos; así mismo es una gran oportunidad para asesorar y acompañar a las personas que les es complejo expresarse fácilmente.

PREGUNTA 7: Cuándo ha sentido esa dificultad para expresarse. ¿A cuál de las siguientes alternativas ha recurrido para inspirarse o tomar ideas? (única respuesta)

Tabla 8

Alternativas de inspiración para sorprender

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Le ha pedido la opinión a un amigo(a) o un familiar	35	23%
Ha buscado ideas en internet	54	36%

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Ha recurrido a una empresa especializada en ese tipo de servicios	8	5%
En el último momento se le ocurre alguna idea	40	27%
Deja que el momento pase sin hacer nada	13	9%
Total	150	100%

Figura 15

Alternativas de inspiración para sorprender



Análisis: La población objetivo en este caso expresa que en mayor proporción ha buscado ideas en internet con un 36%, lo cual muestra que las personas cada día están más a la vanguardia para expresar sentimientos y buscan temas novedosos y diferenciales, que tengan algo innovador, salidos de las celebraciones cotidianas, para sorprender a un ser querido. Lo que es de gran beneficio el proyecto en estudio, debido que el ofrecer ideas innovadoras van a ser más de su

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

agrado, así como el acompañamiento antes, durante y después de la entrega de la sorpresa / mensaje, es algo que ayuda a garantizar la tranquilidad de disfrutar a plenitud el evento.

PREGUNTA 8: ¿En algún momento de la relación con un ser querido le ha organizado o lo(a) ha invitado (a) a algún evento especial para él (ella)? (única respuesta)

Tabla 9

¿Ha invitado para sorprender?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	140	93%
No	10	7%
Total	150	100%

Figura 16

¿Ha invitado para sorprender?



Análisis: Aquí dentro de la población objetivo, un alto nivel muestra receptividad con el 93%, para prepararle u organizarle una sorpresa o evento especial a un ser querido. Lo que es favorable para el proyecto en estudio, la disposición a involucrarse en la sorpresa, para que un

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

experto pueda transmitir su mensaje en medio de una entrega personalizada y cálida, por ser el objetivo de MAGIA, el sorprender a un ser querido.

PREGUNTA 9: Ha solicitado los servicios de alguna empresa especializada para la entrega personalizada y especial de su mensaje? (única respuesta)

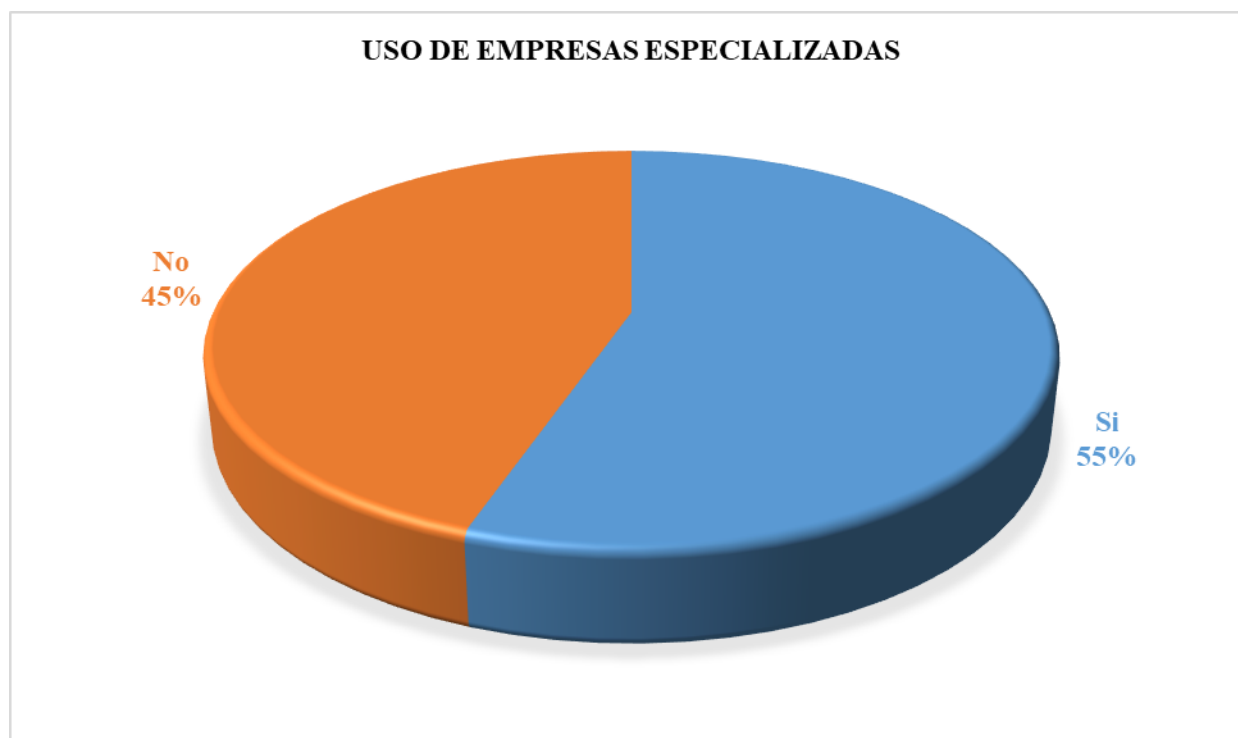
Tabla 10

Uso de empresas especializadas

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	83	55%
No	67	45%
Total	150	100%

Figura 17

Uso de empresas especializadas



LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Análisis: Esta Pregunta es clave, ya que obedece a qué tanto las personas ceden o no a otros entregar su mensaje o detalle a un ser querido en su lugar. Al ser la función principal de MAGIA, adicional a ello para el análisis de demanda estimada y efectiva es información de suma importancia, así como las siguientes Preguntas serán resueltas por las 83 personas de la población objetivo que expresan haber solicitado los servicios de alguna empresa especializada para la entrega personalizada y especial de su mensaje, siendo así más objetivo con la información y cálculos de demanda.

PREGUNTA 10: Escoja la opción de mayor importancia al momento de entregar un mensaje personalizado a su pareja o ser querido. (Múltiple respuesta)

Tabla 11

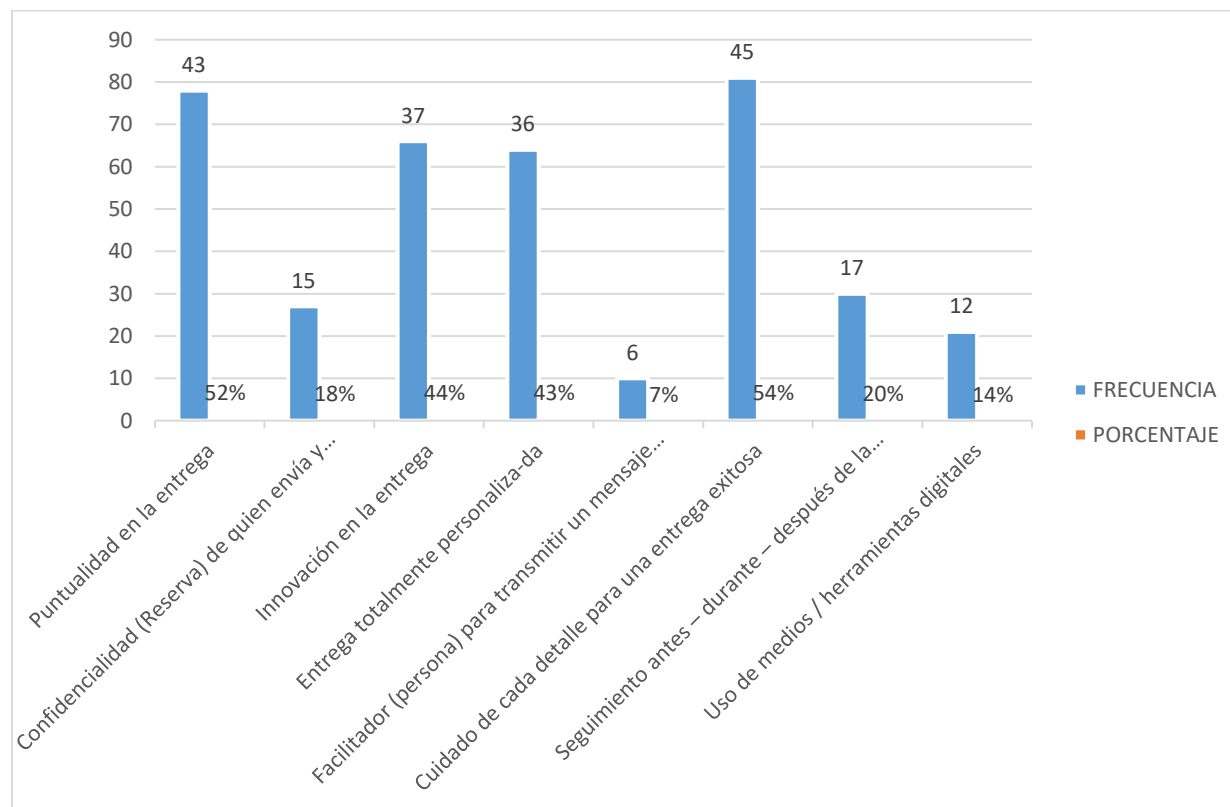
Preferencias en un servicio sorpresa

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Puntualidad en la entrega	43	52%
Confidencialidad (Reserva) de quien envía y recibe el mensaje	15	18%
Innovación en la entrega	37	44%
Entrega totalmente personalizada	36	43%
Facilitador (persona) para transmitir un mensaje más emotivo	6	7%
Cuidado de cada detalle para una entrega exitosa	45	54%
Seguimiento antes – durante – después de la entrega	17	20%
Uso de medios / herramientas digitales	12	14%

Figura 18

Preferencias en un servicio sorpresa

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES



Análisis: El hecho de estar inmersos en un mercado tan cambiante, también el usuario / cliente, se vuelve más exigente, por lo que el dejar de cumplirles cualquiera o varios de los principios corporativos, aumenta el riesgo reputacional. Al revisar las preferencias, se tiene en cuenta que cada entrega, cuenta con varias opciones inmersas en sí. Por lo que MAGIA, busca con todos sus atributos, lograr entregas de manera creativas y personalizadas, por medio del facilitador y cuidando cada detalle que no se contemple que las sorpresas son realizadas por un “payaso”, todo lo contrario, son entregas con calidez, elegancia y seriedad.

Lo que aporta información valiosa al proyecto por saber cuáles son los atributos que se deben cuidar al momento en cada servicio.

PREGUNTA 11: ¿En caso de ser necesario, cuál de las siguientes opciones de servicio escogería para que a su nombre se realizara entrega de un obsequio / detalle / mensaje a su

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

pareja o ser querido? Nota: La entrega no la realiza un domiciliario, sino un(a) facilitador (a) instruido (a), prudente y con tacto para comunicar. (única respuesta)

Tabla 12

Preferencia en opciones de servicio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Opción 1: Entrega de un obsequio y/o detalle previamente seleccionado conforme al presupuesto y un facilitador transmite el mensaje de manera emotiva y cálida de viva voz o mediante un mecanismo digital (video pregrabado, fotomontaje con texto, audio pregrabado y editado).	34	41%
Opción 2: Incluye todos los detalles de la Opción 1 pero se adiciona un trabajo previo para perfilar con más detalles los gustos, preferencias y anhelos del receptor del obsequio; se emplea un protocolo de mayor nivel de reserva y confidencialidad y se amplían las opciones, los alcances y los contenidos en el antes, durante y después del momento memorable.	49	59%
Total	83	100%

Figura 19

Preferencia en opciones de servicio

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES



Análisis: Con los resultados de la encuesta, se refleja el gusto por las sorpresas bien elaboradas, innovadoras y con gran detalle de personalización, ratificando que el planteamiento de MAGIA va en sintonía con esas entregas novedosas. Con esta información se toman decisiones del producto a dejar y realizarle todo el estudio respectivo.

PREGUNTA 12: En caso de que existiera un servicio virtual para facilitarle planear y ejecutar pequeños momentos o instantes especiales, emocionantes y sorprendidos para expresarle de manera asertiva sus sentimientos a ese ser querido ¿Utilizaría el servicio? (única respuesta)

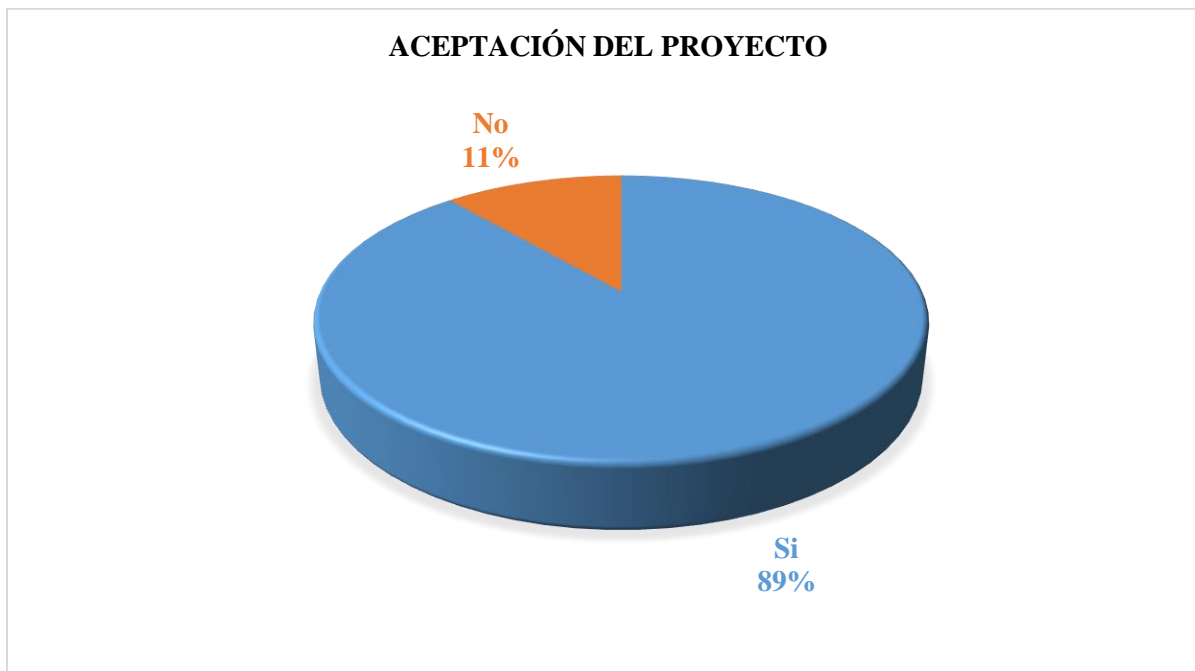
Tabla 13

Aceptación del proyecto

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	74	89%
No	9	11%

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Total	83	100%
--------------	-----------	-------------

Figura 20*Aceptación del proyecto*

Análisis: La población objetivo refleja un 89% de receptividad, al contratar servicios con una empresa que trabaja en pro de fortalecer las relaciones interpersonales, a través de su prestación de servicios para la entrega de mensajes o detalles, de una manera personalizada. Lo que denota aceptación para continuar con los estudios para el desarrollo del proyecto *MAGIA* y ponerlo en marcha.

2.3.12. *Estimación de la demanda actual*

Con la información que se ha recolectado en la aplicación de la encuesta, se realiza la estimación de la demanda, mediante la técnica de la extrapolación, para el primer año de oferta de prestación del servicio de entrega de mensajes o detalles de una manera sorpresiva, innovador, seguro, confiable, discreto y totalmente personalizado en el Área Metropolitana de Bucaramanga.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Tomando la información suministrada por la población objetivo, se obtienen datos de suma importancia, tal como en la Pregunta 8, *¿En algún momento de la relación con un ser querido le ha organizado o lo(a) ha invitado (a) a algún evento especial para él (ella)?*, donde se obtiene; que el 93% de la población han realizado un evento especial a un ser querido, así como en la Pregunta 4, *¿Con qué frecuencia usted celebra las fechas especiales?* Arroja una frecuencia total ponderada de 8,37 veces/año (celebraciones semanal, quincenal, mensual, bimestral, semestral y anual); e incluso en la Pregunta 9, *¿Ha solicitado los servicios de alguna empresa especializada para la entrega personalizada y especial de su mensaje?*, para lo que el 55% de la población objetivo ha solicitado dichos servicios y por ende las demás Preguntas son resueltas por esta cantidad solamente. y con una población total objetivo de 961.095 personas.

El cálculo de la demanda estimada se realiza de la siguiente manera:

$$= 961095 \text{ personas} * 93\% * 8,37 \text{ veces/año} * 55\%$$

$$= \mathbf{4.114.693 \text{ celebraciones en promedio en el año}}$$

2.3.13. Estimación de la demanda efectiva

Para este cálculo, se tiene en cuenta la Pregunta 12, *En caso de que existiera un servicio virtual para facilitarle planear y ejecutar pequeños momentos o instantes especiales, emocionantes y sorprendidos para expresarle de manera asertiva sus sentimientos a ese ser querido ¿Utilizaría el servicio?*, la cual arroja una cifra de aceptación al proyecto muy significativa, gracias a que el 89% de la población objetivo, indican que contratarían los servicios de **MAGIA**.

Para el cálculo de estimación de la demanda efectiva, que tendría el nuevo servicio para el primer año, se calcula en unidades año de la siguiente manera:

$$= 4.114.693 \text{ celebraciones en promedio en el año} * 0.89$$

$$= \mathbf{3.662.077 \text{ celebraciones en el año}}$$

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

2.3.14. *Proyección de la demanda para los próximos cinco años*

Conociendo la demanda del proyecto, se proyectará la misma teniendo en cuenta la siguiente ecuación:

$$\text{Valor presente} - \text{valor futuro } F = p (1 + [i]) ^n$$

Donde:

n= 1, 2, 3, 4 y 5 años

p = valor presente de la demanda actual (73.560)

i = factor de crecimiento de consumo (33%)

N= el año al cual se va a proyectar

F= valor futuro

Para el factor de crecimiento de consumo se toma el porcentaje de la tasa de crecimiento en el sector servicios dado por la Alcaldía de Bucaramanga, la cual equivale al 3%. (Vanguardia Liberal, 2022 (Alcaldía de Bucaramanga, 2021).

Tabla 14

Proyección de la demanda

	Cuantifique la demanda anual actual	4.114.693
	Cuantifique la demanda efectiva actual	3.662.077
	Tasa de proyección	3,00%
AÑO	DEMANDA ACTUAL	
	PROYECTADA	
1		4.238.134
2		4.365.278
3		4.496.236
4		4.631.123

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

AÑO	DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA
5	4.770.057
1	3.771.939
2	3.885.097
3	4.001.650
4	4.121.700
5	4.245.351

2.4. Análisis de la oferta

Aquí se debe tener en cuenta, que la idea de este emprendimiento nació desde el inicio de la carrera, donde la autora ha realizado observación e investigación a empresas; que aunque no son una competencia claramente definida, son lo que más se acerca a la actividad que realiza MAGIA, por ser una empresa prestadora de servicios para entrega de mensajes o detalles a un ser querido de manera totalmente personalizada, logrando determinar que las empresas más similares para entregar un producto o detalle, son los serenateros, desayunos sorpresas, floristerías, chocolatería y postres a domicilio, quienes acompañan el detalle físico con una tarjeta y un mensaje de internet para transmitir un mensaje, es decir ofrecen el mismo catálogo de productos a su público en general, sin buscar una personalización o afianzar relaciones interpersonales.

Por ello, para MAGIA ingresar como empresa pionera prestadora de servicios en la entrega de mensajes / detalles totalmente personalizados, visualiza grandes ventajas, reflejadas en las respuestas de la población objetivo con una aceptación del 89%, lo que permite generar visión y realidad de entregas que marquen esa huella imborrable en el tiempo en relaciones con un giro a la innovación, a tener el gran riesgo con la expresividad del sentir; por ende un amplio portafolio

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

de alternativas de sorpresas, que cuando llegue una competencia, ya MAGIA esté consolidada con clientes que aman y se identifican con la marca.

Para poderse realizar un Benchmarking real y analizar la competencia, debe existir una empresa que realice entregas totalmente personalizadas, que estén enfocadas totalmente en el mejoramiento de la calidad en las relaciones interpersonales sanas, como lo expone el Psicólogo Abraham Maslow en su jerarquía de las necesidades humanas, la cual fue planteada en su obra *Una teoría sobre la motivación humana* de 1943, la que ha sido de gran aporte al campo de la Psicología, entorno empresarial, marketing e incluso en la publicidad.

Figura 21

Pirámide de Maslow



Nota. Adaptado de Wikipedia (2024)

Por lo que se tiene el concepto errado que solo con la entrega de un detalle, un mensaje en una plataforma tecnológica de redes sociales es aportar calidad a las relaciones, por lo que el mercado está acostumbrado a recibir ramos, detalles, en el domicilio por parte de un ser querido y

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

entregado de una manera fría “sin sentimiento” por un mensajero, inclusive en las celebraciones grandes se ha perdido la tradición de un regalo, ahora son lluvia de sobres, es decir dinero. Algo que no genera sentimiento, es frío, además de perderse la emoción del efecto sorpresa al destapar los regalos. En este punto se queda sin empresa para poder hacer un Benchmarking y revisar frente a quien se enfrenta comercialmente.

2.4.1. Análisis de la Situación actual de la competencia

Todo lo anterior conlleva a realizar un análisis más amplio de las empresas que son competencia más cercana, en la entrega de mensajes o detalles, en Bucaramanga y su área metropolitana; aunque sean entregas que carecen de personalización, están entregando un mensaje a un ser querido, algunas tienen un portafolio de sus productos ya establecido para toda su clientela, donde se escoge el producto de preferencia, al que se le adjunta una tarjeta impresa con un mensaje según el evento a celebrar, para luego ser entregado por un mensajero, en la dirección indicado en el momento de la solicitud.

Estas empresas no realizan ningún tipo de servicio postventa, preventa, personalización de detalle, logística para entrega, como tampoco se contempla un personal capacitado para realizar la entrega de mensaje de una manera cálida y seria, afianzando las relaciones interpersonales en el área metropolitana de Bucaramanga.

