

DISEÑAR UN PLAN DE NEGOCIO PARA EL MONTAJE DE UNA EMPRESA DE  
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE TUNJA

JISSEL CRISTINA AMADO ÁLVAREZ

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE  
NEGOCIOS - ECACEN

TUNJA

2019

DISEÑAR UN PLAN DE NEGOCIO PARA EL MONTAJE DE UNA EMPRESA DE  
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE TUNJA

JISSEL CRISTINA AMADO ÁLVAREZ

Cód.: 1.049.631.784

Opción de Grado

Juan Carlos Pérez Tovar

Asesor

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y DE  
NEGOCIOS - ECACEN

TUNJA

2019

**Contenido**

	pág.
Introducción	9
Antecedentes	11
Planteamiento del Problema	13
Formulación .....	13
Sistematización.....	13
Pregunta Generadora de la Investigación .....	13
Justificación	14
Objetivos	15
Objetivo General .....	15
Objetivos Específicos .....	15
Marco Teórico	16
Marco Conceptual	20
Capítulo 1	22
Análisis del Contexto	22
Macro Entorno.....	22
Micro Entorno .....	25
Matriz Comparativa de Competencia .....	26
Capítulo 2	32
Análisis de Mercado	32
Tamaño del Mercado .....	32
Justificación del Mercado Objetivo.....	32

Nicho de Mercado .....	32
Metodología	33
Desarrollo.....	34
Cronograma.....	35
Resultados .....	36
Análisis General de la Investigación .....	50
Portafolio de Servicios.....	53
Justificación.....	57
Estrategias 4P Marketing Mix.....	58
Estrategia de Publicidad y Comunicación .....	61
Capítulo 3	65
Análisis Técnico	65
Características y Descripción del Local a Arrendar .....	65
Distribución de Planta.....	65
Inversión maquinaria y equipo.....	67
Capítulo 4	74
Análisis Administrativo	74
Organigrama.....	75
Mapa de Procesos.....	76
Contrato de Trabajo .....	77
Manual de Funciones Gerente.....	77
Capítulo 5	82
Análisis Legal y Ambiental por el cual se Rige la Idea de Negocio	82

PLAN DE NEGOCIO PARA EL MONTAJE DE UNA EMPRESA	5
Componentes Legales.....	82
Componentes Ambientales .....	86
Capítulo 6	90
Análisis Económico y Financiero	90
Inversión .....	90
Porcentaje de Valor Total y Mensual de Costo de Servicio y Administración.....	93
Conclusiones	112
Referencias Bibliográficas	114
Anexos	118

**Listado de Tablas**

	pág.
tabla 1. Pregunta No.1 Actividad Económica Que Desarrollan Las Empresas	36
Tabla 2. Pregunta No. 2 Realización De Eventos En Las Empresas	36
Tabla 3. Pregunta No. 3 Épocas Del Año En Que Las Empresas Realizan Los Eventos	37
Tabla 4. Pregunta No. 4 Cantidad De Eventos Que Las Empresas Realizan Al Año	38
Tabla 5. Pregunta No. 5 Medios De Comunicación Por Medio De Los Cuales Las Empresas Han Conocido Los Servicios Que Ofertan Las Empresas De Eventos	38
Tabla 6. Pregunta No. 6 Empresas De Organización De Eventos Que Las Empresas Conocen	39
Tabla 7. Pregunta No. 7 ¿Por Qué Recuerda O Prefiere Esta Empresa?	39
Tabla 8. Pregunta No. 8 Necesidades Insatisfechas Por Parte De Las Empresas De Eventos Contratadas	40
Tabla 9. Pregunta No. 9 Factores Que Las Empresas Tienen En Cuenta Al Momento De Contratar Una Empresa De Eventos	41
Tabla 10. Pregunta No. 10 Locaciones De Preferencia De Las Empresas Para Realizar Sus Eventos	41
Tabla 11. Pregunta No. 11 Acción Que Las Empresas Determinan Al Momento De Querer Desarrollar Eventos En Sus Empresas	42
Tabla 12. Pregunta N° 12 Tipos De Empresas Que Las Organizaciones Contratan Para Realizar Sus Eventos	42
Tabla 13. Pregunta No. 13 Nivel De Aceptación De La Asesoría De Una Nueva Empresa Dedicada A La Organización, Logística Y Eventos Empresariales	43

Tabla 14. Pregunta No. 14 Eventos Empresariales Que Las Empresas Estarían Dispuestos A Contratar	43
Tabla 15. Pregunta No. 15 Nivel De Interés A Fortalecer Clima Organizacional En Las Empresas	44
Tabla 16. Pregunta No. 16 Nivel De Interés Por Mejorar La Comunicación En Las Empresas	44
Tabla 17. Pregunta No. 17 Nivel De Interés Por Fortalecer Las Relaciones Interpersonales Con Los Operarios	45
Tabla 18. Pregunta No. 18 Nivel De Aceptación Del Desarrollo De Actividades Que Lograran Mejorar Las Relaciones Interpersonales Con Los Operarios	45
Tabla 19. Pregunta No. 19 Frecuencia De Desarrollo De Actividades Para Mejorar Las Relaciones Interpersonales Con Los Operarios	46
Tabla 20. Pregunta No. 20 Nivel De Aceptación Para La Prestación De Servicio De Actividades E Integración Para La Empresa Y Sus Operarios	46
Tabla 21. Pregunta No. 21 Realización En Las Empresas De Actividades De Integración Personal Con Sus Clientes Y Operarios	47
Tabla 22. Pregunta No. 22 Nivel De Interés De Las Empresas En Desarrollar Torneos Deportivos Con Clientes Y Proveedores	47
Tabla 23. Pregunta No. 23 Actividades De Integración Que Las Empresas Estarían Interesadas Contratar	48
Tabla 24. Pregunta No. 24 Nivel De Interés Por Las Charlas Interactivas	48
Tabla 25. Pregunta No. 25 Charlas Interactivas Que Las Empresas Emplearían En Sus Organizaciones	49

Tabla 26. Pregunta No. 26 Nivel De Aceptación Por Parte De Las Empresas Para Contratar La

Implementación De La Nueva Idea De Negocio Nonceta 50

Tabla 27 Manual De Funciones Auxiliar Técnico- Administrativa 79

Tabla 28. Presupuesto De Promoción 92

Tabla 29. Gastos Legalidad De La Empresa 92

## **Introducción**

En Colombia, la realización de eventos empresariales es una práctica común, tanto en el sector privado como en el público. Para garantizar la calidad de un evento de este tipo, las empresas tienen el hábito de contratar a terceros, para que se hagan cargo del desarrollo de la planeación, dirección, ejecución y control del mismo. De esta manera, las empresas minimizan costos y/o tiempo, velando a la vez por su buena imagen y garantizando el cuidado de las relaciones interpersonales, entre otros beneficios.

Por lo anterior, la prestación de este tipo de servicios se convierte en una demanda a satisfacer y surge la idea de negocio que pretende cubrir esta necesidad, cumpliendo con todas las expectativas y necesidades de los clientes, por medio del desarrollo innovador de los eventos e implementando las actividades organizacionales.

El presente plan de negocio se desarrolla con la finalidad de determinar el nivel de aceptación y factibilidad de una empresa dedicada a la organización de eventos empresariales en la ciudad de Tunja. A partir de análisis concienzudo que permiten establecer las pautas para llevar a cabo este tipo de idea de negocio.

A continuación, se expone el plan de negocio, comenzando por la determinación de la metodología a utilizar para desarrollar la investigación. A continuación, en el capítulo primero se especifican las características del análisis del contexto, esto significa el análisis del micro-entorno y macro-entorno para establecer a qué tipo de competencia se enfrenta la idea de negocio. En el segundo capítulo se presenta el análisis para determinar el tamaño de mercado, objetivos empresariales, marketing mix, además de determinar las estrategias 4P las cuales son una herramienta fundamental para definir la idea de negocio. Posteriormente, en el tercer capítulo se tiene la investigación y definición del análisis técnico y operativo por medio de

cotizaciones y búsqueda en fuentes de información, se definen las características de cada una de las herramientas, muebles, enseres, equipos, adecuaciones y distribución de la empresa, esto con el fin de tener una idea clara de lo que se necesita para poner en marcha el proyecto empresarial. En seguida, en el capítulo cuarto, por medio del diseño del análisis administrativo, se logra establecer la estructura organizacional para la idea de negocio. Luego, el capítulo quinto especifica el análisis legal y ambiental por el cual se rige la idea de negocio. Después, en el sexto capítulo se realiza el análisis económico y financiero del plan de negocio, por medio del cual se logra determinar la viabilidad del montaje del plan de negocio. En último lugar, se encuentra la presentación del informe con todas las características y capítulos que el plan conlleva.

### **Antecedentes**

En el transcurso del tiempo, las empresas se han adaptado a los cambios del entorno, en cuanto a su organización interna, para que sus potenciales clientes tomen la decisión final de preferirla entre las empresas que son consideradas su competencia.

Por lo anterior las empresas están dirigiendo sus estrategias hacia la motivación de las personas, principalmente en mercadeo y ventas, toman varias estrategias como campañas de publicidad, comerciales en medio de comunicación masivos, reservando un presupuesto para ello, esto con el fin de acercarse más al cliente.

La organización de eventos de tipo empresarial ayuda a la motivación del cliente interno para que logre los objetivos organizacionales y el externo para que utilice y consuma más los productos o servicios ofrecidos por la empresa.

Las empresas medianas y pequeñas han descubierto que por medio de eventos no tan ostentosos se logran buenos resultados, lo cual significa que no es tan costoso como las grandes campañas publicitarias las cuales suelen ser utilizadas por las grandes empresas las cuales cuentan con amplios presupuestos.

Para que un evento sea exitoso hay que tener muchos factores en cuenta, que el tipo de comida y bebida a ofrecer para los asistentes es el más relevante, por ello hay que tener en cuenta el motivo y estilo de reunión, nos encontramos en un entorno el cual va cambiando al pasar el tiempo por lo cual en el caso de los eventos se exige un nivel de originalidad y creatividad tanto en su elaboración como en su presentación, es por esto que el toque de diferenciación, elegancia y distinción se convierten en la esencia del éxito o fracaso de los eventos, estos también pueden afectar a la imagen que la empresa proyecte a sus clientes.

Las empresas dedicadas al tipo de evento empresarial se han venido convirtiendo en la mejor y más cómoda solución para la organización de los eventos en las empresas, ya que garantizan el éxito, por medio del cual las empresas se benefician en cuanto a la imagen que proyectan ante sus asistentes.

En el caso de la ciudad de Tunja las empresas tienen la costumbre de contratar a terceros esto como el caso de restaurantes o contratan los servicios por aparte, y no a empresas dedicadas a realizar eventos de este tipo los cuales suplan todas sus necesidades, por lo cual no impactan a sus clientes es por esto que se toma como oportunidad la creación de una nueva empresa la cual se enfoque en el sector empresarial ya que las empresas contratadas o conocidas se dedican más a lo social, por lo cual determino que las empresas necesitan de una empresa como la planteada en el plan de negocios.

## **Planteamiento del Problema**

### **Formulación**

En Tunja no hay una empresa la cual ofrezca apoyo al área del talento humano en las compañías, en cuanto a la organización de eventos, las empresas consideradas competencia las cuales están constituidas se dedican a otro tipo de servicios y no se enfocan en lo empresarial por tanto se determina que no ofrecen una variedad de servicios las cuales atiendan las necesidades en el sector empresarial, la creación de una nueva empresa será beneficioso para las organizaciones ya que se pretende suplir estas necesidades por medio de la variedad de servicios que se pretende ofrecer.

### **Sistematización**

- ¿Existe suficiente mercado para demandar los servicios de la empresa?
- ¿Cuáles serán los servicios de mayor aceptación en el mercado de Tunja?
- ¿Cuáles son los requerimientos técnicos para la puesta en marcha de la empresa?
- ¿Cuál es la estructura organizacional ideal para el montaje de la empresa?
- ¿Será rentable esta idea de negocio?

### **Pregunta Generadora de la Investigación**

¿Determinar si es viable para la ciudad de Tunja el montaje y puesta en marcha de una empresa dedicada a la prestación de servicios de organización de eventos y actividades organizacionales en el sector empresarial?

### **Justificación**

El presente plan de negocio va enfocado hacia es estudio de factibilidad que conlleva implementar una empresa nueva en la ciudad de Tunja la cual se enfoque a prestar servicios de organización de eventos y actividades organizacionales en el sector empresarial, por medio de este se pudo analizar y determinar si es viable y que nivel de aceptación tendrá esta nueva empresa por parte de las compañías, ya que sin la creación de esta seguiría el mercado de la misma manera y las empresas no se verían beneficiadas con la variedad de servicios que se pretende ofrecer los cuales se pueden desarrollar en cualquier mes del año, ya que estas traerían no solo beneficio a la imagen de la empresa sino al fortalecimiento de las relaciones interpersonales, trabajo en equipo entre otras, este tipo de aspectos hacen que los trabajadores estén motivados en su empresa.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar el plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la planificación, organización y ejecución de eventos empresariales en la ciudad de Tunja.

### **Objetivos Específicos**

- Analizar y definir la metodología utilizada para desarrollar la investigación del plan de negocio.

- Especificar las características del análisis del contexto.