Para el análisis de competencia se tomarán como referencias empresas que realizan entregas de un producto o servicio, para entregar un mensaje, para ello se analizaran Choconato, Bukafloor y Mariachi Imperial Azteca Bucaramanga,

Tabla 15

Aliados estratégicos

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

	EMPRESA		
	CHOCONATO Carrera 35 # 37-05, Barrio el Prado,	FLORISTERIA BUKAFLO Cl. 45 #21 18, Cra. 24 #35- 23, Antonia Santos Sotomayor	MARIACHI IMPERIAL AZTECA BUCARAMANGA Cra. 33, Bucaramanga
Servicios	Producción y comercialización de productos artesanales de calidad. Como: postres artesanales, desayunos sorpresa, fresas cubiertas con chocolate, tortas.	Elaboración de un amplio portafolio de arreglos florales.	- Serenatas para toda ocasión - Acompañamiento en eucaristías y eventos religiosos - Shows en vivo tipo concierto
-Cobertura	A nivel regional	A nivel regional	A nivel regional
Forma de pago	Efectivo, Transferencias electrónicas	Efectivo, Transferencias electrónicas	Efectivo, Transferencias electrónicas
Publicidad	Página web, publicado en Google, redes sociales	Página web, publicado en Google, redes sociales	Página web, publicado en Google, redes sociales

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> - Solo están ubicados en Bucaramanga - Las entregas no son personalizadas - No contar con una APP para seguimiento de los envíos - No contar con un punto físico, para que el cliente externo tenga acceso, para compartir uno de sus productos o temas administrativos y comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Solo están ubicados en Bucaramanga -Las entregas no son personalizadas - No contar con una APP para seguimiento de los envíos. - Los productos están en un amplio portafolio de productos, con la diferencia que ya son modelos establecidos según el gusto y necesidad del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Solo están ubicados en Bucaramanga. - No contar con una APP para seguimiento de los envíos. - Los productos están en un amplio portafolio de servicios establecidos y repertorio de canciones según las necesidades de cada cliente. - No contar con un punto físico,
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> - Pagina web, que muestra elegancia y seriedad de la empresa. - Sus postres son reconocidos con excelente posición comercial. - Amplio portafolio de productos con variedad de precios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Amplio portafolio de arreglos florales, con variedad de precios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pagina web, que muestra la calidad de sus trabajos. - Contar con un punto físico, para otro tipo de clientes, el externo, además que las personas tengan a donde dirigirse

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

2.5. Descripción del producto o servicio mínimo viable

2.5.1. *Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio*

Partiendo de lo descrito en el numeral 2.1.1, la manera de recolectar información para la propuesta de la entrega del mensaje, basada en un canvas emocional apunta el objetivo inicial, el cual es el fortalecimiento de relaciones, a través de una entrega de mensaje o detalle de una manera totalmente personalizada. Luego de analizar la oferta y demanda, se presentan cambios significativos a la propuesta inicial.

Solo se dejará ofertado el servicio Diamante Rojo, el cual es más completo, enfocándolo a la pedida de mano (pedir matrimonio), de una manera novedosa, guiada con una cinta roja colocada en el dedo de la persona que será sorprendida, hasta llegar donde encuentra el aviso con velas (¿Quieres casarte conmigo?), y junto a ello el novio con la argolla de compromiso y un ramo de flores que le llevará a la novia.

2.5.2. *Atributos diferenciadores del producto o del servicio con respecto a la competencia*

Según el planteamiento en el numeral 2.1.2, se realizarían pocos cambios en los atributos diferenciadores en el servicio Diamante Rojo, uno de ellos a futuro con la implementación de drones que aguanten la capacidad para sostener detalles en la entrega, de manera inicial para el proyecto no se realizará.

Fortalecimiento del canvas emocional para el planteamiento del factor sorpresa, en la entrega del detalle o mensaje a ese ser querido, que la estrategia de la personalización sea el punto clave, desde la entrevista o cuestionario inicial.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

2.6. Estructura de comercialización y de distribución

El canal de comercialización para la empresa prestadora de servicios de eventos memorables es canal directo. La estructura actual para canales de comercialización en macro eventos como matrimonios, quinceañeras, bodas, entre otros; es directo, más aún al tratarse de eventos memorables personalizados, donde se cuida hasta el más mínimo detalle, para que así el cliente final al recibir el mensaje / detalle logre experimentar el verdadero sentimiento, por medio de la sorpresa preparada por MAGIA junto con la iniciativa de su ser querido que ha contactado a la empresa para la prestación de sus servicios.

Figura 22

Canal de distribución



Nota. Adaptado de Galán (2015)

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Figura 23

Canal de comercialización directo



2.7. Estrategias de fijación de precios

En el proyecto de *MAGIA*, para la fijación de precios, se tendrán en cuenta el valor de los costos más un porcentaje de utilidad, teniendo en cuenta el estudio de mercados realizados, así como analizar resultados del estudio financiero, para revisar la viabilidad de precios o si se debe ajustar, antes de ofrecer los servicios al público.

2.8. Relacionamiento con los clientes

2.8.1. Estrategias de comunicación

Para *MAGIA*, es de vital importancia lograr la captura de clientes, el posicionamiento de marca y el reconocimiento por experiencias mágicas vividas.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Por lo que es necesario contar con un establecimiento, para reunirse con los clientes iniciales de manera privada, un lugar para crear los eventos memorables, donde todo el personal creativo y administrativo pueda realizar sus labores de manera óptima. Las estrategias comerciales para implementar serían las siguientes:

- Realizar campaña de expectativa y lanzamiento de marca, para dar a conocer la empresa, los alcances que tiene en la prestación de servicios para entregar un mensaje o detalle a un ser querido, donde en cada uno de sus servicios se busca el fortalecimiento de las relaciones interpersonales (pareja, padres, hijos, hermanos, entre otros.)
- Realizar estratégicas campañas comerciales, de manera digital, para iniciar la captura de clientes potenciales.
- En el primer mes de lanzamiento, los clientes tendrán algunos beneficios, gracias a que serán la imagen de eventos posibles a realizar, se debe mostrar eventos reales, con personas reales y no montajes con imágenes o videos bajados de internet.
- Ser partícipe de eventos empresariales, emprendimientos; con entidades del sector, con el fin de aprovechar hasta la más mínima oportunidad para vender la marca.
- El transporte disponible para los eventos de la empresa tendrá plasmada la publicidad de la marca. Así como material publicitario (lapiceros, alcancías) a usar en la oficina y fuera de ella.
- En la entrega de los mensajes o detalles, el personal de apoyo (si se requiere), lleva camiseta y gorra, en pro de posicionamiento de marca.
- Enviar tipos para sorprender a un ser querido, a cambio de su nombre, numero de celular, correo electrónico, para almacenar en el CRM de la empresa.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

- Realizar con todo cliente inicial un canvas emocional y lograr obtener la mayor información del cliente final para la personalización de la entrega.
- Tener disponible un chat box en la página web. (herramienta digital, configuración de Preguntas y respuestas desde la página web, sin generar costo adicional para la empresa).

2.8.2. Presupuesto de comunicación

2.8.2.1. De lanzamiento

Este presupuesto es aquel que se necesita de manera inicial, para gastar en el área de marketing al inicio del proyecto. Para el lanzamiento de MAGIA, se contempla el presupuesto de \$3.950.000= (tres millones novecientos cincuenta mil pesos m/cte.), teniendo en cuenta que los volantes solamente se utilizarán para el lanzamiento, contribuyendo así al cuidado ambiental y en su lugar, será una divulgación por medios digitales. El presupuesto se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 16

Presupuesto de lanzamiento

DESCRIPCIÓN	CANTIDA D	VALOR UNITARIO	VALOR
Trafico en redes sociales (Facebook e Instagram)	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Tarjetas de presentación	5.000	\$ 50	\$ 250.000
Volantes	5.000	\$ 40	\$ 200.000
Lapiceros/MATERIAL PUBLICITARIO	1.000	\$ 3.000	\$ 3.000.000
TOTAL			\$ 3.950.000

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

2.8.2.2. De operación

Este presupuesto se usa en el día a día para el desarrollo de la empresa, en el área de marketing digital, buscando el mejor aprovechamiento de las redes sociales en el posicionamiento de la marca y se presupuesta para pago de manera mensual. Para la operación de MAGIA, se contempla un presupuesto mensual de \$1.900.000= (un millón novecientos mil quinientos pesos m/cte.), Distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 17

Presupuesto de operación

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Campañas comerciales	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Trafico en redes sociales (Facebook e Instagram)	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Tarjetas de presentación	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Lapiceros o material publicitario	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
TOTAL	\$ 1.900.000	\$ 22.800.000

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

3. Estudio técnico

3.1. Tipo de proyecto

MAGIA, es un proyecto creado para la *prestación de servicios*, con entrega de mensajes o detalles de una manera personalizada a un ser querido, para las personas en Bucaramanga y su área Metropolitana.

3.2. Desarrollo operativo del proyecto

3.2.1. Ficha técnica del producto mínimo viable

Tabla 18

Ficha técnica del servicio diamante rojo

DIAMANTE ROJO.

Servicio principal **Diamante Rojo... hilo de amor. Es el servicio para pedir la mano (matrimonio)**

Diseño (fotos, dibujo, imagen)



(“larepublica.pe”, (s.f))



(“pinterest.com”, (s.f))



(“es.dreamstime.com”, (s.f))

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

	<ul style="list-style-type: none"> * Entregado por un facilitador "mago" de expresión de comunicación * Se le colocara un hilo rojo a la novia y debe seguir hasta el final encontrar un nudo, donde la espera el novio con un ramo de rosas (va por cuenta del novio) y el anillo de compromiso (va por cuenta del novio). * Se tienen opciones para animar el encuentro, que ayudaran a la decoración de las tomas fotográficas, según el horario de entrega, decorar con burbujas de jabón, velas recargables chispitas mariposas en una frase corta con la Pregunta de aceptar matrimonio. * Personalización de la entrega (Basado en el canvas emocional, el facilitador entrega el mensaje según el escenario) con colores, horario, y tipo de rosas * Fidelización de usuarios (Seguimiento para ofrecer celebrar ocasiones afines con diferente temática) * Seguimiento en los 3 escenarios de intervención de la sorpresa (Antes - durante y después del evento). * Protocolos (De entrega, de servicio, de higiene, de seguridad, entre otros). * Confidencialidad (Se mantiene total reserva de los clientes / usuarios, así como las publicaciones será con previa autorización
Especificaciones técnicas	<p style="text-align: center;">Servicio personalizado</p>
	<p>El servicio está diseñado para ser entregado entre 20 y 45 minutos, sin embargo, con las respuestas de los clientes iniciales y finales, se irán realizando modificaciones en la entrega del servicio, con el fin de lograr satisfacción total y refieran a MAGIA en cada uno de los eventos que tengan.</p>
Detalles Adicionales	<ul style="list-style-type: none"> - Los horarios de entrega varían, eso depende de los clientes finales que reciben el servicio contratado, al ser servicio totalmente personalizado, no se limita a realizar entregas dentro de un horario específico.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

- Los medios de pago serán en efectivo o transferencias electrónicas.
- Al recibir la información en el canvas emocional, el equipo técnico, se reúne para realizar la planeación de la entrega y así ofrecerle la mejor alternativa al cliente para sorprender.
- En la planeación se contempla permisos, implementos a utilizar, herramientas necesarias, aunque la entrega es realizada por el facilitador, el equipo es quien apoya esa entrega, en el transporte de equipo de sonido y audio, grabando la entrega, transmitiendo detalles, entre otros.

3.2.2. Descripción y diagramación de actividades clave

El proceso de prestación de servicios de eventos memorables en Bucaramanga y su área metropolitana, para pedir matrimonio bajo el servicio Diamante Rojo, de manera personalizada es el siguiente.

- *Recepción de solicitud de información de manera virtual, página web de MAGIA, redes sociales, telefónico o de manera presencial.*
- *En la entrevista, se diligencia el canvas emocional con el cual se personalizará la entrega del mensaje o detalle.*
- *Con la información clara del cómo opera MAGIA, para la entrega personalizada de mensaje o detalle, se firma un acuerdo de servicios, donde se indica claramente el servicio a prestar, valores a cancelar y condiciones de entrega.*
- *Al firmar el acuerdo de servicio, se debe pagar el valor en su totalidad.*
- *Luego de realizado el acuerdo se procede a reunión con el equipo de trabajo, para iniciar con la logística total de la sorpresa.*
- *Se levanta acta, para tener claridad de la planeación del evento.*

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

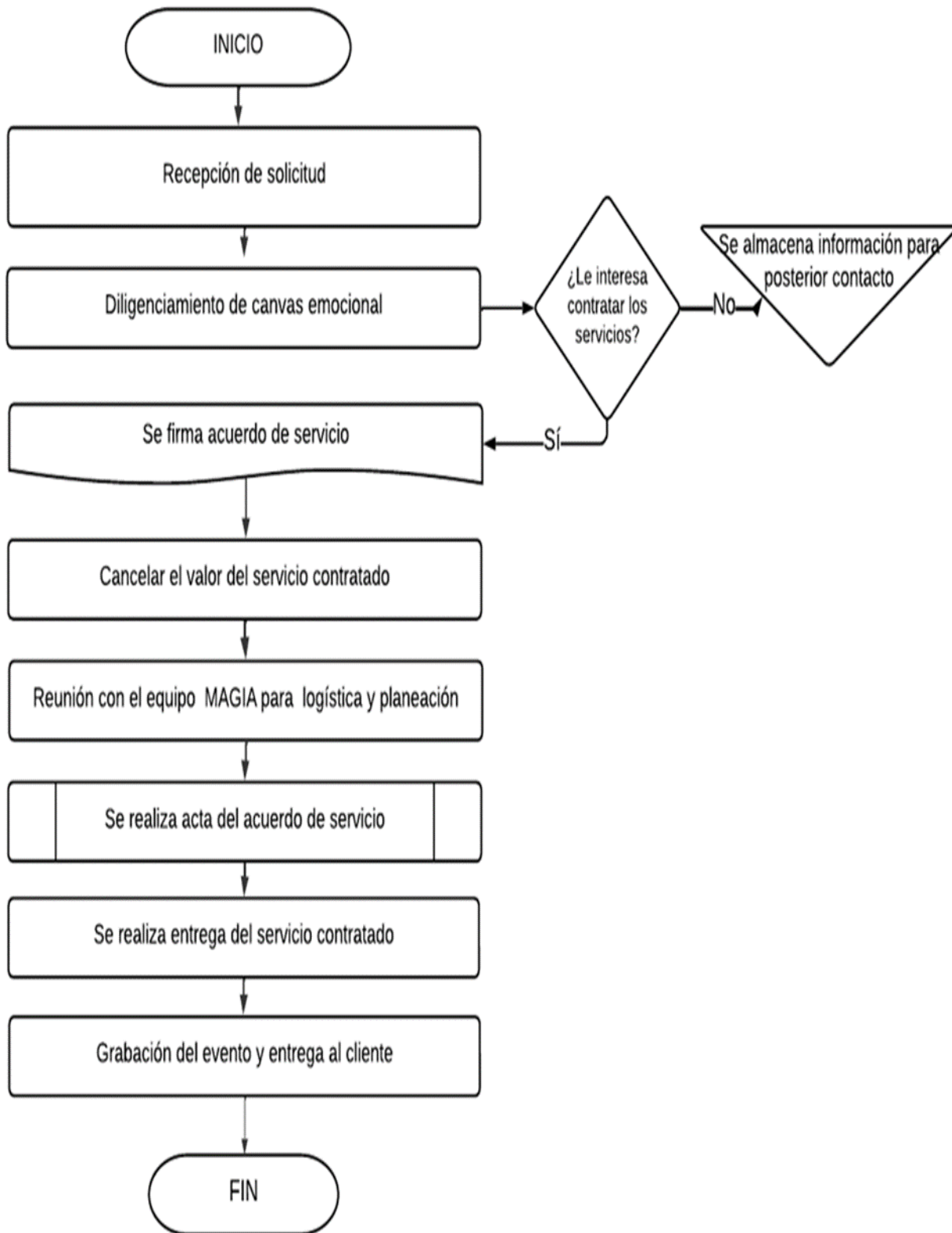
- *Se entrega el servicio*
- *El día de la entrega del mensaje o detalle se realiza seguimiento antes – durante – después, para solucionar algún imprevisto del evento.*

Finalizado el evento se realiza retroalimentación con los clientes (inicial - final), al finalizar la entrega o al día siguiente, con el fin de bajar las conclusiones al equipo de trabajo y revisar los puntos de mejora, así como retroalimentar las redes sociales, (si firmaron en el acuerdo que autorizan su publicación en las redes sociales de MAGIA).

Figura 24

Diagrama de operación

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES



LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

3.2.3. Características del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo (SG – SST)

A partir del objeto social de MAGIA, el SG – SST se debe contratar con un tercero, bajo una firma que realice capacitación continua en la prevención y cuidado, a todo el personal, para no ser sólo correctivo en cada uno de los riesgos, adicional a ello debe contemplar los riesgos a los que se expone todo el personal tanto de manera interna como externa, en los momentos de entrega de detalles, obedeciendo a que las entregas son ajustadas a cada cliente.

Para ello y siendo consecuente con los requerimientos de MAGIA, la cotización que se ajusta a las necesidades internas es la descrita en el **apéndice 4**. Por un valor de \$870.000= + IVA (Ochocientos setenta mil pesos m/cte.). Por el año. Se realiza comunicación telefónica con la ingeniera Leidy de la Rossa, quien realiza el servicio independiente a varias empresas, e indica que por el mantenimiento del sistema, capacitaciones, formatos y seguimientos al SG – SST el valor mensual es de \$400.000= (Cuatrocientos mil pesos m/cte.).

3.2.4. Análisis ambiental

Aunque para el desarrollo de las actividades de MAGIA, no se requiere un estudio ambiental, se debe realizar un análisis ambiental al lugar donde se recibirán los clientes, la oficina donde el personal planifica cada sorpresa y su respectiva entrega. Obedeciendo a que junto al SG – SST se debe brindar las mejores condiciones tanto para el cliente interno como externo.

Para ello se realiza cotización, la cual se muestra en el **apéndice 5** al final del documento. Por un valor de \$6.426.000= (Seis millones cuatrocientos veintiséis mil pesos m/cte.), de manera inicial anual, ya luego el valor de la anualidad cambia, al ser creados como clientes y no ser necesario recopilar todo el proceso inicial. Con un presupuesto para mitigación mensual de

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

\$200.000= (Doscientos mil pesos m/cte.). Obedeciendo a la actividad de la empresa, por ser una empresa de servicios, los riesgos ambientales son menores.

3.2.5. Recursos clave

Talento humano. Para toda empresa en funcionamiento es claro que un recurso clave es el talento humano, al ir de la mano con recursos humanos, los va llevando por caminos estratégicos de liderazgo y crecimiento tanto personal como laboral. Para ello se cuenta inicialmente con siete personas en cargos puntuales, con el crecimiento de MAGIA, se irán implementando más personas inclusive para cuando inicie expansión a otras ciudades.

Tabla 19

Talento humano inicial

CARGO	TIPO	NÚMERO	DESCRIPCIÓN PERFILES
		DE	
		CARGOS	
Gerente	Administrativo	1	Estudios profesionales en gestión empresarial y experiencia como mínimo un año en el sector comercial.
Secretaria	Administrativo	1	Técnico profesional en secretariado ejecutivo y contable
Técnico logístico	Operativo	3	Técnico administrativo, con experiencia en organización de eventos, facilidad de expresión corporal

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Ejecutivo comercial	Comercial	1	Técnico o tecnólogo en sistemas, con conocimientos en técnicas de venta y manejo de clientes
--------------------------------	-----------	---	--

Tabla 20

Talento humano tercerizado anual

CARGO	FORMA DE CONTRATACIÓN	NÚMERO DE CARGOS	DESCRIPCIÓN PERFILES
Contadora	Prestación de servicios	1	Contador publico

Infraestructura. Por ser un proyecto prestador de servicios para eventos memorables en Bucaramanga y su área metropolitana, no se necesita realizar inicialmente una inversión en terrenos, gracias a que las sorpresas son entregadas de manera externa, por ser totalmente personalizadas, algo que es favorable para MAGIA. Por lo que sólo se debe buscar un punto estratégico, cómodo que le brinde al talento humano las herramientas necesarias y calidad laboral.

Cabe anotar que los equipos de computación y comunicación son todos administrativos, debido a que el diseño y desarrollo de las propuestas se realizan dentro de la oficina, por temas de seguridad y costos, no son necesarios en la entrega de mensajes o detalles, lo único que se lleva consigo los técnicos son los celulares, para toma de evidencias fotográficas.

Tabla 21

Equipo de oficina

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>ACTIVO</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>ESPECIFICACIONES GENERALES</i>
<i>Impresora</i>		Velocidad de impresión en negro iso: Hasta 8 ppm Borrador: Hasta 19 ppm
<i>Ver Apéndice 4</i>	1	Velocidad de impresión en color [5]Impresión de la primera página (lista) Negro: 14 segundos Ciclo de trabajo (mensual, a4) Hasta 1.000 páginas Volumen de páginas mensuales recomendado 400 a 800 páginas.
<i>Aire Acondicionado</i>		Tipo de Motor: Inverter
<i>Ver Apéndice 8</i>	2	Tipo de Producto: Split Consumo Mínimo Energetico:140.58 kWh/Mes
<i>TV 65" Pulgadas</i>		Tamaño Pantalla: 65 Pulgadas
<i>Ver Apéndice 12</i>	1	Tipo de Pantalla: QLED Resolución Pantalla: 4K-UHD Smart TV: SI es Smart TV
<i>Sofá</i>		Capacidad (resistencia - carga máxima): 250
<i>Ver Apéndice 13</i>	1	kilogramos Peso del producto: 40 kilogramos Número de puestos: 3 puestos
<i>Silla Ergonómica</i>		Ancho (centímetros): 61
<i>Ver Apéndice 14</i>	3	Alto (centímetros): 122 Material estructura: Espuma, Polipropileno, Textil Apoyabrazos: Si
<i>Escritorio</i>		Alto: 715mm
<i>Ver Apéndice 15</i>	2	Ancho: 1500mm Profundidad: 600mm Forma: Lineal
<i>Archivador</i>		Material: MDP
<i>Ver Apéndice 16</i>	1	Características: Archivador 4 gavetas con corredera metálica y chapa

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>Kit estudio</i>		El Kit Cima es un Estudio de tipo Lineal. Fabricado en
	1	Tablero Melamínico Sus dimensiones son 1800mm x
<i>Ver Apéndice 17</i>		600mm.
<i>Set x2 Sillas</i>		Peso máximo soportado: 100 kg
	2	Alto: 84 cm
<i>Ver Apéndice 18</i>		Ancho: 49 cm
		Fondo: 53 cm
		Estilo deco: Nórdico
<i>Caneca Pedal</i>		Características: Doble basurero cada uno de 20 Litros,
	1	Base Fija, pedal
<i>Ver Apéndice 19</i>		Material: Plástico
<i>Dispensador agua</i>		Ancho: 32 cm
	1	Alto: 52.6 cm
<i>Ver Apéndice 20</i>		Fondo: 31 cm
		Peso: 5.96 kg
		47-Luz Encendido: Frio Y Calor=Si
<i>Botiquín</i>		1 Alcohol antiséptico frasco x 120ml tapa rosca
		1 Algodón paquete x 25 gr
		1 Aplicadores paquete x 20 unidades
		2 Apósito ocular adulto
		1 Bajalenguas paquete x 20 unidades
		1 Bolsa plástica roja pequeña
	1	1 Empotrable referencia 3 medidas 35 x 27 x 10 cm
<i>Ver Apéndice 21</i>		10 Cura unidad
		1 Esferos
		1 Gancho nodriza
		2 Gasa estéril 7.5x7.5 por 5 unidades
		1 Guante par empacado individual látex producto por
		verificar existencias
		1 Jabón antibacterial clorhexidina 60ml
		1 Jeringa por 5ml

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

		1 Libreta
		1 Linterna dinamo recargable no necesita pilas
		1 Micropore de 1/2" x 5yardas
		1 Solución salina 500ml
		1 Tapabocas sencillo producto por unidad en empaque individual
		1 Termómetro digital
		1 Tijera sencilla
		1 Venda elástica 3" x 5 yardas
		1 Venda triangular
		1 Yodopovidona solución 120ml
<i>Extintor</i>		Material: Solución extintora seca
<i>Ver Apéndice 22</i>	6	Uso: Para uso en apagado de fuego
		Alto: 17,5 cm
		Material: Polipropileno
<i>Caneca</i>		Ancho: 15 cm
	4	Tapa: Si
<i>Ver Apéndice 23</i>		Cuenta con ruedas: No
		Diámetro: 15 cm
		Largo: 17 cm

Tabla 22

Equipo de computación y comunicación

<i>ACTIVO</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>ESPECIFICACIONES GENERALES</i>
<i>Portátil</i>		Tamaño: 15.6 Pulgadas
	5	Memoria RAM: 4 GB
		Capacidad disco duro: 128 GB
<i>Ver Apéndice 5</i>		Procesador: AMD 3020e

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

		Sistema operativo: Windows
		Puertos HDMI: 1
		Puertos USB: 3
		Velocidad procesador: 1.2 GHz
		Tamaño: 6.43 pulgadas
		Capacidad de almacenamiento: 64 GB
		Batería: 5000 mAh
		Memoria RAM: 6 GB
<i>Celular</i>		Procesador: MediaTek
	6	Versión sistema operativo: Android 11
<i>Ver Apéndice 6</i>		Núcleos del Procesador: 8
		Pantalla: AMOLED
		Resolución cámara frontal: 13 MP
		Resolución cámara posterior: 60 MP;8 MP;2 MP
		Dual sim: Si
		Ancho: 15cm
<i>Teléfono Alámbrico</i>		Contestadora: No
	1	Altavoz: No
<i>Ver Apéndice 7</i>		Largo: 20cm
		Funciones: Control de volumen y remarcación.

Tabla 23

Maquinaria y equipo

<i>ACTIVO</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>ESPECIFICACIONES</i>
<i>Minicomponente</i>	1	Tipo de Producto: Minicomponente 3 BOX
		Ancho o Frente: 127 Centímetros
<i>Apéndice 9</i>		Alto: 71 Centímetros
		Potencia RMS: 4000 Watts

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>Micrófono Alámbrico</i> <i>Apéndice 10</i>	3	Conexión: Alámbrica Tipo de Micrófono: Omnidireccional
<i>Micrófono de Solapa</i> <i>Apéndice 11</i>	3	Duración de la Batería: 5 Horas Aproximadas No. Micrófonos en el Empaque: 2 Unidades Tipo de Micrófono: Dinámico o Bovina Móvil Tipo de Usuario: Profesional

Tabla 24*Muebles y enseres operativos o de producción*

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
<i>Silla Ergonómica</i>	2	Ancho (centímetros): 61
		Alto (centímetros): 122
		Material estructura: Espuma, Polipropileno, Textil Apoyabrazos: Si
<i>Escritorio</i>	2	Alto: 715mm
		Ancho: 1500mm
		Profundidad: 600mm Forma: Lineal
<i>Set x2 Sillas</i>	2	Peso máximo soportado: 100 kg
		Alto: 84 cm
		Ancho: 49 cm

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Fondo:	53	cm
Estilo deco:	Nórdico	

Materiales, insumos o mercancías.

En estos rubros se asignará un estimado en materiales directos, ya definidos para lograr realizar las pistas visuales (notas o figuras en el camino a la sorpresa), carteles, cartas, entre otras; usados en cada servicio de entrega de mensaje o detalle a un ser querido.

Tabla 25

Materiales directos, insumos o mercancía para la venta

<i>MATERIAL</i>	<i>UNIDAD</i>	<i>CANTIDAD</i>	
	<i>DE</i>	<i>POR</i>	<i>CANTIDAD</i>
	<i>MEDIDA</i>	<i>UNIDAD</i>	<i>AÑO 1</i>
<i>hilo rojo</i>	metro	0,1000	234
<i>velas recargables</i>	unidad	0,0450	105
<i>pendón</i>	unidad	0,0010	2
<i>bombas de jabón</i>	unidad	0,0300	70
<i>Chispitas mariposas</i>	unidad	0,0300	70

Tabla 26

Materiales indirectos

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>MATERIAL</i>	<i>UNIDAD DE MEDIDA</i>	<i>CANTIDAD POR UNIDAD</i>	<i>CANTIDAD AÑO 1</i>
<i>Carpetas de presentación</i>	Unidad	0,0900	211
<i>Resma eco amigables</i>	Resma	0,0450	105
<i>Lapiceros</i>	Unidad	0,0200	47
<i>Marcadores</i>	Unidad	0,0050	12
<i>Cinta ancha</i>	Unidad	0,0100	23
<i>Pegante</i>	Unidad	0,0050	12
<i>Sobres manila</i>	Unidad	0,5000	1.172

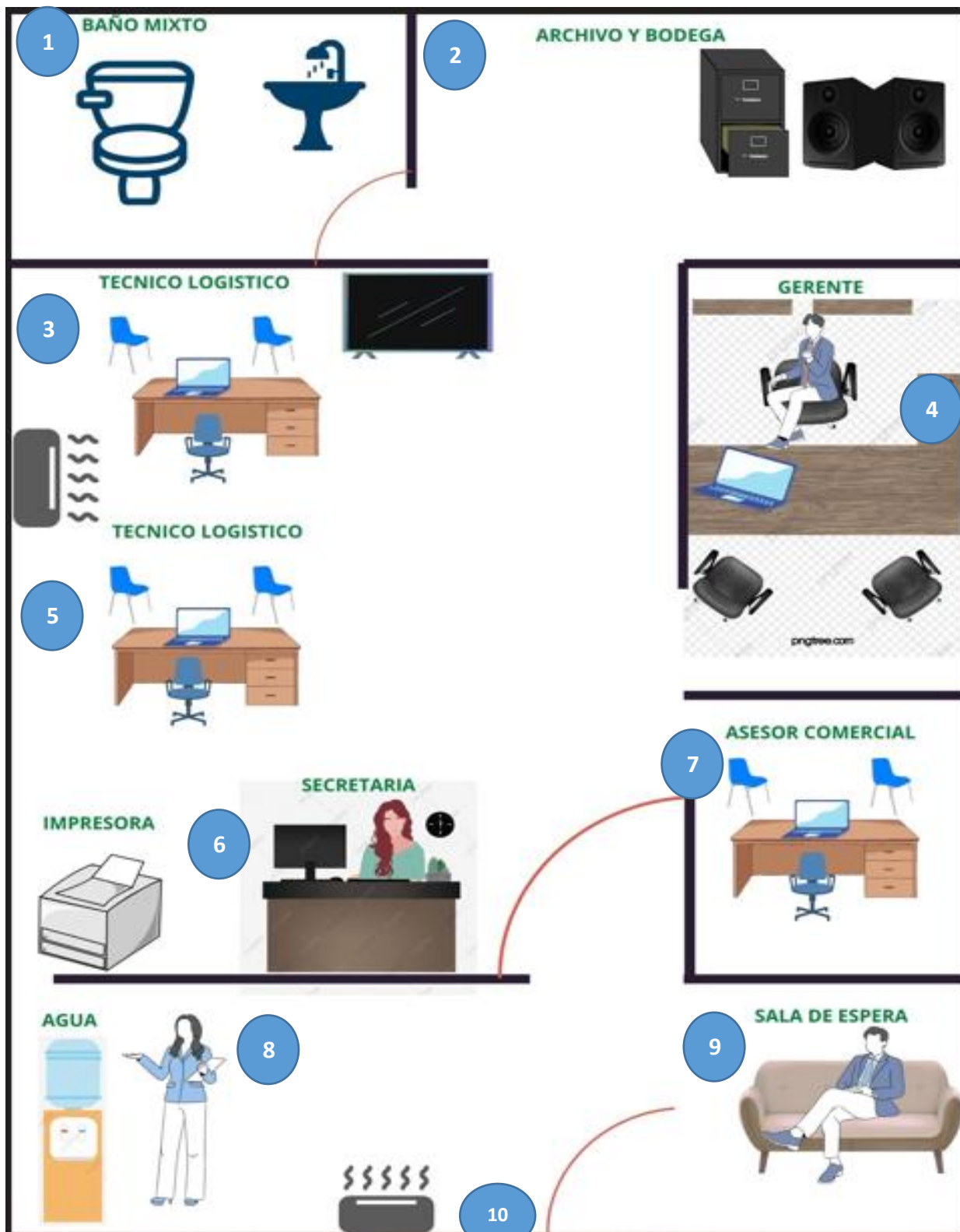
3.2.6. Distribución de planta

Para MAGIA, poder prestar servicio de eventos memorables, no requiere una distribución de planta alta, debido a que usar de manera óptima las herramientas tecnológicas contribuye a la distribución de espacios y desarrollo de actividades de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo. Por lo que se ha determinado la siguiente distribución de planta, contemplando un local de una sola planta:

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Figura 25

Distribución de planta



LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Tabla 27

Distribución de planta

ZONA	ÁREA	DIMENSIONES	ÁREA EN m²
1	Baño mixto	2*3	6
2	Archivo y bodega	8*3	24
3	Técnico logístico	2*3	6
4	Gerencia	3*6	18
5	Técnico logístico	2*3	6
6	Secretaria	5*3	15
7	Asesor comercial	3*3	9
8	Zona autoservicio	3*2	6
9	Sala de espera	3*2	6
10	Ancho total	8	96
11	Fondo total	12	

La distribución de planta que requiere *MAGIA* es de 96 m² como mínimo, para con ella poder ubicar de una manera óptima a todos los funcionarios de la empresa, partiendo de las necesidades que requiere cada evento, reduciendo eventos de accidentalidad dentro de la empresa por encontrarse en una correcta distribución, logrando así un gran desarrollo de labores diarias.

3.2.7. Localización

Macro localización: La ubicación del proyecto se realizará en el Municipio de Floridablanca, de manera estratégica la empresa quedará en medio de Bucaramanga, Girón y Piedecuesta; estando en el “corazón” de los 4 municipios, se torna mejor la movilización y estrategias.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Figura 26

Mapa de Floridablanca



Nota. Tomado de Gobierno de Floridablanca (s. f.-a)

Micro localización: Basándose en el POT de Floridablanca, utilizando el medio cualitativo por puntos, se determinará el sitio óptimo para ubicar MAGIA.

- Elección de zona:
 - Centros comerciales Cañaveral (La Florida – Caracolí – Lagos I).
 - Centro comercial los Andes.
 - Asturias.
- Factores importantes:
 - Buenas condiciones en vías de acceso.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

- Seguridad en el sector.
- Buenas condiciones de infraestructura para tomar en arriendo.
- Sector residencial.
- Acceso a parqueadero.

Tabla 28

Micro localización

FACTOR	PESO	CALIFICACIÓN		
		CENTROS COMERCIALE S CAÑAVERAL	CENTRO COMERCIAL LOS ANDES	ASTURIAS
<i>Necesidad de remodelación</i>	15%	4,00	3,00	7,00
<i>Área disponible</i>	25%	6,00	4,00	8,00
<i>Zona de parqueo</i>	20%	3,00	6,00	8,00
<i>Canon de arrendamiento</i>	10%	6,00	6,00	4,00
<i>Facilidad de acceso para clientes</i>	30%	3,00	3,00	7,00
TOTALES	100%	4,20	4,15	7,15

3.2.8. Control de calidad

Cuando la empresa esté en marcha se debe cumplir con todas las normas legales, aquellas normas o leyes visibles como lo es la legalidad del nombre, solo que existen otras detrás de bambalinas que no son tan fácil de descifrar, pero son de suma importancia, entre ellas en un control de calidad, para ello, hasta que **MAGIA** inicie su funcionamiento, no se pueden tramitar.

No solo teniendo un sistema de gestión para control de calidad otorga beneficios a la calidad, por ende, no se contratará a una persona para realizar dichas labores, en su lugar se

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

definirán los controles antes, durante y después de la prestación del servicio para entrega de mensajes o detalles personalizados; para esto se puede tener una lista de chequeo para la preparación o logística del evento, el cual saldrá en acta de reunión del equipo de trabajo en la cual se define como será la sorpresa a entregar; durante el evento el funcionario de MAGIA, que acompañe al facilitador (persona que entrega el mensaje o detalle), es quien debe validar que todo lo planeado sea ejecutado, para así tener control y seguimiento del servicio brindado sea según lo estipulado en el acuerdo de servicio con el cliente; al finalizar la sorpresa, se puede enviar una encuesta de satisfacción tanto al cliente inicial, quien contrató los servicios de la empresa para entregar su mensaje o detalle, como al cliente final, quien es la persona que recibe la sorpresa; son las dos personas que evaluarán el calidad del servicio brindado y al personal de la empresa. Datos con los cuales se puede garantizar una calidad en la prestación del servicio, como a su vez prever errores futuros.

3.3. Capacidad del proyecto

3.3.1. Capacidad total diseñada por la línea de producto o servicio

Es la cantidad de prestación de servicios de eventos memorables, teniendo en cuenta disponibilidad de transporte, recursos, sitios, empresas, rutas u otra entidad implicada en el evento. Para el tema logístico se deben contemplar varios factores, en la entrevista con el cliente inicial, al diligenciar el canvas emocional, se determina cómo y dónde se realizará la entrega, los elementos que acompañará la sorpresa, si se debe entregar un detalle (comprado por el cliente inicial), para con esta información poder realizar la logística con el equipo de trabajo, gracias a que no se cuenta con empresas que realizan este tipo de entregas de mensajes para valorarla como competencia o guía.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Tabla 29*Capacidad diseñada*

<i>Días del año</i>	365
<i>Días de descanso (rotativo)</i>	52
<i>Total días</i>	313
<i>Promedio de horas laboradas por día</i>	8
<i>Total horas por año</i>	2504
<i>Técnicos de servicio</i>	3
<i>Horas laboradas por año</i>	7512
<i>Horas por prestación del servicio</i>	2
<i>Capacidad diseñada (Servicios por año)</i>	3756

3.3.2. Capacidad instalada

Se tiene en cuenta el tiempo real de producción de la empresa, según jornada laboral, número de empleados, equipos disponibles necesarios y disponibles para la entrega (sonido, micrófonos, entre otros.). Expresar el número de unidades y/o servicios, que estaría en capacidad de salir al mercado.

Tabla 30*Capacidad instalada*

<i>Días del año</i>	365
<i>Días festivos</i>	13
<i>Días de descanso (miércoles)</i>	52
<i>Total días</i>	300
<i>Promedio de horas laboradas por día</i>	8
<i>Total horas por año</i>	2400
<i>Planeación mensual (1 horas * 8 días)</i>	96
<i>Promedio incapacidades (9 días * 8 horas)</i>	72
<i>Total tiempo laborado por Técnico de servicio</i>	2232

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>Técnicos de servicio</i>	3
<i>Horas laboradas por año</i>	6696
<i>Horas por prestación del servicio</i>	2
<i>Capacidad diseñada (Servicios por año)</i>	3348

3.3.3. *Capacidad utilizada y proyectada*

Se calcula la capacidad utilizada, basándose en la capacidad instalada, para el ejercicio se tomará un pronóstico de ventas inicial del 65%, con un incremento anual del 2%. Todo ello a través de técnicas de ventas, mercadeo, marketing digital, innovación tecnológica, ejecución de campañas, charlas institucionales sobre los beneficios de las relaciones interpersonales sanas, entre otras; todo aquello que impulse a aumentar las ventas de manera anual.

Tabla 31*Capacidad utilizada*

CAPACIDAD INSTALADA	APROVECHAMIENT O	CAPACIDAD UTILIZADA
3348	65%	2176

Tabla 32*Capacidad proyectada*

	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
<i>Capacidad diseñada</i>	3.756				
<i>Capacidad instalada</i>	3.348	3.348	3.348	3.348	3.348
<i>Porcentaje de utilización de la Capacidad instalada</i>	65%	67%	69%	71%	73%
<i>Capacidad utilizada y proyectada</i>	2.176	2.243	2.310	2.377	2.444

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>Porcentaje de</i>	0,06%	0,06%	0,06%	0,06%	0,06%
<i>Participación en el</i>					
<i>mercado</i>					

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

4. Estudio Administrativo

4.1. Forma de constitución

Basado en el Código de Comercio, la constitución de Empresa es Sociedad por Acciones Simplificada – SAS, “para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas. La podrá constituir una o varias personas naturales o jurídicas, quienes serán responsables únicamente hasta por el monto de sus respectivos aportes.”.

Basado en lo anterior se escoge una empresa SAS, para todos tengan participación y responsabilidad de la empresa, según los aportes realizados a la empresa.

4.2. Estructura organizacional

4.2.1. Misión

Figura 27

Misión



LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES**4.2.2. Visión****Figura 28***Visión*

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

4.2.3. Valores corporativos

Figura 29

Valores Corporativos



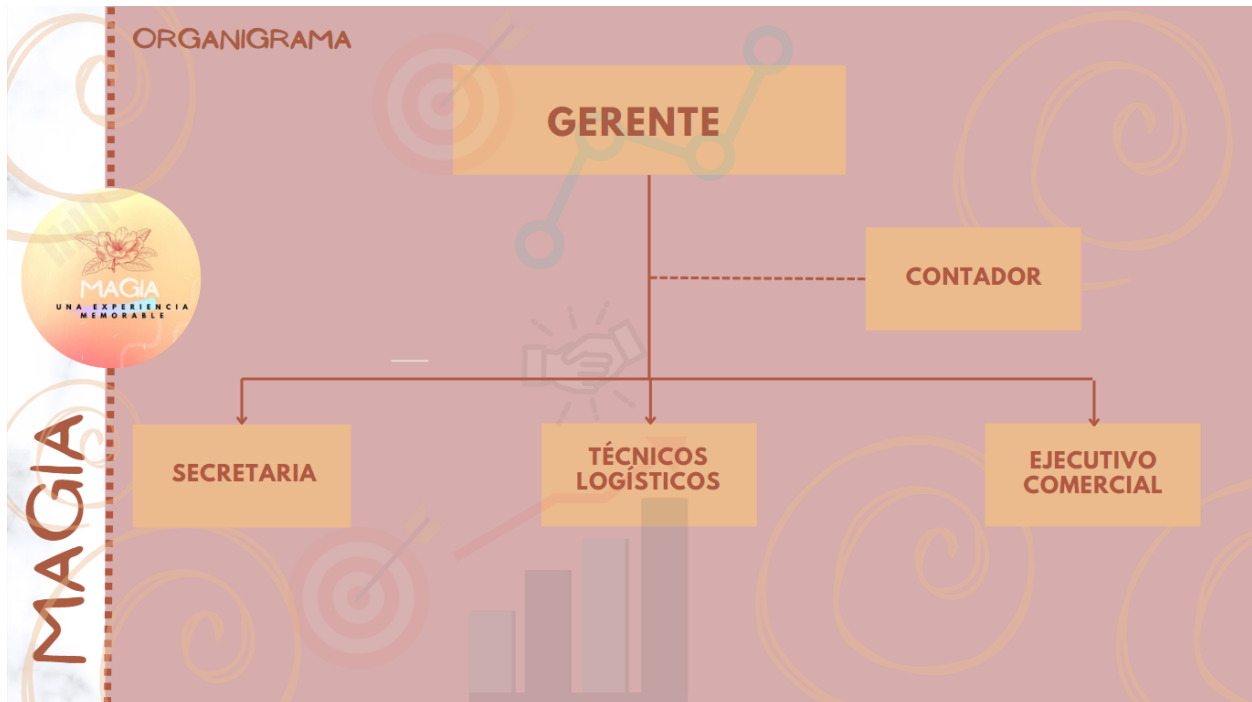
VALORES CORPORATIVOS

- DIFERENCIA:** Se debe resaltar que MAGIA, es la empresa pionera, que presta el servicio para entrega de mensajes o detalles de una manera personalizada, afianzando relaciones interpersonales.
- EXCELENCIA:** Entrega de mensajes con la calidad llevada a su máximo potencial, hará tener clientes fieles, por la excelencia en los servicios realizados.
- FLEXIBILIDAD:** Ser una empresa que se adapte a los cambios y dinamismo del mercado, previendo cambios y ganar ventaja por ser pioneros en este tipo de servicios.
- INNOVACIÓN:** Búsqueda continua de ideas creativas y nuevas para entrega de mensajes que tengan el potencial de impactar a las personas y al mejoramiento de sus relaciones interpersonales.
- PUNTUALIDAD:** Cumplir con cada compromiso de entrega de mensaje o detalle bajo las condiciones acordadas, gestionando el tiempo como prioridad y planificar muy bien la sorpresa.
- RESPONSABILIDAD:** Tomar decisiones consecuentes al respeto por las normas y leyes, dignificando en cada sorpresa las acciones realizadas con transparencia.
- TRABAJO EN EQUIPO:** Trabajar todo el equipo en sincronía, para lograr algo mas grande que al trabajar de manera individual, reflejado en cada uno de los servicios realizados.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

4.2.4. *Organigrama*

Figura 30

Organigrama

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

4.2.5. *Asignación salarial*

Para la asignación salarial se relaciona de manera detallada según los cargos:

Tabla 33

Asignación salarial

CARGO	SUELDO	SUBSIDIO TRANSPORT E	ÁREA	TIPO DE CONTRAT O	N.º PUESTO S
Gerente	\$ 3.000.000	\$ 0	Administrativ a	Indefinido	1
Secretaria	\$ 1.200.000	\$ 140.606	Administrativ a	Fijo a un año	1
Ejecutivo Comercial	\$ 2.000.000	\$ 140.606	Comercial	Fijo a un año	1
Técnico logístico	\$ 1.500.000	\$ 140.606	Operativa	Fijo a un año	3

Tabla 34

Bases para liquidación

Cesantías	8,333%
Intereses a las Cesantías	1,000%
Prima de servicios	8,333%
Vacaciones	4,167%
Salud	8,500%
Pensión	12,000%
ARL	0,500%
SENA (Aplica cuando el mayor a 1 SMMLV)	2,000%

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>ICBF (Aplica cuando el mayor a 1 SMMLV)</i>	3,000%
<i>Caja de compensación</i>	4,000%
<i>Dotación</i>	5,000%

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

5. Estudio Financiero

5.1. Inversiones fija y diferida

Acorde a los requerimientos de MAGIA, para prestar el servicio de eventos memorables en Bucaramanga y el área metropolitana, son los siguientes

5.1.1. Inversión fija

La inversión fija es constituida por todos los activos con los que se deben contar, para poner en marcha la empresa, que a su vez le brindan al talento humano las herramientas para lograr llevar al cliente final un servicio de calidad. Realizando el presupuesto la empresa tiene claridad del dinero con el que debe contar para tal fin.