- Determinar y analizar el estudio de mercados del plan de negocio.

- Investigar y definir el análisis técnico y operativo para la puesta en marcha del negocio proyectado.

- Diseñar y establecer el análisis administrativo de la estructura organizacional para la idea de negocio.

- Especificar las Análisis legal y ambiental.

- Realizar el análisis económico y financiero del plan de negocio.

### Marco Teórico

Para dar solución a los objetivos de la idea de negocio propuesta se tomará como referencia el libro “Innovación Empresarial” capítulo 7 del autor Rodrigo Varela V.

Para Rodrigo Varela, en su libro “innovación empresarial” expresa que “La creación de una empresa es un proceso que, como tal, está formado por una serie de etapas que tienen racionalidad y permiten al empresario ir tomando las decisiones requeridas en forma secuencial.

Con frecuencia las personas creen que esta serie de etapas no tiene lógica, que es posible saltarlas. Pero muy rápido encuentran –aunque a veces no lo reconozcan– que ese comportamiento los llevó a un punto ciego, en el mejor de los casos, o a un fracaso, en el peor escenario.” De lo que puedo determinar que la creación de una empresa no es solo tener una idea, sino que esta conlleva unas etapas las cuales hacen que se evite el fracaso. (Varela V., Rodrigo, 2008).

Para Rodrigo Varela, en el capítulo 7 en la instrucción expresa “El plan de empresa busca dar respuestas adecuadas, en un momento específico, a las cinco grandes preguntas que todo empresario, todo inversionista, todo financista, todo proveedor, todo comprador, etcétera, desea resolver:

- ¿Qué es y en qué consiste la empresa?
- ¿Quiénes dirigirán la empresa?
- ¿Cuáles son las causas y las razones para creer en el éxito empresarial?
- ¿Cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas?
- ¿Qué recursos se requieren para llevar a cabo la empresa y qué estrategias se van a usar para conseguirlos?” (Varela V., Rodrigo, 2008).

Según Rodrigo Varela, todo plan de negocio, consta con una serie de etapas dentro de las cuales se consideran: (i) análisis de mercado; (ii) análisis técnico; (iii) análisis administrativo; (iv) análisis legal y ambiental y (v) análisis económico y financiero.

El enfoque de cada uno de los análisis del plan de negocio va dirigido a la obtención de la mayor cantidad de información la cual permite conocer la factibilidad y aceptación del negocio y a la misma vez la toma de decisiones.

Todas las variables tienen una correlación entre sí, dicha información tiene que ser verídica y sustentada, con el fin de lograr evaluar el proyecto en forma real, así que la información debe ser concordante con los demás análisis.

Para Rodrigo Varela el análisis de mercado:

el objetivo central es determinar: la existencia real de clientes para los productos o servicios que se van a producir, la disposición de los clientes a pagar el precio establecido, la determinación de la cantidad demandada, la aceptación de las formas de pago, la validez de los mecanismos de mercadeo y venta previstos, la identificación de los canales de distribución que se van a usar, la identificación de las ventajas y desventajas competitivas, el entorno económico y social del sector económico en el cual se va a actuar, los comportamientos del consumidor, los mecanismos de promoción, los planes estratégicos y las tácticas de mercadeo, con el propósito de elaborar una proyección de ventas válida (Varela, 2008).

Como se puede observar este es el punto de partida para todo tipo de planes de negocio y es el análisis que más necesita esfuerzo y dedicación por lo tanto debe estar perfectamente estructurado.

Para Rodrigo Varela el análisis técnico “es determinar si es posible elaborar y vender el producto/servicio con la calidad, cantidad y costo requeridos. Para ello, es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, suministros, consumos unitarios, procesos, ordenamiento de procesos, recursos humanos en cantidad y calidad, proveedores, etcétera. Este análisis, sin dudas, va coordinado con el de mercado, pues la producción es para atender las ventas que se identifican en ese análisis.” Puedo determinar que por medio de este se logra identificar todos los requerimientos que se necesita la empresa en cuanto a maquinaria y equipo. (Varela, 2008).

Para Rodrigo Varela el análisis administrativo “definir las características necesarias para el grupo empresarial y para el personal de la empresa, las estructuras y estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del grupo empresarial en la gestión y en los resultados y, claro está, la posibilidad de contar con todos estos elementos.” Puedo definir este análisis como uno de los más importantes ya que gracias a este se determina cómo va la estructura organizacional del plan de negocio (Varela, 2008).

Para Rodrigo Varela Análisis legal y ambiental “definir la posibilidad legal y social para que la empresa se establezca y opere; definir el tipo de sociedad y las obligaciones tributarias, comerciales y laborales que de ella se derivan; analizar las implicaciones que sobre la comunidad tiene el proyecto; determinar las regulaciones locales y los permisos requeridos” gracias a este análisis se logra determinar el tipo de sociedad de la empresa (Varela, 2008).

Para Rodrigo Varela el análisis económico y financiero “determinación de las características económicas y financieras del proyecto”. Este análisis sin duda es el más importante ya que se identifican y se determinan todas las características de un plan de negocio, gracias a el es posible saber si el negocio es viable o no.

Como conclusión personal este tipo de planes son muy importantes en la vida de cualquier persona que quiera emprender, por medio de los análisis anteriores se puede analizar el mercado determinar a qué población va dirigido su servicio o producto, como se encuentra su entorno, que tipo de inversión necesita, que maquinaria y equipo, que tipo de sociedad, estructura organizacional necesita entre otras características, se convierten en pasos muy importantes por medio de los cuales se puede desarrollar una efectiva toma de decisiones y estos permiten determinar y es viable o no crear nuevos negocios.

## Marco Conceptual

**Investigación descriptiva.** Según el portal Question Pro “se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando, se refiere al diseño de la investigación, creación de preguntas y análisis de datos que se llevarán a cabo sobre el tema. Se conoce como método de investigación observacional porque ninguna de las variables que forman parte del estudio está influenciada”

**Marco muestral.** Según Carlos Ochoa “Un marco muestral es una lista de elementos que componen el universo que queremos estudiar y de la cual se extrae la muestra. Estos elementos a investigar pueden ser individuos, pero también pueden ser hogares, instituciones o cualquier otra cosa susceptible de ser investigada. Cada uno de estos elementos presentes en el marco muestral se conoce como unidades muestrales.”

**Flora nativa.** Wikipedia define “El concepto de flora nativa o autóctona, hace referencia a todo el conjunto de especies vegetales que pertenecen al ambiente donde naturalmente habitan”

**Freelance.** Wikipedia define “El anglicismo freelance se refiere a la actividad que realiza la persona que trabaja de forma independiente o se dedica a realizar trabajos de manera autónoma que le permitan desenvolverse en su profesión o en aquellas áreas que pueden ser más lucrativas y son orientadas a terceros que requieren de servicios específicos.