Tabla 35

Equipo de oficina

Ver anexos de cada cotización de producto y características, el valor de instalación o mantenimiento de aire se asigna en gastos adecuación de la oficina, junto con mano de obra y pintura del lugar.

ACTIVO	CANTIDA D	VALOR UNITARI O	VALOR TOTAL	DEPRECIACI ÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMEN TO
Impresora	1	\$ 619.900	\$ 619.900	\$ 103.980	\$ 100.000
Sofá	1	\$ 899.900	\$ 869.900	\$ 153.980	\$ 100.000
Silla Ergonómica	3	\$ 459.900	\$ 1.379.700	\$ 265.940	\$ 150.000
Archivador	1	\$ 449.900	\$ 449.900	\$ 69.980	\$ 100.000

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>Kit estudio</i>	<i>1</i>	\$	\$	\$	<i>91.980</i>	\$	<i>-</i>
		<i>459.900</i>	<i>459.900</i>				
<i>Set x2 Sillas</i>	<i>2</i>	\$	\$	\$	<i>151.960</i>	\$	
		<i>429.900</i>	<i>859.800</i>				<i>100.000</i>
<i>Escritorio</i>	<i>2</i>	\$	\$	\$	<i>246.512</i>	\$	
		<i>866.280</i>	<i>1.732.560</i>				<i>500.000</i>
<i>Aire Acondicionado</i>	<i>2</i>	\$	\$	\$	<i>483.960</i>	\$	
		<i>1.709.900</i>	<i>3.419.800</i>				<i>1.000.000</i>
<i>Dispensador de Agua</i>	<i>1</i>	\$	\$			\$	<i>-</i>
		<i>369.900</i>	<i>369.900</i>				
<i>Botiquín</i>	<i>1</i>	\$	\$			\$	<i>-</i>
		<i>119.900</i>	<i>119.900</i>				
<i>Extintor 2,5 libras</i>	<i>6</i>	\$	\$			\$	<i>-</i>
		<i>29.900</i>	<i>179.400</i>				
<i>Caneca</i>	<i>4</i>	\$	\$			\$	<i>-</i>
		<i>23.900</i>	<i>95.600</i>				
<i>caneca pedal</i>	<i>1</i>	\$	\$			\$	<i>-</i>
		<i>111.900</i>	<i>111.900</i>				
<i>TV</i>	<i>1</i>	\$	\$	\$	<i>555.320</i>	\$	
		<i>2.899.900</i>	<i>2.899.900</i>				<i>1.000.000</i>
TOTALES			\$13.598.0	\$2.109.612		\$3.050.000	
			60				

Tabla 36*Equipo de computación y comunicación*

Ver anexos de cada cotización de producto y características.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>ACTIVO</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>VALOR</i>	<i>VALOR</i>	<i>DEPRECIACIÓN</i>	<i>VALOR DE</i>
	<i>AD</i>	<i>UNITARIO</i>	<i>TOTAL</i>	<i>ANUAL</i>	<i>SALVAMENTO</i>
		<i>0</i>			<i>0</i>
<i>Portátil</i>	5	\$	\$	\$ 699.900	\$ 2.000.000
		1.099.900	5.499.500		
<i>Celular</i>	6	\$ 759.000	\$	\$ 910.800	\$ 0
			4.554.000		
<i>Teléfono</i>	1	\$ 69.900	\$ 69.900	\$ 11.980	\$ 10.000
<i>Alámbrico</i>					
TOTALES			\$10.123.400	\$ 1.622.680	\$ 2.010.000

Tabla 37

Maquinaria y equipo

<i>ACTIVO</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>VALOR</i>	<i>VALOR</i>	<i>DEPRECIACIÓN</i>	<i>VALOR DE</i>
	<i>AD</i>	<i>UNITARIO</i>	<i>VALOR</i>	<i>ANUAL</i>	<i>SALVAMENTO</i>
		<i>0</i>	<i>TOTAL</i>		<i>0</i>
<i>Minicomponente</i>	1	\$ 199.900	\$	\$ 19.980	\$ 100.000
<i>PANASONIC</i>			199.90		
<i>MAX6500 4000 Watts</i>			0		
<i>Negro</i>					
<i>Micrófono de Solapa</i>	3	\$ 49.900	\$	\$ 29.940	\$ 0
<i>VTA Alámbrico con</i>			149.70		
<i>Gancho de Sujeción</i>			0		
<i>3.5mm</i>					
<i>Micrófono KALLEY</i>	3	\$ 69.900	\$	\$ 31.940	\$ 50.000
<i>Inalámbrico 2 Mic K-</i>			209.70		
<i>MID100</i>			0		

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

TOTALES	\$	\$ 81.860	\$ 150.000
		559.30	
		0	

Tabla 38

Muebles y enseres operativos o de producción

ACTIVO	CANTIDA D	VALOR UNITARI O	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓ N ANUAL	VALOR DE SALVAMENT O
<i>Silla Ergonómic a</i>	2	\$ 889.900	\$ 1.779.800	\$ 255.960	\$ 500.000
<i>Set x2 Sillas</i>	2	\$ 459.900	\$ 919.800	\$ 153.960	\$ 150.000
<i>Escritorio</i>	2	\$ 449.900	\$ 899.800	\$ 149.960	\$ 150.000
TOTALES			\$ 3.599.400	\$ 559.880	\$ 800.000

Tabla 39

Inversión fija

ACTIVO	VALOR TOTAL
<i>Equipo de oficina</i>	\$ 13.598.060
<i>Equipo de computación y comunicación</i>	\$ 10.123.400
<i>Maquinaria y equipo</i>	\$ 559.300
<i>Terreno</i>	\$ 0
<i>Construcciones y edificaciones</i>	\$ 0
<i>Muebles y enseres operativos</i>	\$ 3.599.400
<i>Herramientas, repuestos y accesorios</i>	\$ 0

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>Inventario de mercancía</i>	\$ 0
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 27.880.160

5.1.2. Inversión diferida

La inversión diferida es todo bien y servicio, que no se puede olvidar para la puesta en marcha del proyecto, pero son intangibles, que no apuntan directamente en la prestación del servicio.

Tabla 40*Inversión diferida*

CONCEPTO	VALOR
<i>Estudio de Factibilidad</i>	\$ 0
<i>Licencia de funcionamiento</i>	\$ 109.500
<i>Registro sanitario</i>	\$ 0
<i>Escritura de Constitución</i>	\$ 0
<i>Registro de libros y documentos</i>	\$ 0
<i>Estudio impacto ambiental</i>	\$ 6.426.000
<i>Diseño del SG-SST</i>	\$ 1.035.300
<i>Otro software</i>	\$ 0
<i>Softwarecontable</i>	\$ 0
<i>Adecuaciones-Remodelaciones</i>	\$ 6.000.000
<i>Publicidad Lanzamiento</i>	\$ 3.950.000
<i>Diseño de identidad corporativa</i>	\$ 2.000.000
<i>Diseño del sitio web o tienda virtual</i>	\$ 500.000
<i>Patentes</i>	\$ 0
<i>Registro de marca</i>	\$ 104.000
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 20.124.800
<i>Amortización anual</i>	\$ 4.024.960
<i>Amortización mensual</i>	\$ 335.413

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

**** Adecuaciones – Remodelaciones**, dentro de este rubro se contempla mano de obra, instalación de aire acondicionado, materiales, adecuación con colores institucionales, instalación de muebles o algo requerido para iniciar labores.

5.2. Costos y gastos

El costo es todo aquello en lo que se incurre, para lograr prestar los servicios de entrega de mensajes personalizados a un ser querido, que a la final terminan siendo parte del servicio, entre ellos se encuentra arriendo, servicios públicos, depreciaciones, entre otras; en cambio los gastos son todas aquellas salidas de dinero a que no se puede excluir como los pagos de la nómina del talento humano de la empresa.

5.2.1. Costos de producción o costos de prestación del servicio o costos de comercialización

Tabla 41

Prorratio entre costos y gastos

RUBRO	PORCENTAJ E COSTO	PORCENTAJ E GAV	VALOR MES
Arriendo	70%	30%	\$ 1.000.000
Acueducto	0%	100%	\$ 60.000
Energía	40%	60%	\$ 400.000
Gas	0%	100%	\$ 10.000
Teléfono	50%	50%	\$ 0
Depreciación Construcciones y edificaciones		100%	\$ 0
Mitigación impacto ambiental	50%	50%	\$ 200.000
Internet	100%	0%	\$ 105.000
Seguros	0%	100%	\$ 0

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

5.2.1.1. Costos fijos

Tabla 42

Costos fijos

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
<i>Arriendo</i>	\$ 700.000	\$ 8.400.000
<i>Seguros</i>	\$ 0	\$ 0
<i>Teléfono</i>	\$ 0	\$ 0
<i>Internet</i>	\$ 105.000	\$ 1.260.000
<i>Jefe de producción (MOI)</i>	\$ 0	\$ 0
<i>Mitigación impacto ambiental</i>	\$ 100.000	\$ 1.200.000
<i>Depreciación operativa</i>	\$ 53.478	\$ 641.740
<i>Otro</i>	\$ 0	\$ 0
TOTALES	\$ 958.478	\$ 11.501.740

5.2.1.2. Costos variables

Tabla 43

Nomina operativa – MOD

CARGO	PORCENTAJE	TÉCNICO LOGÍSTICO
SUELDO		\$ 1.500.000
SUB.TRANSP		\$ 140.606
Cesantías	8,333%	\$ 136.712
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 16.406
Prima de servicios	8,333%	\$ 136.712
Vacaciones	4,167%	\$ 68.356

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Salud	8,500%	\$ 127.500
Pensión	12,000%	\$ 180.000
ARL	0,500%	\$ 7.500
SENA	2,000%	\$ 30.000
ICBF	3,000%	\$ 45.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 60.000
Dotación	5,000%	\$ 75.000
SALARIO REAL		\$ 2.523.791
N.º DE PUESTOS		3
COSTO TOTAL MOD	\$ 90.856.487	\$ 90.856.487

Tabla 44*Insumos y / o materias primas*

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD AÑO 1	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
<i>hilo rojo</i>	metro	201	833	\$ 167.333
<i>velas recargables</i>	unidad	90	30	\$ 2.712
<i>bombas de jabón</i>	unidad	60	2000	\$ 120.528

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>Chispitas mariposas</i>	unidad	60	100	\$
				6.026

<i>COSTO TOTAL ISNUMOS O MATERIA PRIMA</i>				\$
				296.599

Tabla 45

Materiales indirectos

<i>MATERIAL</i>	<i>UNIDAD DE MEDIDA</i>	<i>CANTIDAD AÑO 1</i>	<i>COSTO UNITARIO</i>	<i>COSTO ANUAL</i>
<i>Carpetas de presentación</i>	Unidad	181	\$ 150	\$ 27.119
<i>Resma eco amigables</i>	Resma	90	\$ 9.000	\$ 813.564
<i>Lapiceros</i>	Unidad	40	\$ 1.000	\$ 40.176
<i>Marcadores</i>	Unidad	10	\$ 2.000	\$ 20.088
<i>Cinta ancha</i>	Unidad	20	\$ 1.500	\$ 30.132
<i>Pegante</i>	Unidad	10	\$ 2.000	\$ 20.088
<i>Sobres manila</i>	Unidad	1.004	\$ 125	\$ 125.550
<i>COSTO TOTAL MATERIALES INDIRECTOS</i>				\$ 1.076.717

Tabla 46

Costos variables

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
-----------------	----------------------	----------------------

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

MOD	\$ 7.571.374	\$ 90.856.487
Materiales directos	\$ 24.717	\$ 296.599
Materiales indirectos	\$ 89.726	\$ 1.076.717
Acueducto	\$ 0	\$ 0
Energía	\$ 160.000	\$ 1.920.000
Gas	\$ 0	\$ 0
Asesor técnico		\$ 0
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 0	\$ 0
Otro		\$ 0
TOTALES	\$ 7.845.817	\$ 94.149.803

5.2.1.3. Costos totales

Tabla 47

Costos totales

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
COSTOS FIJOS	\$ 958.478	\$ 11.501.740
COSTOS VARIABLES	\$ 7.845.817	\$ 94.149.803
TOTALES	\$ 8.804.295	\$ 105.651.543

5.2.2. Gastos de administración y ventas

5.2.2.1. Gastos fijos de administración y ventas

Tabla 48

Nomina administrativa

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>CARGO</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>GERENTE</i>	<i>SECRETARIA</i>
<i>SUELDO</i>		\$ 3.000.000	\$ 1.200.000
<i>SUB.TRANSP</i>		\$ 0	\$ 140.606
<i>Cesantías</i>	8,333%	\$ 249.990	\$ 111.713
<i>Intereses a las Cesantías</i>	1,000%	\$ 30.000	\$ 13.406
<i>Prima de servicios</i>	8,333%	\$ 249.990	\$ 111.713
<i>Vacaciones</i>	4,167%	\$ 124.995	\$ 55.856
<i>Salud</i>	8,500%	\$ 255.000	\$ 102.000
<i>Pensión</i>	12,000%	\$ 360.000	\$ 144.000
<i>ARL</i>	0,500%	\$ 15.000	\$ 6.000
<i>SENA</i>	2,000%	\$ 60.000	\$ 24.000
<i>ICBF</i>	3,000%	\$ 90.000	\$ 36.000
<i>Caja de compensación</i>	4,000%	\$ 120.000	\$ 48.000
<i>Dotación</i>	5,000%	\$ 150.000	\$ 60.000
<i>SALARIO REAL</i>		\$ 4.704.975	\$ 2.053.294
<i>N.º DE PUESTOS</i>		1	1
<i>COSTO TOTAL NÓMINA</i>	\$ 81.099.226	\$ 56.459.700	\$ 24.639.526

Tabla 49*Gastos fijos de administración y ventas*

<i>CONCEPTO</i>	<i>VALOR MENSUAL</i>	<i>VALOR ANUAL</i>
<i>Nómina administrativa</i>	\$ 6.758.269	\$ 81.099.226
<i>jefe de ventas</i>	\$ 0	\$ 0
<i>Arriendo</i>	\$ 300.000	\$ 3.600.000

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>Acueducto</i>	\$ 60.000	\$ 720.000
<i>Energía</i>	\$ 240.000	\$ 2.880.000
<i>Gas</i>	\$ 10.000	\$ 120.000
<i>Teléfono</i>	\$ 0	\$ 0
<i>Internet</i>	\$ 0	\$ 0
<i>Administración redes sociales</i>	\$ 500.000	\$ 6.000.000
<i>Mantenimiento del sitio web o tienda virtual</i>	\$ 200.000	\$ 2.400.000
<i>Nombre de dominio</i>	\$ 3.583	\$ 43.000
<i>Hosting o servidor</i>	\$ 19.250	\$ 231.000
<i>Certificado de seguridad (SSL) ***</i>	\$ 0	\$ 0
<i>Licencias tecnológicas</i>	\$ 25.000	\$ 300.000
<i>Seguros</i>	\$ 0	\$ 0
<i>Publicidad operativa</i>	\$ 1.900.000	\$ 22.800.000
<i>Contador</i>	\$ 500.000	\$ 6.000.000
<i>Asesoría SG-SST</i>	\$ 400.000	\$ 4.800.000
<i>Papelería</i>	\$ 100.000	\$ 1.200.000
<i>Cafetería</i>	\$ 100.000	\$ 1.200.000
<i>Mitigación impacto ambiental</i>	\$ 100.000	\$ 1.200.000
<i>Matrícula mercantil</i>	\$ 0	
<i>Amortización de diferidos</i>	\$ 335.413	\$ 4.024.960
<i>Depreciaciones administrativas</i>	\$ 311.024	\$ 3.732.292
TOTALES	\$ 11.862.540	\$ 142.350.478

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

*** *El Certificado de seguridad (SSL) está incluido en el Hosting o servidor.*

5.2.2.2. Gastos variables de administración y ventas

Tabla 50

Nómina de ventas

CARGO	PORCENTAJE	EJECUTIVO COMERCIAL
SUELDO		\$ 2.000.000
SUB.TRANSP		\$ 140.606
Cesantías	8,333%	\$ 178.377
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 21.406
Prima de servicios	8,333%	\$ 178.377
Vacaciones	4,167%	\$ 89.188
Salud	8,500%	\$ 170.000
Pensión	12,000%	\$ 240.000
ARL	0,500%	\$ 10.000
SENA	2,000%	\$ 40.000
ICBF	3,000%	\$ 60.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 80.000
Dotación	5,000%	\$ 100.000
SALARIO REAL		\$ 3.307.954
N.º DE PUESTOS		1
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 39.695.446	\$ 39.695.446

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Tabla 51

Gastos variables de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<i>Gastos de representación</i>	\$ 0	\$ 0
<i>Nómina de ventas</i>	\$ 3.307.954	\$ 39.695.446
<i>Comisiones de ventas</i>	\$ 0	\$ 0
TOTALES	\$ 3.307.954	\$ 39.695.446

5.2.2.3. Gastos totales

Tabla 52

Total gastos de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<i>Gastos fijos</i>	\$ 11.862.540	\$ 142.350.478
<i>Gastos variables</i>	\$ 3.307.954	\$ 39.695.446
Total	\$ 15.170.494	\$ 182.045.923

5.3. Capital de trabajo

En el capital de trabajo se realizarán varios cálculos y proyecciones para poder tener claridad de los recursos financieros con los que MAGIA debe contar para no presentar quiebres financieros e inclusive el fracaso de la empresa. Aquí ya se aterrizan cifras, proyecciones para toma de decisiones e inclusive prever situaciones con posibles soluciones.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Valores de dinero a invertir, de donde saldrán los recursos financieros necesarios, si es necesario un crédito, la rentabilidad de este, en qué momento se encontrará el punto de equilibrio para la recuperación de la inversión inicial, así como la cantidad de servicios necesarios para apoyar a la cifra en dinero del punto de equilibrio.

5.3.1. *Periodo de capital de trabajo*

El periodo de capital se estipulo en 3 meses, teniendo en cuenta un tiempo inicial de 6 semanas de ventas, en estos se encuentran las inversiones iniciales; de igual manera incluye los gastos de administración, los gastos financieros y las depreciaciones y amortizaciones del periodo por concepto del crédito inicial para la financiación del proyecto.

Tabla 53

Capital de trabajo

Capital de trabajo = Activo corriente – Pasivo corriente

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$	\$ 79.298.935	\$ 99.273.845	\$	\$	\$
67.176.318			126.966.668	162.212.316	217.254.025

5.3.2. *Estructura del crédito*

Se realiza consulta en las páginas del Banco de Bogotá, Banco Av. Villas, Banco de la Republica y BBVA, al revisar la mejor oferta en tasas políticas, se encontró que la tasa más baja es del BBVA, para la línea de crédito libre inversión, para todos los segmentos el cual tiene una tasa E.A. 22.81% M.V. 1.73%, para plazos de 6 a 72 meses.

Tabla 54

Estructura del crédito

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

<i>Préstamo</i>	\$ 35.000.000	<i>Interés mensual</i>	1,73%
<i>Periodo</i>	60	<i>Valor cuota mensual</i>	\$942.149

5.3.2.1. Amortización del crédito

Tabla 55

Amortización del crédito

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 336.649	\$ 605.500	\$ 942.149	\$ 34.663.351
2	\$ 342.473	\$ 599.676	\$ 942.149	\$ 34.320.878
3	\$ 348.398	\$ 593.751	\$ 942.149	\$ 33.972.480
4	\$ 354.425	\$ 587.724	\$ 942.149	\$ 33.618.055
5	\$ 360.557	\$ 581.592	\$ 942.149	\$ 33.257.498
6	\$ 366.794	\$ 575.355	\$ 942.149	\$ 32.890.704
7	\$ 373.140	\$ 569.009	\$ 942.149	\$ 32.517.564
8	\$ 379.595	\$ 562.554	\$ 942.149	\$ 32.137.969
9	\$ 386.162	\$ 555.987	\$ 942.149	\$ 31.751.807
10	\$ 392.843	\$ 549.306	\$ 942.149	\$ 31.358.964
11	\$ 399.639	\$ 542.510	\$ 942.149	\$ 30.959.325
12	\$ 406.553	\$ 535.596	\$ 942.149	\$ 30.552.772
	\$ 4.447.228	\$ 6.858.560	\$ 11.305.788	
13	\$ 413.586	\$ 528.563	\$ 942.149	\$ 30.139.186
14	\$ 420.741	\$ 521.408	\$ 942.149	\$ 29.718.445
15	\$ 428.020	\$ 514.129	\$ 942.149	\$ 29.290.425

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

16	\$ 435.425	\$ 506.724	\$ 942.149	\$ 28.855.000
17	\$ 442.957	\$ 499.192	\$ 942.149	\$ 28.412.043
18	\$ 450.621	\$ 491.528	\$ 942.149	\$ 27.961.422
19	\$ 458.416	\$ 483.733	\$ 942.149	\$ 27.503.006
20	\$ 466.347	\$ 475.802	\$ 942.149	\$ 27.036.659
21	\$ 474.415	\$ 467.734	\$ 942.149	\$ 26.562.244
22	\$ 482.622	\$ 459.527	\$ 942.149	\$ 26.079.622
23	\$ 490.972	\$ 451.177	\$ 942.149	\$ 25.588.650
24	\$ 499.465	\$ 442.684	\$ 942.149	\$ 25.089.185
	\$ 5.463.587	\$ 5.842.201	\$ 11.305.788	
25	\$ 508.106	\$ 434.043	\$ 942.149	\$ 24.581.079
26	\$ 516.896	\$ 425.253	\$ 942.149	\$ 24.064.183
27	\$ 525.839	\$ 416.310	\$ 942.149	\$ 23.538.344
28	\$ 534.936	\$ 407.213	\$ 942.149	\$ 23.003.408
29	\$ 544.190	\$ 397.959	\$ 942.149	\$ 22.459.218
30	\$ 553.605	\$ 388.544	\$ 942.149	\$ 21.905.613
31	\$ 563.182	\$ 378.967	\$ 942.149	\$ 21.342.431
32	\$ 572.925	\$ 369.224	\$ 942.149	\$ 20.769.506
33	\$ 582.837	\$ 359.312	\$ 942.149	\$ 20.186.669
34	\$ 592.920	\$ 349.229	\$ 942.149	\$ 19.593.749
35	\$ 603.177	\$ 338.972	\$ 942.149	\$ 18.990.572
36	\$ 613.612	\$ 328.537	\$ 942.149	\$ 18.376.960
	\$ 6.712.225	\$ 4.593.563	\$ 11.305.788	

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

37	\$ 624.228	\$ 317.921	\$ 942.149	\$ 17.752.732
38	\$ 635.027	\$ 307.122	\$ 942.149	\$ 17.117.705
39	\$ 646.013	\$ 296.136	\$ 942.149	\$ 16.471.692
40	\$ 657.189	\$ 284.960	\$ 942.149	\$ 15.814.503
41	\$ 668.558	\$ 273.591	\$ 942.149	\$ 15.145.945
42	\$ 680.124	\$ 262.025	\$ 942.149	\$ 14.465.821
43	\$ 691.890	\$ 250.259	\$ 942.149	\$ 13.773.931
44	\$ 703.860	\$ 238.289	\$ 942.149	\$ 13.070.071
45	\$ 716.037	\$ 226.112	\$ 942.149	\$ 12.354.034
46	\$ 728.424	\$ 213.725	\$ 942.149	\$ 11.625.610
47	\$ 741.026	\$ 201.123	\$ 942.149	\$ 10.884.584
48	\$ 753.846	\$ 188.303	\$ 942.149	\$ 10.130.738
	\$ 8.246.222	\$ 3.059.566	\$ 11.305.788	
49	\$ 766.887	\$ 175.262	\$ 942.149	\$ 9.363.851
50	\$ 780.154	\$ 161.995	\$ 942.149	\$ 8.583.697
51	\$ 793.651	\$ 148.498	\$ 942.149	\$ 7.790.046
52	\$ 807.381	\$ 134.768	\$ 942.149	\$ 6.982.665
53	\$ 821.349	\$ 120.800	\$ 942.149	\$ 6.161.316
54	\$ 835.558	\$ 106.591	\$ 942.149	\$ 5.325.758
55	\$ 850.013	\$ 92.136	\$ 942.149	\$ 4.475.745
56	\$ 864.719	\$ 77.430	\$ 942.149	\$ 3.611.026
57	\$ 879.678	\$ 62.471	\$ 942.149	\$ 2.731.348
58	\$ 894.897	\$ 47.252	\$ 942.149	\$ 1.836.451

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

59	\$ 910.378	\$ 31.771	\$ 942.149	\$ 926.073
60	\$ 926.128	\$ 16.021	\$ 942.149	\$ 0
	\$ 10.130.793	\$ 1.174.995	\$ 11.305.788	
	35.000.000			

5.3.2.2. Gastos financieros

Tabla 56

Gastos financieros

MES	GASTOS FINANCIEROS
<i>Intereses mes 1</i>	\$ 605.500
<i>Intereses mes 2</i>	\$ 599.676
<i>Intereses mes 3</i>	\$ 593.751
Total	\$1.798.927

5.3.3. Cuadro resumen del capital de trabajo

Tabla 57

Capital del trabajo

CONCEPTO	VALOR
<i>Costos totales de producción</i>	\$ 26.412.886
<i>Gastos de administración y ventas</i>	\$ 45.511.481
<i>Gastos financieros</i>	\$ 1.798.927
<i>Menos Depreciaciones</i>	-\$ 1.093.508
<i>Menos Amortización diferidos</i>	-\$ 1.006.240
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 71.623.546

5.4. Inversión total

Tabla 58

Inversión total

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

CONCEPTO	VALOR
<i>Inversión fija</i>	\$ 27.880.160
<i>Inversión diferida</i>	\$ 20.124.800
<i>Inversión capital de trabajo</i>	\$ 71.623.546
INVERSIÓN TOTAL	\$ 119.628.506

5.5. Estructura de capital**Tabla 59***Estructura de capital*

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
<i>Socios fundadores</i>	\$ 30.000.000	25,08%
<i>Nuevos socios</i>	\$ 54.628.506	45,67%
<i>Crédito bancario</i>	\$ 35.000.000	29,26%
TOTAL	\$ 119.628.506	100,00%

5.5.1. Recursos propios

Los socios fundadores realizarán un aporte con recursos propios de \$30.000.000= (Treinta millones de pesos m/cte.), equivalente a 23.44% del valor total de inversión.

5.5.2. Recursos de financiación

Los recursos de financiación para completar el 100% para un total de \$127.991.413= (Ciento veinte siete millones novecientos noventa y un mil cuatrocientos trece pesos m/cte. Se realiza con tres ítems, recursos propios, participación de socios y crédito con un Banco o Cooperativa financiera que brinde en su momento mejor tasa y garantías para emprender, para ello se realiza la distribución de la siguiente manera:

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Tabla 60*Recursos de financiación*

<i>Nuevos socios</i>	\$ 54.628.506	45,67%
<i>Crédito bancario</i>	\$ 35.000.000	29,26%

5.6. Precio de venta**Tabla 61***Precio de venta*

<i>Costos totales de producción</i>	\$ 105.765.986
<i>Gastos de administración y ventas totales</i>	\$ 182.045.923
<i>Costos y gastos totales</i>	\$ 287.811.909
<i>Capacidad utilizada año 1</i>	2.176
<i>Costos y gastos totales unitarios</i>	\$ 132.254
<i>Margen de utilidad</i>	10%
<i>Precio de venta</i>	\$ 146.950
<i>Margen para el intermediario</i>	0%
<i>Precio al intermediario antes de IVA</i>	\$ 146.950
<i>Tasa de IVA o Imptoconsumo</i>	19%
<i>Precio al consumidor</i>	\$ 181.420

El precio actual del servicio ofrecido está por encima del valor promedio estimado a través de la encuesta de \$93.600= (Noventa y tres mil seiscientos pesos m/cte.), lo que haría que éste sea poco competitivo en el mercado. Sin embargo, se implementarán estrategias donde se garantice una entrega amena y de calidad, al final del evento se entrega evidencias de video y fotos como

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

recuerdo del servicio prestado, se realizarán campañas agresivas en redes sociales para aumentar la colocación del servicio y por ende las ventas aumenten, se iniciarán campañas para empezar a dar a conocer el proyecto en empresas y residencias, de manera sectorizada de Bucaramanga y el área metropolitana.

5.7. Estados financieros proyectados

5.7.1. Estado de Resultados proyectado

Tabla 62

Estados de resultados proyectado

Se realiza consulta en la ANDI para revisar porcentajes actuales en la declaración de renta para el año 2022 está en el 35% y en la página del ICA para la tasa del 11.4% por cada mil. para poder realizar el estado de resultados.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$	\$	\$	\$	\$
	319.792.	329.632.	339.472.	349.311.	359.151.
	590	362	134	906	678
Ingresos operacionales no	\$	\$	\$	\$	\$
	6.000.00	6.000.00	6.000.00	6.000.00	6.000.00
	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS	\$	\$	\$	\$	\$
	325.792.	335.632.	345.472.	355.311.	365.151.
	590	362	134	906	678
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materiales	\$	\$	\$	\$	\$
	321.316	331.203	341.089	350.976	360.863
MOD	\$	\$	\$	\$	\$
	90.856.4	90.856.4	90.856.4	90.856.4	90.856.4
	87	87	87	87	87

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

CIF	\$	\$	\$	\$	\$	
	14.588.1	14.683.1	14.778.1	14.873.0	14.968.0	
	83	51	18	86	53	
UTILIDAD BRUTA	\$	\$	\$	\$	\$	
	220.026.	229.761.	239.496.	249.231.	258.966.	
	604	522	440	358	275	
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
Nómina administrativa	\$	\$	\$	\$	\$	
	81.099.2	81.099.2	81.099.2	81.099.2	81.099.2	
	26	26	26	26	26	
Gastos generales	\$	\$	\$	\$	\$	
	100.946.	102.168.	103.389.	104.610.	105.832.	
	698	096	494	893	291	
UTILIDAD OPERACIONAL	\$	\$	\$	\$	\$	
	37.980.6	46.494.2	55.007.7	63.521.2	72.034.7	
	81	00	20	39	59	
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$	
	6.858.56	5.842.20	4.593.56	3.059.56	1.174.99	
	0	1	3	6	5	
Menos 4x1000	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$	
	1.279.17	1.318.52	1.357.88	1.397.24	1.436.60	
	0	9	9	8	7	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$	\$	\$	\$	\$	
	29.842.9	39.333.4	49.056.2	59.064.4	69.423.1	
	50	70	68	26	57	
Menos Impuesto de Renta	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$	35,00
	10.445.0	13.766.7	17.169.6	20.672.5	24.298.1	%
	33	14	94	49	05	
Menos Impuesto de Ind y Cio	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$	
	3.645.63	3.757.80	3.869.98	3.982.15	4.094.32	0,0114
	6	9	2	6	9	

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

UTILIDAD NETA	\$	\$	\$	\$	\$
	15.752.2	21.808.9	28.016.5	34.409.7	41.030.7
	82	46	92	21	23
Menos Reserva Legal	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$
	1.575.22	2.180.89	2.801.65	3.440.97	4.103.07
	8	5	9	2	2
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$	\$	\$	\$	\$
	14.177.0	19.628.0	25.214.9	30.968.7	36.927.6
	54	52	33	49	51

5.7.2. Flujo de Fondos proyectado

Tabla 63

Flujo de fondos proyectado

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$	\$	\$	\$	\$
		71.652	105.44	133.62	166.84	205.02
		.156	6.871	5.077	3.589	1.108
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+INGRESOS		\$	\$	\$	\$	\$
		325.79	335.63	345.47	355.31	365.15
		2.590	2.362	2.134	1.906	1.678
Operacionales		\$	\$	\$	\$	\$
		319.79	329.63	339.47	349.31	359.15
		2.590	2.362	2.134	1.906	1.678
Ingresos no operacionales		\$	\$	\$	\$	\$
		6.000.	6.000.	6.000.	6.000.	6.000.
		000	000	000	000	000

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

- EGRESOS	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$
	280.69	296.14	300.94	305.82	310.80
	2.088	8.367	7.834	8.599	9.239
Materiales	\$	\$	\$	\$	\$
	321.31	331.20	341.08	350.97	360.86
	6	3	9	6	3
MOD	\$	\$	\$	\$	\$
	90.856	90.856	90.856	90.856	90.856
	.487	.487	.487	.487	.487
CIF	\$	\$	\$	\$	\$
	14.588	14.683	14.778	14.873	14.968
	.183	.151	.118	.086	.053
Nómina administrativa	\$	\$	\$	\$	\$
	81.099	81.099	81.099	81.099	81.099
	.226	.226	.226	.226	.226
Gastos generales	\$	\$	\$	\$	\$
	100.94	102.16	103.38	104.61	105.83
	6.698	8.096	9.494	0.893	2.291
Menos depreciaciones	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$
	4.374.	4.374.	4.374.	4.374.	4.374.
	032	032	032	032	032
Menos amortizaciones	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$
	4.024.	4.024.	4.024.	4.024.	4.024.
	960	960	960	960	960
Impuesto de renta	\$ 0	\$	\$	\$	\$
		10.445	13.766	17.169	20.672
		.033	.714	.694	.549
Impuesto de Ind y Cio	\$ 0	\$	\$	\$	\$
		3.645.	3.757.	3.869.	3.982.
		636	809	982	156

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

4 x 1000	\$	\$	\$	\$	\$
	1.279.	1.318.	1.357.	1.397.	1.436.
	170	529	889	248	607
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO	\$ 0	\$	\$	\$	\$
DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	45.100	39.483	44.524	49.483	54.342
	.502	.995	.300	.307	.439
Flujos efectivo actividades					
inversión					
+INGRESOS	\$	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$
	84.657				6.010.
	.116				000
Capital social	\$				
	84.657				
	.116				
Valor de salvamento					\$
					6.010.
					000
-EGRESOS	-\$	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
	48.004				
	.960				
Compra de Equipo de oficina	\$				
	13.598				
	.060				
Compra de Equipo de computación	\$				
y comunicación	10.123				
	.400				
Compra de Maquinaria y equipo	\$				
	559.30				
	0				
Compra de Terreno	\$ 0				

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0					
Compra de Muebles y enseres	\$ 3.599.400					
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 0					
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0					
Inversión activos diferidos	\$ 20.124.800					
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	\$ 36.652.156	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 6.010.000
Flujos de efectivo de actividad de financiación						
+INGRESOS	\$ 35.000.000					
Préstamo bancario	\$ 35.000.000					
-EGRESOS		-\$ 11.305.788	-\$ 11.305.788	-\$ 11.305.788	-\$ 11.305.788	-\$ 11.305.788
Abono a capital		\$ 4.447.228	\$ 5.463.587	\$ 6.712.225	\$ 8.246.222	\$ 10.130.793

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Gastos financieros	\$	\$	\$	\$	\$
	6.858.	5.842.	4.593.	3.059.	1.174.
	560	201	563	566	995
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO	\$	-\$	-\$	-\$	-\$
DE ACTIVIDAD DE	35.000	11.305	11.305	11.305	11.305
FINANCIACIÓN	.000	.788	.788	.788	.788
FLUJO DE EFECTIVO NETO	\$	\$	\$	\$	\$
(AUMENTO O DISMINUCIÓN)	71.652	33.794	28.178	33.218	38.177
	.156	.714	.207	.512	.651

5.7.3. *Estado de situación financiera inicial y proyectado*

Tabla 64

Estado de situación financiera inicial y proyectado

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVOS						
CORRIENTES						
Fondos en caja						
Fondos en bancos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	71.652.1	105.446.	133.625.	166.843.	205.021.	248.057.
	56	871	077	589	108	760
Mercancías no	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
fabricadas por la empresa						
TOTAL ACTIVOS	\$	\$	\$	\$	\$	\$
CORRIENTES	71.652.1	105.446.	133.625.	166.843.	205.021.	248.057.
	56	871	077	589	108	760
ACTIVOS FIJOS						

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Equipo de oficina	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	13.598.0	13.598.0	13.598.0	13.598.0	13.598.0	13.598.0
	60	60	60	60	60	60
Equipo de computación y comunicación	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	10.123.4	10.123.4	10.123.4	10.123.4	10.123.4	10.123.4
	00	00	00	00	00	00
Maquinaria y equipo	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	559.300	559.300	559.300	559.300	559.300	559.300
Muebles y enseres	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	3.599.40	3.599.40	3.599.40	3.599.40	3.599.40	3.599.40
	0	0	0	0	0	0
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$
		4.374.03	8.748.06	13.122.0	17.496.1	21.870.1
		2	4	96	28	60
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	27.880.1	23.506.1	19.132.0	14.758.0	10.384.0	6.010.00
	60	28	96	64	32	0
ACTIVOS DIFERIDOS	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	20.124.8	20.124.8	20.124.8	20.124.8	20.124.8	20.124.8
	00	00	00	00	00	00
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$
		4.024.96	8.049.92	12.074.8	16.099.8	20.124.8
		0	0	80	40	00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	20.124.8	16.099.8	12.074.8	8.049.92	4.024.96	
	00	40	80	0	0	
ACTIVOS TOTALES	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	119.657.	145.052.	164.832.	189.651.	219.430.	254.067.
	116	839	053	573	100	760

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

PASIVO						
PASIVOS						
CORRIENTES						
Obligaciones financieras	\$	\$	\$	\$	\$	\$ 0
corto plazo	4.447.22	5.463.58	6.712.22	8.246.22	10.130.7	
	8	7	5	2	93	
Impuesto de renta y	\$ 0	\$	\$	\$	\$	\$
complementarios		10.445.0	13.766.7	17.169.6	20.672.5	24.298.1
		33	14	94	49	05
Impuesto de Industria y	\$ 0	\$	\$	\$	\$	\$
Comercio		3.645.63	3.757.80	3.869.98	3.982.15	4.094.32
		6	9	2	6	9
TOTAL PASIVOS	\$	\$	\$	\$	\$	\$
CORRIENTES	4.447.22	19.554.2	24.236.7	29.285.8	34.785.4	28.392.4
	8	55	48	98	98	34
PASIVOS NO						
CORRIENTES						
Obligaciones financieras	\$	\$	\$	\$	\$ 0	\$ 0
largo plazo	30.552.7	25.089.1	18.376.9	10.130.7		
	72	85	60	38		
TOTAL PASIVOS NO	\$	\$	\$	\$	\$ 0	\$ 0
CORRIENTES	30.552.7	25.089.1	18.376.9	10.130.7		
	72	85	60	38		
PASIVOS TOTALES	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	35.000.0	44.643.4	42.613.7	39.416.6	34.785.4	28.392.4
	00	40	08	36	98	34
PATRIMONIO						
Capital social	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	84.657.1	84.657.1	84.657.1	84.657.1	84.657.1	84.657.1
	16	16	16	16	16	16

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Reserva legal acumulada	\$ 0	\$	\$	\$	\$	\$
	1.575.22	3.756.12	6.557.78	9.998.75	14.101.8	
	8	3	2	4	26	
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$	\$	\$	\$	\$
	14.177.0	19.628.0	25.214.9	30.968.7	36.927.6	
	54	52	33	49	51	
Utilidades o excedentes acumulados	\$ 0	\$ 0	\$	\$	\$	\$
		14.177.0	33.805.1	59.020.0	89.988.7	
		54	06	38	87	
PATRIMONIO TOTAL	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	84.657.1	100.409.	122.218.	150.234.	184.644.	225.675.
	16	398	345	937	658	381
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	119.657.	145.052.	164.832.	189.651.	219.430.	254.067.
	116	839	053	573	155	815

5.8. Evaluación financiera**5.8.1. Razones financieras****5.8.1.1. Razones de liquidez****Tabla 65***Razones de liquidez.*

RAZO NES DE LIQUI DEZ	RELACIÓN	UNID AD DE ANÁL ISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón corrie nte	activo corriente / pasivo corriente	No veces	5,39	5,51	5,70	5,89	8,74

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Prueba	activo corriente - inventarios / pasivo corriente	No veces	5,39	5,51	5,70	5,89	8,74
Prueba ácida*	activo corriente - pasivo corriente	unidad es \$\$	\$ 85.892.	\$ 109.388.	\$ 137.557.	\$ 170.235.	\$ 219.665.
Capital neto de trabajo			615	329	691	611	326

Para MAGIA, es satisfactorio que la razón corriente, es superior a uno, ya que por cada peso que se adeude tiene en el primer año 5.39 pesos para responder a la misma, cada año va en aumento de moderada y consecuente con los servicios a prestar. Al ser mayor a 1 el valor del capital neto de trabajo será un valor positivo.

La prueba ácida arroja las mismas cifras que la razón corriente, debido a que no se manejan inventarios en MAGIA, por ser prestadora de servicios para entrega de mensajes y/o detalles, a un ser querido de una manera totalmente personalizado, con la información suministrada por el cliente inicial en un canvas emocional, lo que permite a través de una experiencia pasar de un día normal a un día para no olvidar. En el capital neto de trabajo, es gratificante ya que las cifras de dinero son el exceso de activos corrientes sobre los pasivos corrientes. Contando así con más disponible para invertir o subsanar las deudas en un tiempo inferior al pactado. Al ver los tres ítems positivos, reflejan tranquilidad por la capacidad para responder a los compromisos financieros a corto plazo.

5.8.1.2. Razones de operación

Tabla 66

Razones de operación

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

RAZONES DE OPERACIÓN	RELACIÓN	UNIDA D DE ANÁLIS IS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
			1	2	3	4	5
Rotación activo corriente	ventas/activo corriente	No veces	3,03	2,47	2,03	1,70	1,45
Rotación activo fijo	ventas / activo fijo neto	No veces	13,60	17,23	23,00	33,64	59,76
Rotación activo total	ventas / activo total	No veces	2,20	2,00	1,79	1,59	1,41

En la rotación activo corriente, se reflejan las veces que se utiliza el activo corriente en las ventas, que significan ingresos, lo que es desfavorable, con el movimiento de la empresa cada vez se hace un menor uso de este.

La rotación activo fijo, es el indicador que marca la eficiencia de la gestión realizada con los activos fijos netos, para obtención de ingresos a través de las ventas. Por lo que inicia con un indicador del 13.60 veces y va en aumento para que al cabo de 5 años se estime una gestión de 59.76 veces.

La rotación activo total, marca la pauta con la gestión de la rotación en los activos totales, ya que por cada peso que se tiene invertido en activos se generan 2.20 pesos en ventas. Las razones de operación reflejan el desempeño de la gestión realizada con sus activos en general, así como el valor creado para los accionistas, por lo que se debe tener cuidado con precisión de la rotación activo total, ya que este va en disminución y se debe tomar cartas en el asunto con tiempo para que MAGIA, no entre en un proceso de quiebra, todo lo contrario, un panorama para buscar soluciones a tiempo.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

5.8.1.3.Razones de rentabilidad

Tabla 67

Razones de rentabilidad

RAZONES RENTABILIDA D	RELACIÓ N	UNIDAD	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		DE ANÁLISI S	1	2	3	4	5
Margen bruto utilidad	utilidad		68,80	69,70	70,55	71,35	72,10
	bruta/ ventas	%	%	%	%	%	%
Margen utilidad neta	utilidad neta/ventas	%	4,93%	6,62%	8,25%	9,85%	11,42 %
Rendimientos activos	utilidad		10,86	13,23	14,77	15,68	16,15
	neta/ activos totales	%	%	%	%	%	%

El margen bruto utilidad es del 68.80%, algo favorable, con esas cifras MAGIA genera por sus ventas una utilidad bruta superior al 50% y a su vez incrementa año tras año. El margen utilidad neta, es un ítem que se analiza con agrado, ya que a las ventas luego de restarle los gastos operacionales e impuestos, arroja un margen que inicia en 4.93% y en aumento, para que en cinco años pueda estar en el 11.42% y beneficiando a la empresa. En rendimiento activos, es el porcentaje por cada peso vendido y cuanto beneficio le genera a MAGIA, por lo que es satisfactorio no arrojar datos negativos e iniciar de manera positiva con 10.86% y en el quinto año con 16.15%.

Las razones de rentabilidad logran arrojar los porcentajes que tiene MAGIA, con respecto a las ventas, capital de inversión, activos de una o más personas, para ver al cabo de los años que

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

tan rentable puede ser MAGIA. Por sorpresa se puede notar, que todos los datos son positivos y se mantienen o aumentan de manera prolongada.

5.8.1.4. Razones de endeudamiento

Tabla 68

Razones de endeudamiento

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
			1	2	3	4	5
Endeudamiento total	pasivo total / activo	%	30,78	25,85	20,78	15,85	11,18
			%	%	%	%	%
Cobertura intereses	utilidad operacional / intereses	No veces	5,54	7,96	11,97	20,76	61,31
Índice participación patrimonial	patrimonio / activo total	%	69,22	74,15	79,22	84,15	88,82
			%	%	%	%	%

El endeudamiento total, refleja que tanto se puede responder a las deudas (créditos adquiridos, obligaciones fijas o cualquier otro compromiso adquirido) año tras año, dado que las cifras inician en 30.78% y año tras año van en disminución es algo favorable para MAGIA. En la cobertura intereses, mide la capacidad que tiene MAGIA, para poder responder a los intereses adquiridos por el crédito inicial o cualquier otro que se hubiese podido tomar en el transcurso del tiempo. Lo que se muestra gratificante para el año cero donde se inicia la empresa, tiene la

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

capacidad de 5.54 veces para en el quinto año llegar a 61.31 veces, lo que refleja la estabilidad financiera que se adquiere para poder responder a los compromisos financieros.