Un freelancer invierte su tiempo de acuerdo a sus necesidades y la de sus clientes. En muchos casos no cumplen horarios rutinarios o de oficina, tienen la autonomía de modificar su agenda de acuerdo a la carga de trabajo que posean y en la mayoría de los casos ofrecen sus servicios por medio de contratos, especificando el tiempo que trabajarán para el empleador y bajo qué condiciones”

**Sociedad por acciones simplificadas.** La cámara de comercio de Bogotá define “La sociedad por acciones simplificadas está reglamentada según la Ley 1258 de 2008. Dicha sociedad podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.”

**Depreciación.** Wikipedia define “Se utiliza para dar a entender que las inversiones permanentes de la planta han disminuido en potencial de servicio. En contabilidad, la depreciación es una manera de asignar el coste de las inversiones a los diferentes ejercicios en los que se produce su uso o disfrute en la actividad empresarial. Los activos se deprecian basándose en criterios económicos, considerando el plazo de tiempo en que se hace uso en la actividad productiva, y su utilización efectiva en dicha actividad. Una deducción anual de una porción del valor de la propiedad y/o equipamiento.”

**VPN (valor presente neto).** El Instituto Europeo De Posgrado define “Esta fórmula básica del asesoramiento financiero nos permite evaluar los proyectos de inversión en el medio y en largo plazo y conocer si podremos o no maximizar esa inversión.”.

**TIR (tasa interna de retorno).** Según Andrés Sevilla “La Tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.”

## Capítulo 1

### Análisis del Contexto

#### Macro Entorno

**Análisis del Entorno.** Para este tipo de análisis se tomará como referencia el Plan de desarrollo de la ciudad de Tunja para comenzar hablare del *entorno político* en el plan de desarrollo se afirma que “Nuestra participación tiene como objetivo el de ser consecuentes con las normas establecidas para tener una participación activa, decisoria y autónoma aportando en la construcción de los Procesos de Paz, ya que “la Mujer es una Constructora permanente de Paz”, a través de todos los ciclos históricos existentes en los diferentes sitios del mundo como madre, esposa, hija, hermana, abuela y tía, siendo generadora de vida, formadora de hogar, administradora de los recursos humanos y económicos de la “familia”, que es el centro y núcleo de la sociedad, incidiendo desde una perspectiva de Equidad de Género, en las Políticas Públicas Locales, Regionales y Nacionales.

El interés de Nonceta es el de acompañar procesos dirigidos a la participación de las mujeres en la reconstrucción del tejido social a través de la educación, la cultura, la recreación y procesos de construcción de ciudadanía democrática. Se propone trabajar en actividades educativas de tipo formal e informal para “empoderar” a mujeres y sus familias con proyecciones mínimo a 20 años en acciones concretas de “emprenderismo”, gestionando movilizaciones e interlocuciones, asesorías, acompañamientos y demás actividades que fortalezcan el accionar político, posicionamiento y fortalecimiento de las mujeres en la ciudad de Tunja” (Plan de Desarrollo, 2016-2019, p. 19).

Es muy importante el hecho de que las mujeres tengan una participación activa en cuanto a la construcción de procesos de paz, en el plan de desarrollo no solo hablan del empoderamiento

que está teniendo la mujer, sino que también se propone una política pública de equidad de género, esto quiere decir que, como departamento, Boyacá ha avanzado en cuanto a la equidad.

Seguido del *entorno económico* en el plan de desarrollo en este entorno se afirma “En lo relacionado con generación de empresas, resulta positivamente sorprendente lo que se presenta como resultados (Emprendedores Asesorados 550, Emprendedores con incentivos con el concurso Tunja Emprende 55, total personas en bases de datos 1150, personal ubicado con la intermediación Laboral 200), pero no se muestra en el Plan de Desarrollo lo bueno que presentan en las exposiciones presenciales, ni figuran metas que hagan honor a los resultados que seguramente pueden obtenerse”. (Plan de desarrollo, 2016-2019, P.28)

Lo anterior es muy positivo ya que muestran resultados donde se evidencia que la ciudad se está expandiendo.

Continuando con el *entorno social- cultural* en la ciudad actualmente se está desarrollando un programa denominado Tunja ciudad Bicentenario, según la doctora Luz marina Bautista afirma “Corresponde a nuestra generación celebrar con júbilo el bicentenario de la independencia ésta conmemoración nos convoca a resignificar este acontecimiento que es digno no solo de nuestra ciudad sino de todo un continente América del Sur. Aprovechando esta oportunidad para generar un turismo cultural, alrededor de nuestra ciudad, cuyo decidido apoyo brindó a la causa independentista que el propio libertador la nombró como “Tunja cuna y taller de la libertad” Muchos de los monumentos que sobreviven al abandono y la indiferencia, nos llevan a reflexionar en una celebración para darles una mirada como monumentos históricos, restaurarlos y mantenerlos” (Plan de desarrollo, 2016-2019, p. 27).

Como se observa, por medio del desarrollo de este programa se fomenta el turismo para el departamento y esto es algo positivo para el mismo ya que se reconoce al departamento como líder en el desarrollo turístico sostenible.

Siguiendo con el *entorno tecnológico* en el plan de desarrollo se afirma “En el apartado de la Tecnología e infraestructura para seguridad, convivencia y justicia, indican la implementación de la tecnología de punta para el municipio sin embargo en el diagnóstico no se menciona cuantos cuadrantes tiene la ciudad de Tunja, esto como punto de partida para una mayor eficiencia en los recursos adoptados, además no se evidencia en el indicador denominado: número de dispositivos electrónicos de seguridad instalados si se está hablando de cámaras o alarmas etc.” (Plan de desarrollo, 2016-2019, p. 29).

En cuanto a este *entorno ecológico* en el plan de desarrollo se afirma que “En lo ambiental, será de significativo valor continuar la adquisición de predios en zonas de recarga de acuíferos y la reforestación de esos lugares; se menciona el programa de custodios y administración de predios, sin afirmarse que se continuará o mejorará. Se llama la atención sobre la represa de Teatinos y los predios circundantes, que deben ser objeto de atención directa por parte de la administración municipal, porque todo el sistema le pertenece a Tunja, y si bien las empresas privadas lo hacen bien en materia de operación protección y vigilancia, la responsabilidad en el largo plazo reside en el municipio. Se han reforestado grandes extensiones con especies foráneas, no nativas.

Resulta de máxima importancia recomendar que Tunja tenga sus propios programas de reforestación: la ciudad está en un medio físico altamente vulnerable y a la vez de gran afectación dado su crecimiento poblacional: cada espacio público urbano (incluyendo sus zonas verdes) debería ser objeto de un proyecto de reforestación específico, y en lo rural debería

establecerse una obligatoriedad de cercas vivas e incluso producción silvopastoril, además de prácticas de producción limpia.” (Plan de desarrollo, 2016-2019, p.27) personalmente considero que sería de gran ayuda para el municipio contar con propios programas de reforestación, ya que no tenemos conocimiento de que hacen con las especies, y considero que esto está afectando seriamente al municipio.”