Índice participación patrimonial, indica en que porcentaje los activos de MAGIA, se financiaron con recursos de la propia entidad.

Razones de endeudamiento son las ayudan a determinar el porcentaje, que mediante un crédito se financian los activos de MAGIA. Por lo que al revisar a medida que se realizan cortes anuales se ve que la empresa tiene con qué responder financieramente, el endeudamiento disminuye y por ende los intereses.

5.8.2. *Indicadores de viabilidad*

Para el desarrollo y análisis de viabilidad se deben tener en cuenta dos factores de suma importancia, la prima de riesgo al riesgo y para la actividad de MAGIA, es un riesgo bajo, sin olvidar que es un servicio que se prestará de manera externa y por ello se le deja una ponderación del 9%. Según información del DANE, para lo que va recorrido del año 2022 la tasa de inflación es del 11.72%.

Tabla 69

Indicadores de viabilidad

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$	\$	\$	\$	\$	\$
	84.657.11	33.794.7	28.178.2	33.218.5	38.177.5	49.046.6
	6	14	07	12	19	51
VNA	-\$	\$	\$	\$	\$	\$
	84.657.11	26.757.0	17.664.1	16.487.3	15.002.6	15.260.1
	6	72	59	02	13	35

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

	\$	\$	\$	\$	\$
VALOR	26.757.0	44.421.2	60.908.5	75.911.1	91.171.2
RECUPERADO	72	30	32	45	80

CF: costos fijos	\$ 153.852.218
CV: costo variable	\$ 133.959.692
CT: costos totales	\$ 287.811.909
IT: ingreso total	\$ 325.792.590
Pu: precio unitario	\$ 146.950
CVu: costo variable unitario	\$ 61.557
VT: ventas totales	\$ 319.792.590
N: número días año	365
Capacidad utilizada año 1	2.176

Llegando a este punto del análisis del proyecto, se debe revisar si todas aquellas ideas, propuestas para aportar calidad en la expresión de sentimientos en las relaciones interpersonales inicialmente en Bucaramanga y su área metropolitana, arrojan una proyección viable en cifras numéricas, que al poner en marcha el proyecto se obtengan datos favorables de viabilidad, para ello se apoya en cifras numéricas como inflación, TMAR, recursos crédito, la TIR, VPN, entre otras.

5.8.2.1. Tasa Interna Retorno (TIR)

TIR 29,83%

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Luego de los análisis, es grato ver que la tasa interna de retorno, la cual mide en porcentaje la pérdida o ganancia de la inversión del proyecto, arroja un porcentaje del 29.83%, para el tipo de inversión y actividad de MAGIA, es un proyecto que se considera aceptable.

5.8.2.2. Valor Presente Neto (VPN)

VPN \$ 31.683.867

El valor presente neto – VPN, puede calcular los valores de los flujos en efectivo proyectados, descontados al presente, evaluando la rentabilidad y según el proyecto en estudio, se puede ver que la cifra es mayor a cero, con una cifra de \$31.683.867 y esto determina que es un proyecto rentable.

5.8.2.3. Período de recuperación

Tabla 70

Periodo de recuperación

PERIODO DE RECUPERACION

AÑO	FLUJO ESPERADO	ACUMULADO
0	-\$ 119.657.116,00	-\$ 119.657.116,00
1	\$ 45.100.502	-\$ 74.556.613,79
2	\$ 39.483.995	-\$ 35.072.619,22
3	\$ 44.524.300	\$ 9.451.680,60
4	\$ 49.483.307	\$ 58.934.988,01
5	\$ 54.342.439	\$ 113.277.427,37

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Teniendo en cuenta los datos de la tabla, en el año 3 se inicia una cifra positiva en la recuperación de inversión de \$9.451.680,60= (Nueve millones cuatrocientos cincuenta y un mil seiscientos ochenta pesos con sesenta centavos).

Punto de equilibrio

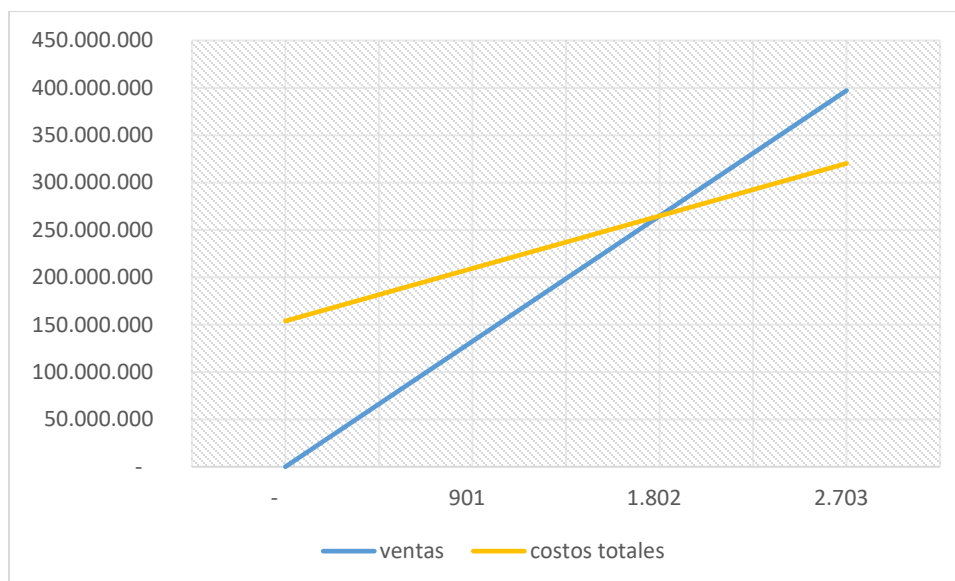
Tabla 71

Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF/(IT-CV)$	80,20%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF/(Pu-CVu)$	1.802
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 261.289.450
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	298

Figura 31

Punto de equilibrio



LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

El punto de equilibrio define el punto en que los ingresos del proyecto en estudio cubren todos los gastos ya descritos, tanto fijos como variables, es ese punto “cero” ese punto “neutro”, donde el valor de ventas es igual a lo que se gasta.

Es decir que con un valor de venta de \$181.420= (Ciento ochenta y un mil cuatrocientos veinte mil pesos m/cte.), al cabo de 298 días, con 1.802 servicios prestados, para un total en ventas de \$261.289.450= (Doscientos sesenta y un millón doscientos ochenta y nueve mil cuatrocientos cincuenta pesos m/cte.), se alcanza el punto de equilibrio

5.9. Tamaño del proyecto

Según los estudios realizados para lograr satisfacer la demanda de Bucaramanga y su área metropolitana, así como todo lo que se requiere para poner en marcha el proyecto, se debe tener en cuenta que MAGIA, se ubica en un rango de los tres macro sectores de la economía, el de *Servicios*, por lo nuevos umbrales fijados por el Decreto, hasta 1.131 millones de pesos colombianos anuales en ingresos por actividades ordinarias, ubican a la empresa como *Micro*.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

6. Conclusiones

Al final de los estudios se llega a la conclusión que la creación de la empresa MAGIA es factible y viable, por los resultados de cada uno de ellos:

En el estudio de mercados con la población objetivo, se encuentra una aceptación del 89% dispuestos a contratar de los servicios que presta MAGIA, para la creación de eventos memorables en el área metropolitana de Bucaramanga.

En el estudio técnico, se refleja la favorabilidad de ubicación del proyecto en Asturias II – Floridablanca, la infraestructura requerida y así mismo el talento humano que se necesita según cada perfil, para el funcionamiento óptimo de la empresa.

En el estudio administrativo, se determinó constituir una empresa Sociedad por Acciones Simplificada – SAS, su estructura organizacional, los tipos de contrato y sus condiciones salariales, permitiendo así una buena organización que ayude a cumplir cada objetivo planeado estratégicamente.

El estudio financiero, indica que la inversión inicial necesaria para su constitución es de \$119.657.116= (Ciento diecinueve millones seiscientos cincuenta y siete mil ciento dieciséis pesos m/cte.); valor que está a cargo de los socios y el dinero restante será a través de un crédito bancario; adicional a ello cada servicio prestado por la empresa tendrá un precio de venta de \$181.420= (Ciento ochenta y un mil cuatrocientos veinte pesos m/cte.), cifras que se deben tener presentes para poner en marcha del proyecto.

En la evaluación del proyecto, indica que, con las cifras e información anteriormente descritos, el monto de la inversión inicial se recuperará al cabo de 298 días y su punto de equilibrio se dará con 1.802 servicios prestados. Con lo anterior, satisfactoriamente se dice que el proyecto es viable y factible para su puesta en marcha en Bucaramanga y área metropolitana.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

7. Recomendaciones

Según la experiencia adquirida desde que se inició un proyecto empresarial y hoy estar en la entrega completa de la factibilidad, son varios retos que fueron superados: siendo grato el esfuerzo y la disciplina al no desistir o cambiar de tema para presentar a la Universidad. No sólo se trata de un trabajo para recibir un título profesional, sino lo que se aportará como profesional a una empresa.

Lo anterior connota esfuerzo y perseverancia, además de motivación a continuar en esos momentos donde todo pierde sentido, al tener dificultad en aspectos como la recolección de información de la competencia directa, como realizan esas empresas sus entregas, si son empresas con sostenibilidad en el mercado o tienen servicios alternos, si realizan entregas personalizadas, cual es la finalidad de esas entregas en fechas especiales, entre otras.

Al tratarse de una factibilidad de prestación de servicios, fue complejo el expresar la minuciosidad de lo que busca realmente el proyecto y no se confundiese con empresas de mensajerías o domicilios, quienes entregan un mensaje por medio de un producto a una persona en un día especial a través de su tarjeta con un mensaje.

Cuando se inicia un proyecto, no se tiene el panorama claro, de todo lo que se puede presentar en el camino de todo su desarrollo, por lo que es importante sacar ese “tigre” que se tiene internamente, dejarse guiar por profesionales, ser recursivos, racionales en la toma de decisiones, sin ser menos o más importante el no desistir; y poder concluir, ese camino motivado por habilidades propias para cumplir un sueño, brindando a la sociedad un “granito de arena” a esa esperanza de una mejor calidad de vida.

Sin embargo, al aterrizar el “sueño” de la factibilidad de una empresa nueva en el mercado, no puede dejarse de lado, las cifras que nos arroja cada uno de los estudios, para poder determinar

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

la correcta viabilidad de la puesta en marcha de la empresa, que inversión se necesita, implementos a tener en cuenta, inclusive el espacio requerido o temas que no son contemplados de manera inicial, como todo el requerimiento legal para su funcionamientos y apertura al público.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES**Referencias Bibliográficas**

- Alcaldía de Bucaramanga. (2021). *Plan de desarrollo 2020-2023*.
<https://transitobucaramanga.gov.co/dtb/wp-content/uploads/2021/05/Plan-de-Desarrollo-2020-2023.pdf>
- Alcaldía de Girón. (s. f.). *Inicio*. Recuperado 28 de mayo de 2024, de <https://www.giron-santander.gov.co/Paginas/default.aspx>
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (s. f.). *Cámara de Comercio de Bucaramanga*. Cámara de Comercio de Bucaramanga. Recuperado 28 de mayo de 2024, de <http://www.camaradirecta.com/>
- Colombiamania.com. (s. f.). *Colombiamania.com—Portal de Información Colombiana*. Recuperado 28 de mayo de 2024, de <http://www.colombiamania.com/>
- Congreso de la República de Colombia. (1990). *Ley 29 de 1990*.
- Congreso de la República de Colombia. (1999). *Ley 550 de 1999*.
- Congreso de la República de Colombia. (2002). *Ley 789 de 2002*.
- Congreso de la República de Colombia. (2003). *Decreto 934 de 2003*.
- Congreso de la República de Colombia. (2004). *Ley 905 de 2004*.
- Congreso de la República de Colombia. (2007). *Decreto 2175 de 2007*.
- Congreso de la República de Colombia. (2008a). *Decreto 3820 de 2008*.
- Congreso de la República de Colombia. (2008b). *Ley 1231 de 2008*.
- Congreso de la República de Colombia. (2009). *Decreto 1192 de 2009*.
- Congreso de la República de Colombia. (2013). *Resolución 2674 del 22 de julio de 2013*.
- Fenalco. (2021, noviembre 11). *Bitácora Económica de agosto 2020*. Fenalco.
<https://www.fenalco.com.co/blog/economico-3/bitacora-economica-de-agosto-2020-295>

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Galán, J. S. (2015, septiembre 27). *Canales de distribución*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/canales-de-distribucion.html>

Gobierno de Floridablanca. (s. f.-a). *GEOPORTAL MUNICIPIO DE FLORIDABLANCA*.

Recuperado 28 de mayo de 2024, de <https://geoportal-floridablanca-sig-floridab.hub.arcgis.com/>

Gobierno de Floridablanca. (s. f.-b). *PLAN DE DESARROLLO FLORIDABLANCA UNIDOS AVANZAMOS 2020-2023*.

Ministerio de Justicia. (2015). *Resolución 0001 del 14 de febrero de 2015*.

Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología. (1991). *Decreto 585 de 1991*.

Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología. (2006a). *Decreto 4463 de 2006*.

Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología. (2006b). *Ley 1014 de 2006*.

Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología. (2009). *Ley 1286 de 2009*.

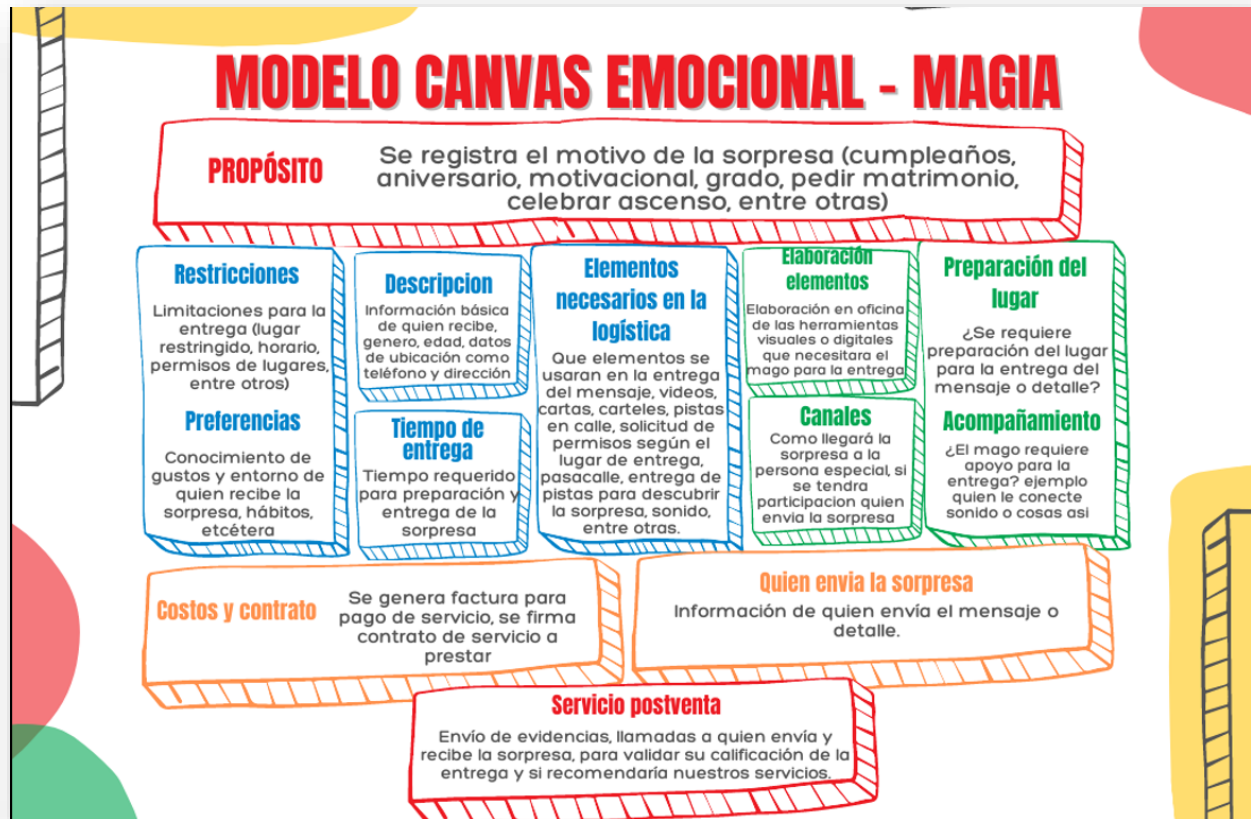
Wikipedia. (2024). Pirámide de Maslow. En *Wikipedia, la enciclopedia libre*.

https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Pir%C3%A1mide_de_Maslow&oldid=159570

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndices

Apéndice 1

Modelo CANVAS emocional

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 2

Encuesta aplicada

Te invité a llenar un formulario:

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

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

Cordial Saludo,

Somos estudiantes de la Universidad Industrial de Santander, actualmente se está desarrollando un estudio acerca de la manera en que se expresan y comunican los sentimientos en las relaciones interpersonales con sus seres queridos o relaciones de pareja.

Quisiéramos que por favor nos conteste algunas preguntas. Sus respuestas serán de gran importancia para nosotros. ¡Gracias!

Este tipo de encuesta se realiza con el único fin de obtener información para el estudio de mercado de mi proyecto de grado.

COMPLETAR FORMULARIO

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

1. Género de quien responde la encuesta *

- Femenino
- Opción 2

2. Rango de edad de quien responde la encuesta *

- Entre 18 y 24 años
- Entre 25 y 34 años
- Entre 35 y 45 años
- Entre 46 y 60 años
- Más de 60 años

3. ¿Cuáles son las celebraciones que usted festeja durante el año? *

- Cumpleaños
- Aniversario
- Día de la madre/padre
- Día de la mujer/hombre
- Día de amor y amistad / Día de San Valentín
- Motivacionales (pronta recuperación, bienvenidas, grados)
- Otros (Primeras comuniones, matrimonios, bautizos, navidad)

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

4. ¿Con que frecuencia usted celebra las fechas especiales? *

- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Bimestralmente
- Semestralmente
- Anualmente

5. ¿Qué presupuesto designa para sorprender un ser querido? *

- \$30.000 – \$60.000
- \$60.001 – \$90.000
- \$90.001 – \$120.000
- \$120.001 en adelante

6. ¿En algún momento de sus relaciones interpersonales con sus seres queridos se le ha dificultado expresar sus sentimientos o emociones de forma asertiva? *

- Sí
- No

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

7. Cuando ha sentido esa dificultad para expresarse. A cuál de las siguientes alternativas ha recurrido para inspirarse o tomar ideas: *

- Le ha pedido la opinión a un amigo(a) o un familiar
- Ha buscado ideas en internet
- Ha recurrido a una empresa especializada en ese tipo de servicios
- En el último momento se le ocurre alguna idea
- Deja que el momento pase sin hacer nada

8. ¿En algún momento de la relación con un ser querido le ha organizado o lo(a) * ha invitado(a) a algún evento especial para él(ella)?

- Sí
- No

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

9. ¿Ha solicitado los servicios de alguna empresa especializada para la entrega personalizada y especial de su mensaje? *

Sí

No

10. Escoja la opción de mayor importancia al momento de entregar un mensaje personalizado a su pareja o ser querido *

Puntualidad en la entrega

Confidencialidad (Reserva) de quien envía y recibe el mensaje

Innovación en la entrega

Entrega totalmente personalizada

Facilitador (persona) para transmitir un mensaje más emotivo

Cuidado de cada detalle para una entrega exitosa

Seguimiento antes – durante – después de la entrega

Uso de medios/herramientas digitales

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

11. ¿En caso de ser necesario, cuál de las siguientes opciones de servicio escogería para que a su nombre se realizara entrega de un obsequio/detalle/mensaje a su pareja o ser querido? Nota: La entrega no la realiza un domiciliario, sino un(a) facilitador(a) instruido(a), prudente y con tacto para comunicar

Opción 1: Entrega de un obsequio y/o detalle previamente seleccionado conforme al presupuesto y un facilitador transmite el mensaje de manera emotiva y cálida de viva voz o mediante un mecanismo digital (video pregrabado, foto-montaje con texto, audio pregrabado y editado).

Opción 2: Incluye todos los detalles de la Opción 1 pero se adiciona un trabajo previo para perfilar con más detalles los gustos, preferencias y anhelos del receptor del obsequio; se emplea un protocolo de mayor nivel de reserva y confidencialidad y se amplían las opciones, los alcances y los contenidos en el antes, durante y después del momento memorable.

12. En caso de que existiera un servicio virtual para facilitarle planear y ejecutar pequeños momentos o instantes especiales, emocionantes y sorprendidos para expresarle de manera asertiva sus sentimientos a ese ser querido ¿Utilizaría el servicio?

Sí

No

Enviar

Borrar formulario

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 3

Entrega de mensaje o detalle



LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES**Apéndice 4***Cotización SG-SST*

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

¡Hola!

En Cuidamos entendemos tus necesidades, entendemos lo complejo y aburridor que es cumplir con este proceso en tu empresa, nuestra metodología de trabajo hace que la implementación y el día a día del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), sea más fácil de llevar y genere poco desgaste para ti y para tu equipo de trabajo.

Desarrollamos y acompañamos (solo Plan Premium) el SG-SST, ofreciéndote acompañamiento permanente a ti y a tu equipo de trabajo en estos procesos de seguridad y salud en el trabajo en tu empresa/organización/negocio.

¿Qué incluye Cuidamos SST?

Cuidamos SST desarrollo en los últimos 4 años un método de implementación validado por cientos de clientes, diseñado especialmente para MIPYMES, comercio y pequeños emprendimientos de bajo riesgo que cumple con lo exigido en el decreto 1072 de 2015 y la resolución 0312 de 2019 – Estándares Mínimos del Sistema de Gestión de SST -.

- ✓ Sesión remota inicial de auto - evaluación y diseño del SG-SST.
- ✓ Sesiones remotas de cierre y entrega del diseño.
- ✓ Certificación de acuerdo a lo establecido en la normatividad vigente del SG_SST.