### **Micro Entorno**

**Análisis de la competencia, puntos fuertes factor diferenciador.** Del estudio realizado se puede determinar que las empresas que están constituidas y prestan los servicios de eventos en la ciudad de Tunja, se dedican más a la parte recreativa y muy poco en lo empresarial. Se observa que 15 empresas se puede observar en la matriz comparativa tabla 28, son consideradas nuestra competencia directa, donde se analizaron sus servicios locaciones entré otros, de lo que se halló que cuentan con buenas locaciones, DJ, menaje y menús, como puntos débiles se encontró que se dedican más a la parte social y lo recreativo y muy poco a lo empresarial, llevan los mismos protocolos para todo tipo de eventos como también su decoración y menaje, en el trabajo de campo se observó que la empresa que más contratan es la cámara de comercio de la cual recuerdan por o prefieren por la atención y servicios ofrecidos en los eventos contratados, la necesidad que no se ha logrado satisfacer el protocolo, lo cual es una falencia, ya que este juega el papel más importante en la organización de eventos, de lo anterior se determinó que gracias a el análisis de esta empresa y de acuerdo al análisis, el protocolo juega el papel más importante en la organización de eventos por lo cual Nonceta debe tener sus propios protocolos y decoración.

**Matriz Comparativa de Competencia**

<b>Empresa</b>	<b>Actividad principal</b>	<b>Servicios</b>	<b>Características</b>
Nonceta casa de eventos	Organización, diseño, planificación, control y cierre de eventos empresariales, charlas interactivas, actividades organizacionales e interactivas para empresas de actividades económicas de servicios, comerciales, construcción, expositores protocolo gua turístico menaje, enseres	Eventos empresariales charlas interactivas actividades organizacionales e interactivas	La idea de negocio busca por medio de las actividades busca mejorar y fortalecer las relaciones interpersonales y el clima organizacional, así lograr fortalecer las relaciones gerente-operarios, empresa- clientes, empresa- proveedores, este tipo de actividades no las desarrolla ni organiza ninguna otra empresa de eventos
Jr producciones jose ruiz	Todo tipo de eventos e iluminación	Iluminación arquitectónica decorativa, pantallas, pirotecnia en frio y aérea, dj	Se dedica a la decoración y producción de sonido junto con pirotecnia, todo tipo de eventos

<b>Empresa</b>	<b>Actividad principal</b>	<b>Servicios</b>	<b>Características</b>
Logística y eventos tdm s a s	Convenciones y eventos comerciales	Localización, dj, decoraciones, ambientaciones, música y ambientación, sonido e iluminación	Ofrece servicios de localización música, iluminación solo convenciones y eventos comerciales
Banquetes y eventos la gran casona	Catering para eventos	Localización, banquete, torta, mobiliario, mantelería y vajilla, cristalería y cubertería, decoración de espacios, música y animación servicio de meseros, coordinador	Es una empresa que cuenta con su propia locación, organiza todo tipo de eventos
Boyacá fun eventos y recreación	Todos los servicios sociales y empresariales	Recreación fiestas temáticas, piñatas sonido y luces, rally recreo, deportivo, apoyo btl, logística, asesoría de eventos, manejo de imagen corporativa	Es una empresa que está más enfocada a lo social y recreativo

<b>Empresa</b>	<b>Actividad principal</b>	<b>Servicios</b>	<b>Características</b>
Pachos publicidad tunja	Todo tipo de eventos	Locaciones, decoraciones, ambientaciones, música y ambientación, sonido e iluminación	Se dedica más que todo al ambientación del lugar
Vi-sion entertain	Todo tipo de eventos tanto empresariales como sociales	Locaciones, decoraciones, ambientaciones, música y ambientación, sonido e iluminación	Se dedica más que todo al ambientación del lugar
Eventos inspiración sas	Todos los eventos sociales y empresariales	Locaciones, decoraciones, ambientaciones, música y ambientación, sonido e iluminación	Se dedica más que todo al ambientación del lugar
Andalucía eventos	Sociales y empresariales	Locaciones, decoraciones, ambientaciones, música y ambientación, sonido e iluminación	Es una empresa que cuenta con su propia locación, organiza todo tipo de eventos
Momentos soñados	Todos los eventos	Locaciones, banquete, decoración ambientación, invitaciones, fotografía y video, música y animación, sonido e iluminación,	Esta empresa se enfoca más en los matrimonios

<b>Empresa</b>	<b>Actividad principal</b>	<b>Servicios</b>	<b>Características</b>
		coordinador de la boda, zona de servicio	
mambo eventos	Todos los eventos	locaciones, decoraciones, ambientaciones, música y ambientación, sonido e iluminación	esta empresa ofrece ambientación
Xtreme sound megafiestas	Sociales y empresariales	locaciones, decoraciones ambientaciones, música y ambientación, sonido e iluminación	Ofrece la decoración y ambientación para el evento
Eventos fenix	Convenciones y eventos comerciales	localización, dj, decoraciones ambientaciones, música y ambientación, sonido e iluminación	Ofrece la decoración y ambientación para el evento
Grupo eventos s a s	Convenciones y eventos comerciales	localización, dj, decoraciones ambientaciones, música y ambientación, sonido e iluminación	Ofrece la decoración y ambientación para el evento

<b>Empresa</b>	<b>Actividad principal</b>	<b>Servicios</b>	<b>Características</b>
Sarao eventos s a s	Convenciones y eventos comerciales	Localización dj decoraciones ambientaciones música y ambientación sonido e iluminación	Ofrece la decoración y ambientación para el evento
Blue eventos m y b s a s	Convenciones y eventos comerciales	Localización dj decoraciones ambientaciones música y ambientación sonido e iluminación	Ofrece la decoración y ambientación para el evento

Fuente: Autora del trabajo

**Proveedores.** En cuanto a las especificaciones de maquinaria y equipo se puede observar en el módulo técnico Tabla N° 30 , en cuanto al desarrollo de los eventos y actividades organizacionales, estas consisten en tener convenios con restaurantes, hoteles, casa de banquetes, empresas de transporte, con personal idóneo para el desarrollo y cumplimiento de los eventos con calidad en la ciudad o sus alrededores para la prestación de los servicios e ambientación, menús, salones, entre otros entre las empresas con las que podemos contar son: Hotel Hunza, Hotel Estelar Paipa, Hotel Sochagota, restaurante Brasas de Oro, Gourmet centro de eventos, Mono de la Pila, Pesquera del norte, restaurante el Maizal, Pizza Nostra, El Chile Loco, Gula y Lujuria, Asadero el Guayabito, Asadero Leña Seca, Bosques de Florencia, Cámara de comercio, en el caso de las cabalgatas e caminatas ecológicas estas se llevarían a cabo en Villa de Leiva, y pueblos cercanos en la ciudad de Tunja, en cuanto a la mano de obra se contrataran única y exclusivamente dependiendo el tipo de evento