CUIDAMOS



Cuidamos Colombia SAS
 NIT 901.024.921-0
 Carrera 48 No 10-45 Of. 807 Medellín – Antioquia
 Teléfono: 3192410053
www.cuidamos.com.co
contacto@cuidamos.com.co

Plan 10 Diseño

Para empresas de 5 a 10 trabajadores tiene un valor de:

\$870.000 + IVA

Dos (2) Sesiones remotas para inicio y entrega del diseño que brindan:

- ✓ Sesión inicial de Diseño y Auto - evaluación del SG-SST.
- ✓ Sesión de entrega del diseño, basado en el cumplimiento de los estándares mínimos de la resolución 0312 del 2019 y lo expresado en Artículo 2.2.4.6.37 decreto 1072 de 2015, en el cual se entrega: Asignación y documentación del responsable, Asignación y documentación del Vigía, Asignación COCOLA (1), Políticas, Autoevaluación, Plan de trabajo, Plan de capacitaciones (2), Proveedores y Contratistas, Matriz Sociodemográfica – Encuestas de condiciones de trabajo, Matriz de riesgos, Incidentes y accidentes, Protocolos-Inspecciones, Plan de Emergencias (3), Rendición sobre el desempeño, entre otros.
- ✓ Certificación del diseño del SG-SST.
- ✓ Constancia de implementación ARL (Certificación), siempre y cuando se haga a través de la plataforma de la ARL respectiva (otros procesos tendrán costo adicional)
- ✓ Se entrega toda la documentación diligenciada para que sea firmada por el Representante Legal y los procesos y procedimientos para el correcto funcionamiento del sistema de gestión, con el fin de tener un SG-SST con lo mínimo que pide la legislación colombiana vigente para tener un sistema de gestión aceptable (85% en la autoevaluación del SG-SST).

- * Conformación del Comité de convivencia laboral - COCOLA: A partir de 6 trabajadores.
- * Suministro de material para: Inducción, capacitación copasst/vigía y cocola.
- * Plan de emergencias BASICO o Plan de Evacuación: análisis de vulnerabilidad, Punto de encuentro, Conformación brigada.

No incluye:

- Otros servicios no especificados.
- Análisis de puestos de trabajo.
- Batería de riesgo psicosocial.
- Investigación para accidentes graves o mortales.
- Capacitaciones de brigadistas.
- Compra de los elementos del plan de emergencia: extintores, camillas, botiquines, señalización, etc.
- Firmar la documentación como responsables del SG-SST del cliente.
- Si el cliente requiere o solicita acompañamiento o visitas adicionales a las incluidas en esta propuesta la hora adicional de consultoría tendrá un valor de \$120.000 + IVA.

CUIDAMOS



Cuidamos Colombia SAS
 NIT 901.024.921-0
 Carrera 48 No 10-45 Of. 807 Medellín – Antioquia
 Teléfono: 3192410053
www.cuidamos.com.co
contacto@cuidamos.com.co

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Condiciones Comerciales:

1. Esta propuesta económica tiene vigencia de 30 días calendario.
2. Forma de pago: Plan Diseño 60% para iniciar – 40% a la entrega de la documentación y para emitir la acreditación del SG-SST.
3. Si por responsabilidad o abandono del cliente después de 60 días de iniciado el proceso de diseño del sistema de gestión este no se ha cerrado, Cuidamos cancelará el servicio y el cliente deberá iniciar desde cero el proceso del diseño y pagar el servicio completo. CUIDAMOS no procederá a reembolsar dinero, ni ampliará el tiempo del servicio contratado.
4. Todas las sesiones contempladas en esta propuesta se prestarán de forma remota, virtual y/o por video llamada.
5. Es importante que la información sea clara sobre la actividad que desempeña la empresa y el nivel de riesgo que tienen, ya que si se identifica que hay inconsistencia en la información suministrada por el cliente no podríamos prestar el servicio o generarían costos adicionales.

Responsabilidades del Cliente

- Disponer de los recursos humanos y tecnológicos requeridos para el correcto desarrollo y ejecución del servicio durante el tiempo que esté se encuentre vigente.
- Nombrar una persona que sea responsable de la ejecución dentro de la empresa del SG-SST, para iniciar trabajo en conjunto.
- Garantizar disponibilidad de tiempo de la gerencia y de los colaboradores de la empresa para efectuar sesiones y resolver inquietudes relacionadas con el diseño e implementación del Sistema de Gestión.
- Realizar curso de las 50 horas de SG-SST obligatorio para los responsables del SG-SST por parte de la empresa (responsable de la ejecución y miembros de los comités)
- Realizar los pagos en los tiempos y formas pactadas en la aceptación de esta propuesta.
- Realizar los exámenes médicos ocupacionales a los trabajadores si no los tuviere en el tiempo de desarrollo del Diseño, en caso contrario no se podrá certificar el SG-SST.

CUIDAMOS



Cuidamos Colombia SAS
 NIT 901.024.921-0
 Carrera 48 No 10-45 Of. 807 Medellín – Antioquia
 Teléfono 3192410053
www.cuidamos.com.co
soporte@cuidamos.com.co

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 5

Cotización análisis ambiental



COT-AMB.0206-22

Presupuesto creado el 8 de septiembre de 2022 - Referencia: 20220908-103625984

Shirley Gil
shir.gil.sg@gmail.com
3005151415

Productos y servicios

Realización de diagnóstico ambiental para la empresa MAGIA en Bucaramanga

1 x COP 5.400.000,00

1. Visita técnica de campo

Se realizará una visita técnica que permita identificar las instalaciones, caracterizar los procesos y evaluar los controles operacionales existentes y en general las condiciones existentes para la ejecución de actividades de gestión ambiental (uso de agua, energía, generación de residuos, residuos peligrosos, vertimientos líquidos, entre otros similares). Para la visita se tendrán en cuenta la ejecución de entrevistas no estructuradas al personal que atiende la actividad y otros colaboradores, así como el uso de formatos que permitan registrar información primaria.

2. Revisión de información documentada.

Se solicitará al cliente información documentada existente en el marco de la gestión ambiental. Por ejemplo:

- Registros
- Programas
- Procedimientos
- Estudios ambientales existentes
- Oficios o comunicados de la autoridad ambiental
- Formatos en general

Entre otros similares.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

3. Sistematización y documentación del diagnóstico

Se tratará toda la información levantada y se construirá o actualizará según aplique:

- Documento técnico con diagnóstico ambiental
- Matriz de identificación y evaluación de aspectos e impactos ambientales
- Matriz de requisitos legales ambientales

4. Socialización de los resultados

Se realizará entrega de los documentos generados, a través de una sesión virtual que permita presentar los aspectos más relevantes del proceso. Posteriormente se hará entrega oficial de la documentación generada para revisión y aprobación por parte del cliente. Posterior a la finalización del servicio, se dispone de una sesión virtual adicional de 2 horas, para atender las dudas, solicitudes o necesidades generales del cliente, con el fin de brindarle un apoyo técnico extendido posterior a la finalización del proceso.

ENTREGABLES

- *Documento técnico diagnóstico ambiental
- *Matriz de aspectos e impactos ambientales
- *Matriz de requisitos legales
- *Una capacitación ambiental dirigida al personal de la empresa (sesión virtual)
- *Un cronograma de actividades y presupuesto de ejecución

Subtotal único	COP 5.400.000,00
IVA	COP 1.026.000,00
Total	COP 6.426.000,00

Este presupuesto vence el 28 de octubre de 2022.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Condiciones de compra

Tiempo de entrega

Treinta (30) días después de la realización de los trabajos de campo

Forma de pago

El servicio se pagará 50% como anticipo y 50% contra entrega de resultados.

Compromisos entre las partes

Para la programación del servicio el cliente debe aprobar la cotización por escrito y realizar el pago del anticipo previo a la fecha definida para inicio de los trabajos.

El cliente se compromete a:

- Suministrar la Información necesaria para cumplir con el tiempo de entrega propuesto.
- Facilitar el ingreso a la empresa e informar si hay requerimientos adicionales a los contratados.
- Garantizar las condiciones de seguridad del personal y equipos de medición.

Eprodesa se compromete a:

- En Eprodesa nos comprometemos a manejar de manera confidencial la información que se genere al suministrar nuestros servicios y la información que sea proporcionada por el cliente; con excepción de lo requerido por la ley lo cual en caso de ocurrir será notificado al cliente de forma inmediata.
- Prestar el servicio con equipos confiables.
- Cumplir con la programación acordada y el tiempo de entrega propuesto.

Si por cuestiones ajenas a Eprodesa se cancela en servicio una vez nuestro personal está en campo, el cliente asumirá un costo adicional; se hará excepción a esto en caso de cancelación por fenómenos naturales.

Eprodesa cuenta con una política de imparcialidad en la cual se compromete a llevar a cabo sus actividades de manera ética y profesional; libres de cualquier presión financiera, comercial, interna o externa.

En caso de presentarse alguna inconformidad, por favor enviarla por correo electrónico a calidad@eprodesaong.com.

Agradecemos su atención y quedamos en espera de sus comentarios

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

¿Preguntas? Póngase en contacto conmigo



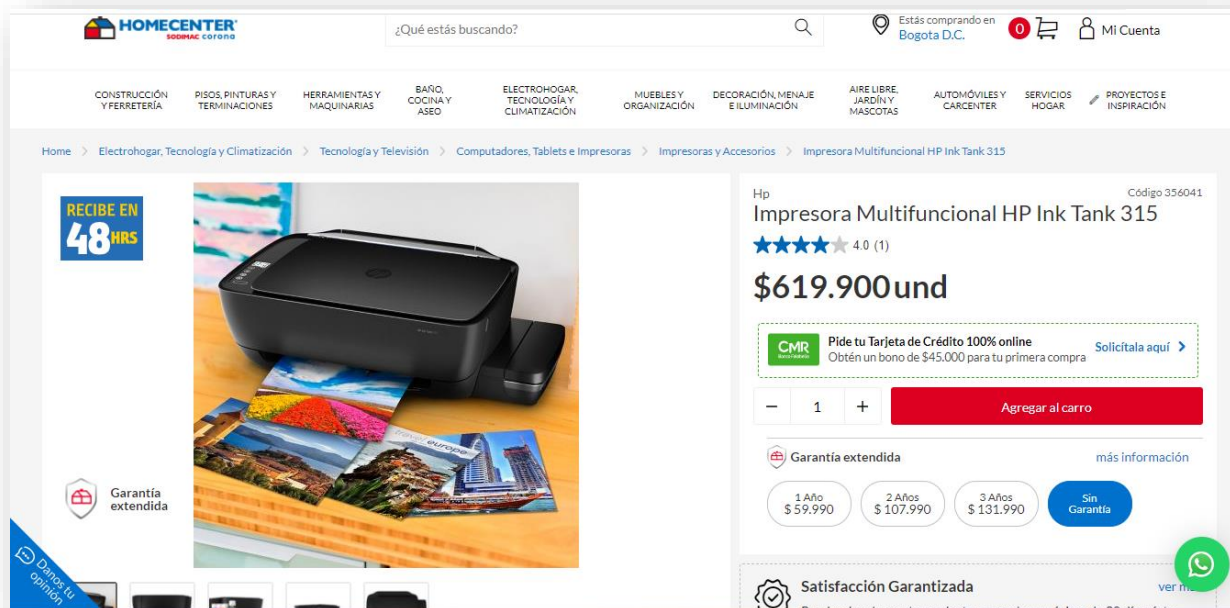
Juan Pablo Cruz
 Director comercial
 gestion@eprodesaong.com
 +57(313)605-6842



Eprodesa ONG
 Calle 47CN # 2iN - 15, Barrio la merced
 760050 Cali
 Valle del Cauca Colombia

Apéndice 6

Cotización impresora



HOMECENTER
 SODIRAC COFORD

¿Qué estás buscando?


Estás comprando en Bogotá D.C.

MI Cuenta

CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍA PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS BAÑO, COCINA Y ASEO ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN MUEBLES Y ORGANIZACIÓN DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS AUTOMÓVILES Y CARCENTER SERVICIOS HOGAR PROYECTOS E INSPIRACIÓN

Home > Electrohogar, Tecnología y Climatización > Tecnología y Televisión > Computadores, Tablets e Impresoras > Impresoras y Accesorios > Impresora Multifuncional HP Ink Tank 315

RECIBE EN 48 HRS



Garantía extendida

Daño tu opción

Hp Código 356041

Impresora Multifuncional HP Ink Tank 315

★★★★★ 4.0 (1)

\$619.900und

CMR Pide tu Tarjeta de Crédito 100% online Obtén un bono de \$45.000 para tu primera compra Solicítala aquí >

- 1 + **Agregar al carro**

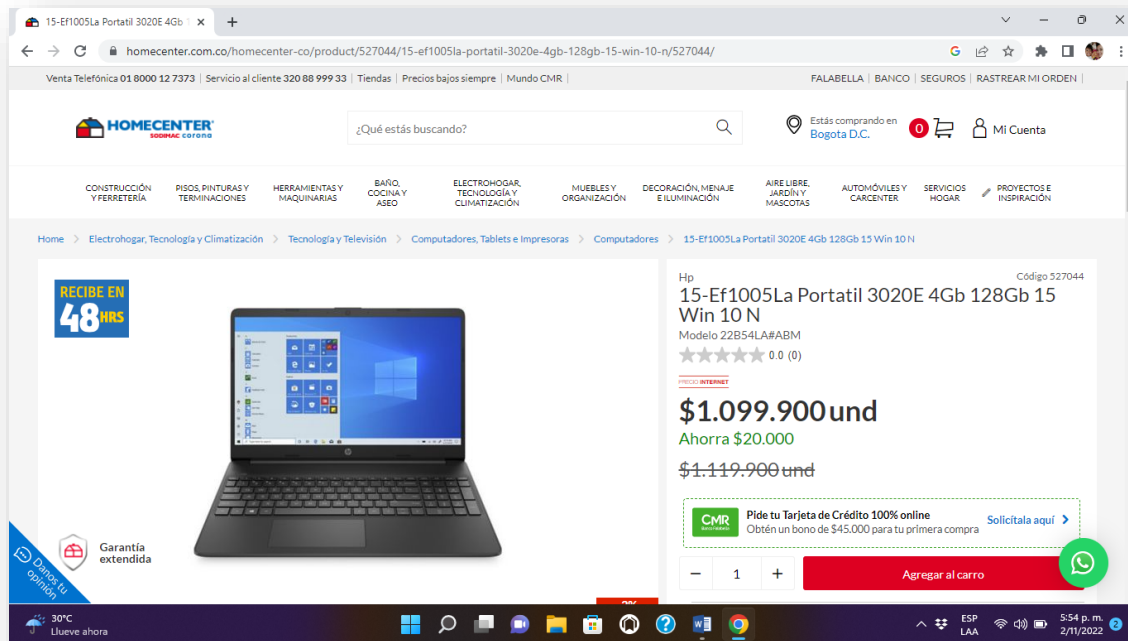
Garantía extendida más información

1 Año \$59.990 2 Años \$107.990 3 Años \$131.990 Sin Garantía

Satisfacción Garantizada ver más

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 7

Cotización computador portátil

The screenshot displays the HomeCenter website interface for a laptop. The browser address bar shows the URL: `homecenter.com.co/homecenter-co/product/527044/15-ef1005la-portatil-3020e-4gb-128gb-15-win-10-ry/527044/`. The page features a navigation menu with categories such as CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍA, PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES, HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS, BAÑO, COCINA Y ASEO, ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN, MUEBLES Y ORGANIZACIÓN, DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN, AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS, AUTOMÓVILES Y CARCENTER, SERVICIOS HOGAR, and PROYECTOS E INSPIRACIÓN.

The main product area shows a laptop with the following details:

- Product Name: Hp 15-Ef1005La Portatil 3020E 4Gb 128Gb 15 Win 10 N
- Modelo: 22B54LA#ABM
- Rating: 0.0 (0)
- Price: **\$1.099.900und**
- Savings: **Ahorra \$20.000**
- Original Price: ~~\$1.119.900und~~

Additional features and offers include:

- RECIBE EN 48 HRS** (Receive in 48 hours)
- Garantía extendida** (Extended warranty)
- CMR** (Credito Mágico) offer: **Pide tu Tarjeta de Crédito 100% online** (Apply for your 100% online credit card). Obten un bono de \$45.000 para tu primera compra (Get a \$45,000 bonus for your first purchase).

The bottom of the page shows a Windows taskbar with the date 2/11/2022 and time 5:54 p. m.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 8

Cotización celular

The screenshot shows a web browser window displaying the Homecenter website. The page is for the product "Celular Xiaomi Note 10S Gris 64 GB". The browser address bar shows the URL: homecenter.com.co/homecenter-co/product/571172/celular-xiaomi-note-10s-gris-64-gb/571172/. The Homecenter logo is visible at the top left. A search bar contains the text "¿Qué estás buscando?". The page features a large image of the phone, a "48 HRS" badge, and a "Garantía extendida" icon. The price is displayed as **\$759.000und** with a savings of **Ahorra \$39.900** from the original price of **\$798.900und**. A red button labeled "Agregar al carro" is present. Below the price, there are options for extended warranty: "1 Año \$ 69.990", "2 Años \$ 125.990", "3 Años \$ 174.990", and "Sin Garantía". A "Satisfacción Garantizada" section is also visible, along with a "Ficha técnica" section showing "6.43 pulgadas". The bottom of the page shows a Windows taskbar with the date 2/11/2022 and time 5:56 p. m.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 10

Cotización aire acondicionado

The screenshot displays the Homecenter website interface for a Mabe Inverter Air Conditioner. The browser address bar shows the URL: `homecenter.com.co/homecenter-co/product/334891/aire-acondicionado-inverter-12000btu-110v-blanco-mmi12c/334891/`. The Homecenter logo is visible in the top left, and the search bar contains the text "¿Qué estás buscando?". The navigation menu includes categories such as CONSTRUCCIÓN Y FERRERÍA, PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES, HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS, BAÑO, COCINA Y ASEO, ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN, MUEBLES Y ORGANIZACIÓN, DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN, AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS, AUTOMÓVILES Y CARCENTER, SERVICIOS HOGAR, and PROYECTOS E INSPIRACIÓN.

The product page features a large image of the Mabe Inverter Air Conditioner. To the right of the image, the product details are listed: "Mabe Aire Acondicionado Inverter 12000BTU 110V Blanco MMI12C", "Modelo MMI12CABWCCC8", and a 2.0-star rating. The price is prominently displayed as "\$1.709.900 und". Below the price, there is a promotional banner for "CMR Pide tu Tarjeta de Crédito 100% online" with a link to "Solicítala aquí". A red "Agregar al carro" button is visible. The warranty section offers "Garantía extendida" with three options: 2 Años (\$339.990), 3 Años (\$424.990), and 1 Año (\$237.990). A "Sin Garantía" button is also present. The bottom of the page shows a Windows taskbar with the date and time: "5:59 p. m. 2/11/2022".

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 11

Cotización minicomponente

Minicomponente 30 Watts Rms Vta

homecenter.com.co/homecenter-co/product/561176/minicomponente-30-watts-rms-vta/561176/

Venta Telefónica 01 8000 12 7373 | Servicio al cliente 320 88 999 33 | Tiendas | Precios bajos siempre | Mundo CMR

FALABELLA | BANCO | SEGUROS | RASTREAR MI ORDEN

¿Qué estás buscando?

Estás comprando en Bogotá D.C.

Tr a Banco Falabella

Mi Cuenta

CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍA | PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES | HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS | BAÑO, COCINA Y ASEO | ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN | MUEBLES Y ORGANIZACIÓN | DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN | AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS | AUTOMÓVILES Y CARCENTER | SERVICIOS HOGAR | PROYECTOS E INSPIRACIÓN

Home > Electrohogar, Tecnología y Climatización > Tecnología y Televisión > Equipos de Sonido y Dispositivos de Audio > Parlantes y Amplificadores > Minicomponente 30 Watts Rms Vta

RECIBE EN 48 HRS

Garantía extendida

VTA
Minicomponente 30 Watts Rms Vta
Modelo VTA-82409
★★★★★ 0.0 (0)

\$199.900und
Ahorra con CMR \$40.000

Otros medios de pago
\$239.900und

CMR Ahorra \$40.000 con tu Tarjeta de Crédito
Pídelo ahora y obtén \$45.000 de bono extra Solicítala aquí >

- 1 + Agregar al carro

https://www.bancofalabella.com.co

30°C
Llueve ahora

ESP LAA 6:00 p. m. 2/11/2022

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 12

Cotización micrófono alámbrico

The screenshot displays the Homecenter website interface. At the top, there is a search bar with the text "¿Qué estás buscando?". Below the search bar, a navigation menu lists various categories: CONSTRUCCIÓN Y FERRERÍA, PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES, HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS, BAÑO, COCINA Y ASEO, ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN, MUEBLES Y ORGANIZACIÓN, DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN, AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS, AUTOMÓVILES Y CARCENTER, SERVICIOS HOGAR, and PROYECTOS E INSPIRACIÓN.

The main content area shows the product page for "Micrófono Alámbrico Incluye Cable de 3 Metros -VTA-82315". The product is displayed with a black microphone image. To the right of the image, the product name is listed along with its code (Código 318467) and a 4.0 star rating (4.0 (3)). The price is shown as \$49.900und. Below the price, there is a promotional banner for CMR (Credito Más Rápido) offering a 100% online credit card with a \$45,000 bonus. A red "Agregar al carro" button is visible. At the bottom, there is a "Satisfacción Garantizada" section with a WhatsApp icon.

The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with a temperature of 30°C, weather "Llueve ahora", and the date/time "6:02 p. m. 2/11/2022".

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 13

Cotización micrófono inalámbrico

Microfono de Solapa Inalambrico: x +

homecenter.com.co/homecenter-co/product/586206/microfono-de-solapa-inalambrico-vta/586206/

Venta Telefónica 01 8000 12 7373 | Servicio al cliente 320 88 999 33 | Tiendas | Precios bajos siempre | Mundo CMR | FALABELLA | BANCO | SEGUROS | RASTREAR MI ORDEN

HOME CENTER SOINMAC CORONA

¿Qué estás buscando?

Estás comprando en Bogotá D.C.

CONSTRUCCIÓN Y FERRERÍA | PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES | HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS | BARRIO, COCINA Y ASEO | ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN | MUEBLES Y ORGANIZACIÓN | DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN | AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS | AUTOMÓVILES Y CARCENTER | SERVICIOS HOGAR | PROYECTOS E INSPIRACIÓN

Home > Electrohogar, Tecnología y Climatización > Tecnología y Televisión > Equipos de Sonido y Dispositivos de Audio > Accesorios Audio > Microfono de Solapa Inalambrico VTA

VTA Código 586206

Microfono de Solapa Inalambrico VTA

Modelo VTA-82325

★★★★★ 0.0 (0)

\$69.900und

Ahorra con CMR \$20.000

Otros medios de pago

\$89.900 und

CMR Ahorra \$20.000 con tu Tarjeta de Crédito. Pídelo ahora y obtén \$45.000 de bono extra. [Solicítala aquí](#)

- 1 + **Agregar al carro**

Esperando a api.exponea.com...

30°C Lluve ahora

6:04 p. m. 2/11/2022

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 14

Cotización televisor

The screenshot displays the Homecenter website interface for a Samsung television. The browser address bar shows the URL: homecenter.com.co/homecenter-co/product/573263/televisor-65-pulgadas-uhd-crystal-4k-au8000/573263/. The page header includes the Homecenter logo, a search bar with the text "¿Qué estás buscando?", and navigation links for "Estás comprando en Bogotá D.C.", a shopping cart, and "Mi Cuenta". A horizontal menu lists various product categories such as "CONSTRUCCIÓN Y FERRERÍA", "PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES", "HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS", "BAÑO, COCINA Y ASEO", "ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN", "MUEBLES Y ORGANIZACIÓN", "DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN", "AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS", "AUTOMÓVILES Y CARCENTER", "SERVICIOS HOGAR", and "PROYECTOS E INSPIRACIÓN".

The main content area features a product page for the "Samsung Televisor 65 Pulgadas UHD Crystal 4K AU8000" (Modelo UN65AU8000KXZL). The product image shows a television with a colorful abstract background and the text "Crystal UHD" and "Eco One remote Incluido". The price is listed as "\$2.899.900 und". A promotional banner offers a "CMR Pide tu Tarjeta de Crédito 100% online" with a \$45,000 bonus. The page includes a quantity selector set to 1 and a red "Agregar al carro" button. A "Satisfacción Garantizada" section states: "Puedes devolver este producto en un plazo máximo de 30 días, éste debe estar en perfecto estado: sin uso, tener todos sus accesorios." A WhatsApp chat icon is visible in the bottom right corner.

The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with a temperature of 29°C, weather "Lluvia", and the date/time "6:14 p. m. 2/11/2022".

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 15

Cotización sofá

Hosting y Dominios en Colombi... x sofa - Buscar con Google x Sofá Advance 3 Puestos 170x80... x WhatsApp x +

homecenter.com.co/homecenter-co/product/526357/sofa-advance-3-puestos-170x80x88-gris-cojines/526357/?kid=bnext1031770&shop=googleShopping...

HOMECENTER
SOMOS COLOMBIA

¿Qué estás buscando?

Estás comprando para Bogotá D.C.

Mi Cuenta

Sofá Advance 3 Puestos 170x80 Gris + Cojines
Modelo Advance
★★★★★ 3.0 (2)

PRECIO INTERNET **-25%**

\$899.900 und
Ahorra \$300.000
~~\$1.199.900 und~~

CMR Pide tu Tarjeta de Crédito 100% online
Obtén un bono de \$45.000 para tu primera compra [Solicítala aquí](#)

- 1 + **Agregar al carro**

[Ver Mis listas](#) [Guardar en Mi lista](#)

Satisfacción Garantizada [ver más](#)
Puedes devolver este producto en un plazo máximo de 30 días, éste debe estar en perfecto estado: sin uso, tener todos sus accesorios, manuales y embalaje original. Si tienes dudas, comunícate a nuestra línea de atención al cliente desde Bogotá: 3077115 o a la línea Nació 320 88 999 33.

Descripción

32°C
Mayorm. soleado

Buscar

ESP LAA

2:37 p. m.
19/01/2023

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 16

Cotización silla ergonómica

The screenshot displays the Homecenter website interface for a product page. The browser address bar shows the URL: homecenter.com.co/homecenter-co/product/524559/silla-ergonomica-niza-116x65x51-tapiz-azul/524559/. The page features a navigation menu with categories such as CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍA, PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES, HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS, BAÑO, COCINA Y ASEO, ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN, MUEBLES Y ORGANIZACIÓN, DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN, AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS, AUTOMÓVILES Y CARCENTER, SERVICIOS HOGAR, and PROYECTOS E INSPIRACIÓN. The main content area shows a product listing for a blue ergonomic office chair. The product name is "Silla Ergonómica Niza 116x65x51 Tapiz Azul" with a code of 524559. The price is listed as \$459.900und, with a savings of \$290.090 from the original price of \$749.990und. A "Servicios Hogar" banner is visible in the bottom left corner. The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with a temperature of 23°C, weather forecast of "Intervalos lluv", and the date 2/11/2022.

Silla Ergonómica Niza 116x65x51

homecenter.com.co/homecenter-co/product/524559/silla-ergonomica-niza-116x65x51-tapiz-azul/524559/

Venta Telefónica 01 8000 12 7373 | Servicio al cliente 320 88 999 33 | Tiendas | Precios bajos siempre | Mundo CMR |

FALABELLA | BANCO | SEGUROS | RASTREAR MI ORDEN

HOME CENTER SOOMAC corona

¿Qué estás buscando?

Estás comprando en Bogotá D.C.

CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍA | PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES | HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS | BAÑO, COCINA Y ASEO | ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN | MUEBLES Y ORGANIZACIÓN | DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN | AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS | AUTOMÓVILES Y CARCENTER | SERVICIOS HOGAR | PROYECTOS E INSPIRACIÓN

Home > Muebles y Organización > Muebles de Oficina y Escritorio > Sillas para Oficina y Escritorio > Silla Ergonómica Niza 116x65x51 Tapiz Azul

ENVIO GRATIS

Bonno Código 524559

Silla Ergonómica Niza 116x65x51 Tapiz Azul

★★★★★ 0.0 (0)

PRECIO INTERNET

\$459.900und

Ahorra \$290.090

~~\$749.990und~~

CMR Pide tu Tarjeta de Crédito 100% online Obtén un bono de \$45.000 para tu primera compra Solicítala aquí

- 1 +

Agregar al carro

Servicios Hogar

23°C Intervalos lluv

ESP LAA

6:19 p. m. 2/11/2022

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 17

Cotización escritorio

Escritorio Baggio Ceniza 76.5x130cm

homecenter.com.co/homecenter-co/product/495810/escritorio-baggio-ceniza-765x130x130cm/495810/

Venta Telefónica 01 8000 12 7373 | Servicio al cliente 320 88 999 33 | Tiendas | Precios bajos siempre | Mundo CMR |

FALABELLA | BANCO | SEGUROS | RASTREAR MI ORDEN

¿Qué estás buscando?

Estás comprando en Bogotá D.C. Mi Cuenta

CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍA | PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES | HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS | BAÑO, COCINA Y ASEO | ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN | MUEBLES Y ORGANIZACIÓN | DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN | AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS | AUTOMÓVILES Y CARCENTER | SERVICIOS HOGAR | PROYECTOS E INSPIRACIÓN

Home > Muebles y Organización > Muebles de Oficina y Escritorio > Escritorios > Escritorio Baggio Ceniza 76.5x130x130cm

RECIBE EN 48 HRS

ENVIO GRATIS

Just Home Collection
Escritorio Baggio Ceniza 76.5x130x130cm
Código 495810
★★★★☆ 3.5 (2)

PRECIO INTERNET

\$299.900und
Ahorra \$150.000
~~\$449.900und~~

CMR Pide tu Tarjeta de Crédito 100% online
Obtén un bono de \$45.000 para tu primera compra Solicitala aquí

- 1 + Agregar al carro

Servicios Hogar

23°C Intervalos lluv

ESP LAA 6:22 p. m. 2/11/2022

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 18

Cotización archivadora

The screenshot shows a web browser window displaying the Homecenter website. The browser's address bar shows the URL: homecenter.com.co/homecenter-co/product/522632/archivador-dali-3-cajones-1025x475x45cm-chantilli/522632/. The page features a large image of a light-colored, three-drawer archiver with a pull-out tray. To the right of the image, the product name "Chantilli" and "Modelo Dali" are displayed, along with a 5.0 star rating. The price is listed as \$449.900und, with a crossed-out price of \$519.900und and a savings of \$70.000. A red button labeled "Agregar al carro" is visible. Below the price, there is a section for "Servicios Hogar" with options for "Armado o Instalación \$58.900" and "Sin Servicio". A "Satisfacción Garantizada" badge is also present. The bottom of the page shows a Windows taskbar with the date 2/11/2022 and time 6:23 p.m.

Archivador Dali 3 Cajones 102.5cm x 47.5cm x 45cm - Chantilli

¿Qué estás buscando?

Estás comprando en Bogota D.C.

Mi Cuenta

48 HRS

Servicios Hogar

Chantilli
Modelo Dali
★★★★★ 5.0 (1)

PRECIO INTERNET

\$449.900und
Ahorra \$70.000
~~\$519.900und~~

CMR Pide tu Tarjeta de Crédito 100% online
Obtén un bono de \$45.000 para tu primera compra Solicítala aquí

- 1 + Agregar al carro

Servicios Hogar

Armado o Instalación \$58.900 Sin Servicio

Satisfacción Garantizada
Puedes devolver este producto en un plazo máximo de 30 días, éste debe estar en perfecto estado; sin uso, tener todos sus accesorios.

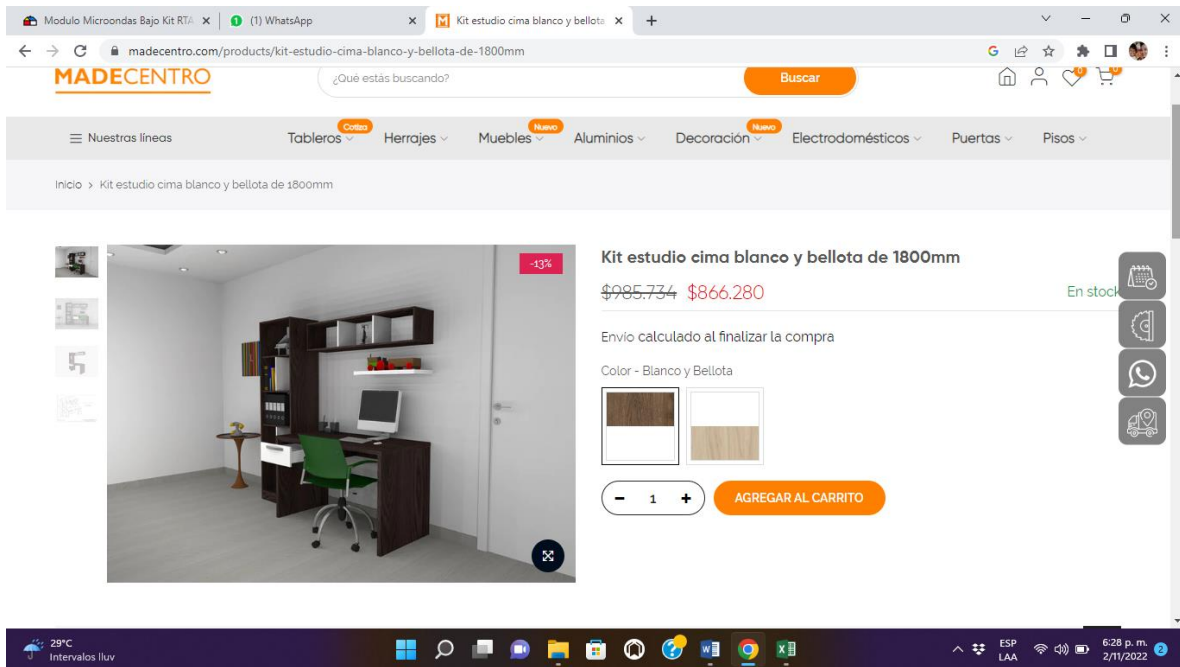
Descripción

29°C Intervalos lluv

6:23 p. m. 2/11/2022

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 19

Cotización kit estudio

The screenshot displays the MADECENTRO website interface. At the top, there are browser tabs for 'Modulo Microondas Bajo Kit RT...', '(1) WhatsApp', and 'Kit estudio cima blanco y bellota...'. The address bar shows the URL 'madecentro.com/products/kit-estudio-cima-blanco-y-bellota-de-1800mm'. The website header includes the MADECENTRO logo, a search bar with the placeholder '¿Qué estás buscando?', and a 'Buscar' button. Below the header is a navigation menu with categories: 'Nuestras líneas', 'Tableros' (marked 'Nuevo'), 'Herrajes', 'Muebles' (marked 'Nuevo'), 'Aluminios', 'Decoración' (marked 'Nuevo'), 'Electrodomésticos', 'Puertas', and 'Pisos'. The breadcrumb trail reads 'Inicio > Kit estudio cima blanco y bellota de 1800mm'. The main content area features a large image of a modern study desk with a green chair and a dark wood cabinet. To the right of the image, the product title is 'Kit estudio cima blanco y bellota de 1800mm', with a price of \$985.734 crossed out and \$866.280 shown. A '-13%' discount tag is visible. The status 'En stock' is shown in green. Below the price, it says 'Envío calculado al finalizar la compra' and 'Color - Blanco y Bellota'. There are two color swatches: one for white and one for light wood. At the bottom of the product section, there is a quantity selector showing '1' and an orange 'AGREGAR AL CARRITO' button. On the right side of the product image, there is a vertical toolbar with icons for calendar, zoom, WhatsApp, and location. The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with weather (29°C, intervals of rain), time (6:28 p.m., 2/11/2022), and language (ESP, LAA).

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 20

Cotización set x sillas

The screenshot displays the Homecenter website interface. At the top, there are browser tabs for 'Set x2 Sillas Kroops Menta - Homecenter', '(3) WhatsApp', and 'Kit estudio cima blanco y bello...'. The address bar shows the URL: homecenter.com.co/homecenter-co/product/435288/set-x2-sillas-kroops-menta/435288/. The Homecenter logo is on the left, and a search bar with the placeholder '¿Qué estás buscando?' is in the center. On the right, it indicates 'Estás comprando en Bogotá D.C.' and shows a shopping cart icon with '0' items and a 'Mi Cuenta' link.

Below the navigation bar, there are several category links: CONSTRUCCIÓN Y FERRERÍA, PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES, HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS, BAÑO, COCINA Y ASEO, ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN, MUEBLES Y ORGANIZACIÓN, DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN, AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS, AUTOMÓVILES Y CARCENTER, SERVICIOS HOGAR, and PROYECTOS E INSPIRACIÓN.

The main content area shows the product page for 'Set x2 Sillas Kroops Menta'. It features a large image of the product set, which includes a light green wire mesh chair and a wooden desk with a sewing machine. A red 'SET X 2' badge is overlaid on the image. To the left of the image, there is a blue badge that says 'RECIBE EN 48 HRS'. Below the image, there is a 'Servicios Hogar' section with a scissors icon and a 'Daros tu opinión' button.

On the right side of the product image, the text reads: 'Just Home Collection', 'Set x2 Sillas Kroops Menta', 'Modelo Kroops', '★★★★★ 5.0 (2)', and '\$429.900und'. Below this, there is a green 'CMR' badge and a button that says 'Pide tu Tarjeta de Crédito 100% online. Obtén un bono de \$45.000 para tu primera compra. Solicítala aquí'. There is also a quantity selector showing '1' and a red 'Agregar al carro' button.

At the bottom of the product page, there is a 'Servicios Hogar' section with two options: 'Armado \$42.900' and 'Sin Servicio'. A green WhatsApp chat icon is visible in the bottom right corner of the product area.

The bottom of the screenshot shows the Windows taskbar with various application icons and the system tray displaying '23°C Intervalos lluv', 'ESP LAA', and the date '6:30 p. m. 2/11/2022'.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 21

Cotización caneca

The screenshot shows a web browser window displaying the Homecenter website. The browser tabs include 'Caneca Pedal 20 Litros Doble', '(3) WhatsApp', and 'Kit estudio cima blanco y bello...'. The address bar shows the URL 'homecenter.com.co/homecenter-co/product/477371/caneca-pedal-20-litros-doble/477371/'. The website header includes the Homecenter logo, a search bar, and navigation links for 'FALABELLA', 'BANCO', 'SEGUROS', and 'RASTRAR MI ORDEN'. The main navigation menu lists various categories such as 'CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍA', 'PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES', 'HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS', 'BAÑO, COCINA Y ASEO', 'ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN', 'MUEBLES Y ORGANIZACIÓN', 'DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN', 'AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS', 'AUTOMÓVILES Y CARCENTER', 'SERVICIOS HOGAR', and 'PROYECTOS E INSPIRACIÓN'. The product page for 'Caneca Pedal 20 Litros Doble' features a large image of the black and green trash bin, a 'RECIBE EN 48 HRS' badge, and a price of '\$111.900 und' with a discount of '\$13.000' from the original price of '\$124.900 und'. A 'Agregar al carro' button is visible, along with a 'Pide tu Tarjeta de Crédito 100% online' promotion. The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with a temperature of 29°C, weather 'Intervalos lluv', and the date '6:31 p. m. 2/11/2022'.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 22

Cotización dispensadora de agua

The screenshot displays the Homecenter website interface. At the top, there are browser tabs for 'Dispensador de Sobremesa Temp...', '(3) WhatsApp', and 'Kit estudio cima blanco y bello...'. The address bar shows the URL 'homecenter.com.co/homecenter-co/product/342618/dispensador-de-sobremesa-temp-ambiente-y-fria-blanco/342618/'. Below the address bar, there is a navigation menu with categories like 'CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍA', 'PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES', 'HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS', 'BAÑO, COCINA Y ASEO', 'ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN', 'MUEBLES Y ORGANIZACIÓN', 'DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN', 'AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS', 'AUTOMÓVILES Y CARCENTER', 'SERVICIOS HOGAR', and 'PROYECTOS E INSPIRACIÓN'. The main content area features a product image of a white Electrolux water dispenser on the left. To the right of the image, the product details are listed: 'ELECTROLUX Dispensador de Sobremesa Temp Ambiente y Fria Blanco', 'Modelo EQCP02TOMUSW', and a star rating of 0.0 (0). The price is shown as '\$369.900und' with a green 'Ahorra \$30.000' and a crossed-out price of '\$399.900und'. Below the price, there is a promotional banner for 'CMR Pide tu Tarjeta de Crédito 100% online' with a 'Solicítala aquí' link. At the bottom of the product section, there is a quantity selector set to '1' and a red 'Agregar al carro' button. The bottom of the page shows a Windows taskbar with various application icons and system tray information including '23°C Intervalos lluv', 'ESP LAA', and '6:34 p. m. 2/11/2022'.

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 23

Cotización botiquín

The screenshot shows a web browser window displaying the Homecenter website. The browser's address bar shows the URL: homecenter.com.co/homecenter-co/product/379761/botiquin-empotrable/379761/. The website header includes the Homecenter logo, a search bar with the placeholder text "¿Qué estás buscando?", and navigation links for "Estás comprando en Bogotá D.C.", "Mi Cuenta", and "RASTREAR MI ORDEN". Below the header is a horizontal menu with various product categories such as "CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍA", "PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES", "HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS", "BAÑO, COCINA Y ASEO", "ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN", "MUEBLES Y ORGANIZACIÓN", "DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN", "AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS", "AUTOMÓVILES Y CARCENTER", "SERVICIOS HOGAR", and "PROYECTOS E INSPERACIÓN".

The main content area features a product page for "Botiquín Empotrable" (Built-in First Aid Kit). The product is shown in a white, rectangular, wall-mounted cabinet with a glass door and a green cross on the door. The product details include the code "IYH Botiquín Empotrable" and "Código 379761". The price is listed as "\$119.900 und". There is a "Satisfacción Garantizada" badge and a "Puedes devolver este producto en un plazo máximo de 30 días, éste debe estar en perfecto estado: sin uso, tener todos sus accesorios, manuales y embalaje original. Si tienes dudas, comunícate a nuestra línea de atención al cliente desde Bogotá: 3077115 o a la línea Nacional: 0011 2222 2222." A red button labeled "Agregar al carro" is visible. A "CMR" badge is also present, with text: "Pide tu Tarjeta de Crédito 100% online. Obtén un bono de \$45.000 para tu primera compra. Solicítala aquí".

The bottom of the screenshot shows the Windows taskbar with the date "2/11/2022" and time "6:34 p. m.".

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 24

Cotización extintora

The screenshot displays the Homecenter website interface. At the top, there are browser tabs for 'Extintor 2,5 libras - Homecenter', '(3) WhatsApp', and 'Kit estudio cima blanco y bello'. The address bar shows the URL 'homecenter.com.co/homecenter-co/product/163816/extintor-25-libras/163816/'. The navigation bar includes the Homecenter logo, a search bar with the placeholder '¿Qué estás buscando?', and user options for location (Bogotá D.C.), cart, and account. Below the navigation bar, there are category links: CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍA, PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES, HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS, BAÑO, COCINA Y ASEO, ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN, MUEBLES Y ORGANIZACIÓN, DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN, AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS, AUTOMÓVILES Y CARCENTER, SERVICIOS HOGAR, and PROYECTOS E INSPIRACIÓN.

The main content area shows the product page for 'Extintor 2,5 libras'. On the left, there is a yellow fire extinguisher with a black handle and nozzle. A blue badge above it says 'RECIBE EN 48 HRS'. Below the extinguisher, there is a 'Dar un voto' button. On the right, the product details are shown: 'Autostyle Extintor 2,5 libras' with a rating of 0.0 (0) stars, a price of '\$29.900und', and a quantity selector set to 1. A red 'Agregar al carro' button is present. Below the product details, there is a 'Satisfacción Garantizada' section with a gear icon and a 'ver más' link. The text in this section states: 'Puedes devolver este producto en un plazo máximo de 30 días, éste debe estar en perfecto estado: sin uso, tener todos sus accesorios, manuales y embalaje original. Si tienes dudas, comunícate a nuestra línea de atención al cliente desde Bogotá: 3077115 o a la línea Nacional: 320 88 999 33.' A green WhatsApp chat icon is visible in the bottom right corner of the product area.

The bottom of the screenshot shows a Windows taskbar with various application icons and a system tray displaying the temperature (23°C), weather (Intervalos lluv), and date/time (6:35 p. m., 2/11/2022).

LA EXPRESIÓN MÁGICA HACE EVENTOS MEMORABLES

Apéndice 25

Cotización caneca 6.6 lts

The screenshot displays the Homecenter website interface. At the top, there are browser tabs for 'Caneca 6.6 Lts Negra - Homecenter', '(3) WhatsApp', and 'Kit estudio cima blanco y bello'. The address bar shows the URL 'homecenter.com.co/homecenter-co/product/519500/caneca-66-lts-negra/519500/'. The page header includes the Homecenter logo, a search bar with the placeholder '¿Qué estás buscando?', and navigation links for 'Estás comprando en Bogota D.C.', a shopping cart icon, and 'Mi Cuenta'. Below the header is a horizontal menu with categories such as 'CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍA', 'PISOS, PINTURAS Y TERMINACIONES', 'HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS', 'BAÑO, COCINA Y ASEO', 'ELECTROHOGAR, TECNOLOGÍA Y CLIMATIZACIÓN', 'MUEBLES Y ORGANIZACIÓN', 'DECORACIÓN, MENAJE E ILUMINACIÓN', 'AIRE LIBRE, JARDÍN Y MASCOTAS', 'AUTOMÓVILES Y CARCENTER', 'SERVICIOS HOGAR', and 'PROYECTOS E INSPIRACIÓN'. The main content area features a large image of a black 'Plastihogar Caneca 6.6 Lts Negra' trash bin. To the right of the image, the product name 'Plastihogar Caneca 6.6 Lts Negra' is displayed with a rating of 0.0 (0) stars and a price of '\$23.900und'. Below the price is a quantity selector set to '1' and a red 'Agregar al carro' button. A 'Satisfacción Garantizada' badge is also visible, stating that the product can be returned within 30 days. The bottom of the page shows a Windows taskbar with the date '6:37 p. m. 2/11/2022' and system icons.