**Análisis del consumidor.** Para comenzar a hablar del consumidor, el mercado objetivo son las empresas grandes de la ciudad de Tunja, dedicadas a actividades económicas de Servicios, Comercial y Construcción, que requieran de servicios y logística de eventos empresariales o actividades organizacionales, del trabajo de campo se determinó que desarrollan de 1 a 6 eventos al año en sus empresas entre los meses de octubre y diciembre, se observó que desarrollan anualmente actividades para mejorar las relaciones interpersonales ya sea con sus operarios, clientes o proveedores, tienen en cuenta tres factores importantes al momento de contratar empresas de eventos entre los cuales están el precio, las referencias y la calidad, la acción que determinan para desarrollar sus eventos es la de contratar un tercero, prefieren contratar empresas de capacitación, ya que estas brindan actividades de gran interés para ellas, para la realización de sus eventos prefieren los espacios abiertos.

## Capítulo 2

### Análisis de Mercado

#### Tamaño del Mercado

**Mercado Objetivo.** Empresas grandes (mayor número de activos) con más de 15 trabajadores, que se dediquen a actividades económicas de servicios, comerciales, se pretende comenzar abarcando 83 empresas este dato se toma de la muestra esta se encuentra en la metodología del trabajo.

**Área geográfica.** Ciudad de Tunja capital del departamento de Boyacá

#### Justificación del Mercado Objetivo

Se escogieron 83 empresas de tamaño grande este dato se toma de la muestra esta se encuentra en la metodología del trabajo, ya que son las que mayores ingresos y personal tienen por lo tanto nos facilita nuestros servicios y adquirirán nuestros eventos.

#### Nicho de Mercado

Empresas públicas y privadas de la ciudad de Tunja

**Objetivos Empresariales.** Ventas:

- En el año 2020 vender 35 servicios
- Alcanzar en el 2020 10.000 seguidores en las plataformas digitales
- En el 2021 presentar servicios a nivel departamental
- Obtener una rentabilidad sobre las ventas

### Metodología

**Tipo de investigación:** Descriptiva

**Método:** Inductivo

**Línea de investigación:** Emprendimiento social y solidario ECACEN UNAD

#### Fuentes

- **Primarias:** 83 empresarios de la ciudad de Tunja empresas medianas y grandes

- **Secundarias:** Se puede observar en las referencias bibliográficas

**Población:** Por medio de correo electrónico se solicitaron datos de contacto de las empresas, de tamaño grande de la ciudad, para poder realizar el trabajo de campo, estos las nombran empresas con mayor número de activos, a la Cámara de Comercio de la ciudad, por medio de recibo de pago se puede observar en el anexo N°1, y en el anexo N° 2 se encuentra el listado con 106 empresas

#### Muestra

$$N = \frac{Z^2 P \cdot Q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 P \cdot Q}$$

$$N = 106$$

$$Z = 3.8416 \text{ (95\%)}$$

$$E = 0,0025$$

$$P = 0.50$$

$$Q = 0.50$$

$$N = \frac{Z^2 P \cdot Q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 P \cdot Q}$$

$$N = \frac{3.84 \cdot 0.50 \cdot 0.50 \cdot 106}{0,0025 + 3.8416 \cdot 0.50 \cdot 0.50}$$

$$N = \frac{101.80}{106 \cdot 0.0025 = 0,265 + 3,8416 \cdot 0.50 \cdot 0.50 = 9604}$$

$$N = 9604 + 0,265$$

$$N = 1.225$$

$$N = \frac{101.80}{1.225} = 83$$

**Determinación de la muestra.** El marco muestral utilizado para obtener la información de los elementos que son analizados corresponde a 83 empresas.

### **Desarrollo**

La forma en la cual se decidió investigar el mercado fue La encuesta que se constituye en el instrumento básico para recolección de información por parte de la investigadora y está conformado por un conjunto de preguntas debidamente preparadas y ordenadas a base de un formulario en el que se recogen las respuestas que deben ser procesadas para el análisis posterior.

Con esta encuesta la cual se puede observar el formato en el anexo N° 3 se busca obtener información veraz y confiable de parte de las empresas de la ciudad de Tunja que recopilan las bases y los criterios a desarrollar para realizar una investigación de mercado. Con la cual se verifican algunos de los aspectos más importantes para nuestros posibles clientes.

- **Diseño de los instrumentos:** junio de 2018.
- **Trabajo de campo:** Junio – Julio de 2018.
- **Análisis de los hallazgos** (tabular – análisis – conclusiones): septiembre de 2018.
- **Alcance:** Presentar un informe del plan de negocios
- **Limitaciones:** tiempo, ciudad de Tunja

**Cronograma**

<b>Cronograma de Actividades</b>						
<b>Actividad</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 13</b>
	<b>2018</b>	<b>2018</b>	<b>2018</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2019</b>
	<b>Febrero</b>	<b>Abril</b>	<b>Julio</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Enero</b>	<b>Marzo</b>
	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
	<b>Marzo</b>	<b>Junio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Noviembre</b>	<b>febrero</b>	<b>Abril</b>
Presentación de la propuesta						
Análisis y determinación de la metodología						
Características del análisis de contexto						
Análisis estudio de mercado						
definir el análisis técnico y operativo						
Diseñar y establecer el análisis administrativo						
Especificar las Análisis legal y ambiental						
Realizar el análisis económico y financiero del plan de negocio						

**Resultados**

Tabla 1.

*Pregunta No. 1 Actividad económica que desarrollan las empresas*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>fi</b>	<b>Fi</b>
Industrial	3	1	3,6	1,204819277
Comercial	19	20	22,9	24,09638554
Servicios	39	59	47,0	71,08433735
Construcción	22	81	26,5	97,59036145
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis.* Para la idea de negocio es beneficiosos que el mayor número de empresas se dedique a la actividad económica de los servicios porque estas cuentan con un número favorable en cuanto a proveedores y clientes lo cual sería aprovechado por la idea de negocio ya que cuanto más número de asistentes tengan en los eventos mayores serán los ingresos.

Tabla 2.

*Pregunta No. 2 Realización de eventos en las empresas*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>fi</b>	<b>Fi</b>
Si	82	1	99	1,204819277
No	1	2	1	2,409638554
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* De la anterior tabla puedo deducir que en las empresas de la ciudad de Tunja se realizan eventos esto es algo positivo para la empresa gracias a que esto significa que el enfoque de la idea de negocio está muy bien definido.

Tabla 3.

*Pregunta No. 3 Épocas del año en que las empresas realizan los eventos*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>Fi</b>	<b>Fi</b>
Enero - marzo	2	1	2,4	1,204819277
Abril – Junio	0	1	0	1,204819277
Julio – Septiembre	5	6	6,0	7,228915663
Octubre – Diciembre	69	75	83,1	90,36144578
Ninguno	1	76	1,2	91,56626506
Todo el Año	6	82	7,2	98,79518072
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* Del estudio realizado puedo determinar según los datos obtenidos por las empresas que los meses en los que se puede enfocar la idea de negocio están entre octubre a diciembre, pero ya que el portafolio de servicios es bastante amplio esto lo podemos aprovechar y no solo desarrollarían eventos en estas fechas sino en los demás meses esto beneficiaría a las empresas, a su personal y clientes.

Tabla 4.

*Pregunta No. 4 Cantidad de eventos que las empresas realizan al año*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>Fi</b>	<b>Fi</b>
1 a 6	60	1	72,3	1,204819277
7 a 12	10	11	12,0	13,25301205
13 o mas	12	23	14,5	27,71084337
Ninguna	1	24	1,2	28,91566265
<b>Total</b>	83		100	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* Como decía anteriormente la idea de negocio tiene un portafolio de servicios bastante amplio y se puede aprovechar, más meses del año en este caso se pretende abordar muchos más eventos al año por empresa.

Tabla 5.

*Pregunta No. 5 Medios de comunicación por medio de los cuales las empresas han conocido los servicios que ofertan las empresas de eventos*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>Fi</b>	<b>Fi</b>
Radio	12	1	14,5	1,204819277
Televisión	1	2	1,2	2,409638554
Publicidad	23	25	27,7	30,12048193
Referencias	47	72	56,6	86,74698795
<b>Total</b>	83		100	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* como podemos observar son muy poco utilizadas las plataformas informáticas es por esto que la idea de negocio implementara este tipo de estrategias, se pretende utilizar este tipo de medios.

Tabla 6.

*Pregunta No. 6 Empresas de organización de eventos que las empresas conocen*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>Fi</b>	<b>Fi</b>
Cámara de comercio	72	1	86,7	1,204819277
Momentos soñados	7	8	8,4	9,638554217
Andalucía	2	10	2,5	12,04819277
Otros	2	12	2,4	14,45783133
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* lo que se pretende en la idea de negocio es llegar a ser reconocidos, y eso se lograra a través del tiempo siempre brindando excelentes servicios esto para que las empresas que nos contraten siempre nos reconozcan.

Tabla 7.

*Pregunta No. 7 ¿Por qué recuerda o prefiere esta empresa?*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>Fi</b>	<b>Fi</b>
Atención	27	1	32,5	1,204819277
Servicio	22	23	26,5	27,71084337
Calidad	12	35	14,5	42,1686747
Precio	7	42	8,4	50,60240964
Todas las anteriores	15	57	18,1	68,6746988
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* de lo anterior se puede determinar que las empresas tienen muchos factores en cuenta para poder preferir a una empresa, este tipo de preguntas me da a conocer en que está fallando la competencia y lo utilizaría como una estrategia.

Tabla 8.

*Pregunta No. 8 Necesidades insatisfechas por parte de las empresas de eventos contratadas*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>Fi</b>	<b>Fi</b>
Demora en el servicio	8	1	9,6	1,204819277
Decoración	15	16	18,1	19,27710843
Protocolo	33	49	39,8	59,03614458
Transporte	25	74	30,1	89,15662651
Ninguna	2	76	2,4	91,56626506
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* de la investigación puedo determinar que este tipo de necesidades son importantes para cualquier persona, por lo tanto, se buscaran estrategias para lograr satisfacer este tipo de necesidades.

Tabla 9.

*Pregunta No. 9 Factores que las empresas tienen en cuenta al momento de contratar una empresa de eventos*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>Fi</b>	<b>Fi</b>
Precio	32	1	38,6	1,204819277
Calidad	8	9	9,6	10,84337349
Referencias	0	9	0	10,84337349
Todas las anteriores	43	52	51,8	62,65060241
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* De lo anterior puedo determinar que las empresas demandan precios justos y cómodos los cuales, cumplan a l máximo con sus expectativas, de esto la idea de negocio va enfocada a suplir este tipo de factores

Tabla 10.

*Pregunta No. 10 Locaciones de preferencia de las empresas para realizar sus eventos*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>Fi</b>	<b>Fi</b>
Espacios abiertos	64	1	77,1	1,204819277
Espacios cerrados	19	20	22,9	24,09638554
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* Este tipo de preferencias por parte de las empresas es favorable para la idea de negocio ya que se pretende mitigar el impacto ambiental es por esto que estas locaciones las aprovecharemos al máximo.

Tabla 11.

*Pregunta No. 11 Acción que las empresas determinan al momento de querer desarrollar eventos en sus empresas*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>fi</b>	<b>Fi</b>
Utilizar su departamento de logística y o talento humano	13	1	15,7	1,204819277
Contratar un tercero	56	57	67,5	68,6746988
Contratar una empresa dedicada a la realización de eventos	14	71	16,9	85,54216867
<b>Total</b>	83		100	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* Como podemos observar las empresas determinan contratar un tercero para la realización de sus eventos, esto es algo positivo para la idea de negocio ya que esta está dirigida a prestar un servicio completo para que encuentren en un solo lugar todo lo que necesitan.

Tabla 12.

*Pregunta No. 12 Tipos de empresas que las organizaciones contratan para realizar sus eventos*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>fi</b>	<b>Fi</b>
De Capacitación	47	1	57	1,204819277
De Banquetería	5	6	6,0	7,228915663
Logística de eventos	31	37	37	44,57831325
<b>Total</b>	83		100	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* esta pregunta es la más importante ya que justifica el problema planteado al inicio del informe como podemos observar no hay una empresa que ofrezca un paquete completo por lo que la idea de negocio es una muy buena opción para las empresas.

Tabla 13.

*Pregunta No. 13 Nivel de aceptación de la asesoría de una nueva empresa dedicada a la organización, logística y eventos empresariales*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>Fi</b>	<b>Fi</b>
Si	83	1	100	1,204819277
No	0	1	0	1,204819277
<b>Total</b>	83		100	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* de los anteriores datos obtenidos puedo determinar que la idea de negocio tiene un buen nivel de aceptación por parte de las empresas, esto beneficia a la idea de negocio en cuanto a que se da a conocer lo cual genera ingresos y nos vamos dando a conocer aparte se generara trabajo.

Tabla 14.

*Pregunta No. 14 Eventos empresariales que las empresas estarían dispuestos a contratar*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>Fi</b>	<b>Fi</b>
Ferias Empresariales	15	1	18,1	1,204819277
Capacitaciones	23	24	27,7	28,91566265
Fiestas tema	1	25	1,20	30,12048193
Día de la familia	0	25	0	30,12048193
Aniversario de la empresa	1	26	1,20	31,3253012

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>Fi</b>	<b>Fi</b>
Todos los anteriores	43	69	51,8	83,13253012
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* de la anterior información recogida puedo determinar que las empresas están muy interesadas en contratar nuestros servicios y el tipo de portafolio que se maneja es muy bien aceptado por estas, lo cual es beneficiosos para la idea de negocio ya que me puedo dar cuenta que si estarían interesados en contratar

Tabla 15.

*Pregunta No. 15 Nivel de interés a fortalecer clima organizacional en las empresas*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>fi</b>	<b>Fi</b>
Si	83	1	100	1,204819277
No	0	1	0	1,204819277
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* por medio del portafolio de servicios se pretende fortalecer el clima organizacional en las empresas esto con el fin de apoyar al área del talento humano

Tabla 16.

*Pregunta No. 16 Nivel de interés por mejorar la comunicación en las empresas*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>Fi</b>	<b>Fi</b>
Si	74	1	89,2	1,204819277
No	9	10	10,8	12,04819277
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* como se relaciona en la pregunta No. 15 por medio del portafolio de servicios se pretende fortalecer la comunicación esto en el caso de las charlas interactivas, en las empresas esto con el fin de apoyar al área del talento humano

Tabla 17.

*Pregunta No. 17 Nivel de interés por fortalecer las relaciones interpersonales con los operarios*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>Fi</b>	<b>Fi</b>
Si	82	1	98,8	1,204819277
No	1	2	1,2	2,409638554
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* como se relaciona en las preguntas No. 15, 16 por medio del portafolio de servicios se pretende fortalecer las relaciones interpersonales, en las empresas esto con el fin de apoyar al área del talento humano

Tabla 18.

*Pregunta No. 18 Nivel de aceptación del desarrollo de actividades que logaran mejorar las relaciones interpersonales con los operarios*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>fi</b>	<b>Fi</b>
Si	83	1	100	1,204819277
No	0	1	0	1,204819277
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* como se puede observar las empresas están dispuestas a desarrollar actividades para mejorar las relaciones interpersonales al interior de sus empresas, lo que quiere decir que el enfoque de la idea de negocio y esto nos beneficiara en cuanto a ventas

Tabla 19.

*Pregunta No. 19 Frecuencia de desarrollo de actividades para mejorar las relaciones interpersonales con los operarios*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>Fi</b>	<b>Fi</b>
Semanalmente	0	1	0	1,204819277
Mensualmente	33	34	39,8	40,96385542
Anualmente	49	83	59,0	100
Nunca	1	84	1,2	101,2048193
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* Como se presentó anteriormente lo que pretende la idea de negocio es aprovechar el máximo tiempo en el año desarrollando actividades las cuales mejoren las relaciones interpersonales estas por medio del portafolio de servicios los cuales están enfocados en la mayoría de meses del año, por lo cual se hará mayor la frecuencia de desarrollo de estas actividades en las empresas

Tabla 20.

*Pregunta No. 20 Nivel de aceptación para la prestación de servicio de actividades e integración para la empresa y sus operarios*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>fi</b>	<b>Fi</b>
Si	83	1	100	1,204819277
No	0	1	0	1,204819277
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* en cuanto a esta pregunta puedo determinar que el nivel de aceptación por parte de las empresas es algo beneficioso para el plan de negocio ya que no solo me incentiva para montar la empresa sino también para ponerla en práctica ya que el enfoque es fortalecer y apoyar el talento humano en las empresas y considero que este tipo de negocios estaría supliendo las necesidades del sector empresarial

Tabla 21.

*Pregunta No. 21 Realización en las empresas de actividades de integración personal con sus clientes y operarios*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>fi</b>	<b>Fi</b>
Si	60	1	72,3	1,204819277
No	23	24	27,7	28,91566265
<b>Total</b>	83		100	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* de la información recogida puedo determinar que este tipo de actividades están muy bien aceptadas por parte de las empresas de la ciudad de Tunja lo cual beneficia al plan de negocio ya que la estas están interesadas en contratar el servicio y no solo se beneficia este sino también las empresas lo cual apoya la gestión del talento humano

Tabla 22

*Pregunta No. 22 Nivel de interés de las empresas en desarrollar torneos deportivos con clientes y proveedores*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>fi</b>	<b>Fi</b>
Si	76	1	91,6	1,204819277
No	7	8	8,4	9,638554217
<b>Total</b>	83		100	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* cómo podemos observar las empresas están muy interesadas en contratar nuestros servicios, estos no solo nos benefician a nosotros sino a las empresas para la idea de negocio es algo positivo ya que es un servicio el cual ofrece de las cuales muchas empresas lo ofrecen, pero se pretende marcar diferencia en este tipo de servicios

Tabla 23.

*Pregunta No. 23 Actividades de integración que las empresas estarían interesadas contratar*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>fi</b>	<b>Fi</b>
Caminatas ecológicas	2	1	2,4	1,204819277
Ciclo paseos	4	5	4,8	6,024096386
Cabalgatas	3	8	3,6	9,638554217
Todas las anteriores	74	82	89,2	98,79518072
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* de los datos obtenidos puedo determinar que las empresas están dispuestas a contratar este tipo de servicios es de destacar que la idea de negocio será pionera en la organización de este tipo de actividades esto responde a que el portafolio de servicios tiene una amplia gama de servicios por medio de los cuales, se pretende aprovechar todos los meses del año, lo cual nos generara mayor número de ventas.

Tabla 24.

*Pregunta No. 24 Nivel de interés por las charlas interactivas*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>fi</b>	<b>Fi</b>
Si	83	1	100	1,204819277
No	0	1	0	1,204819277
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* de la información recogida puedo determinar que las charlas interactivas serían muy bien aceptadas por las empresas de la ciudad de Tunja, esto con el fin de brindar servicios de excelente calidad, cabe resaltar que este tipo de servicio, hará que se cambie la monotonía y como lo manifestaron algunos empresarios los empleados muchas veces no aprovechan este tipo de servicios ya que siempre es lo mismo, lo cual es un punto a nuestro favor ya que la realización de estas se desarrollara de una forma totalmente diferente

Tabla 25.

*Pregunta No. 25 Charlas interactivas que las empresas emplearían en sus organizaciones*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>fi</b>	<b>Fi</b>
liderazgo	13	1	15,7	1,204819277
Motivación	43	44	51,8	53,01204819
Hábitos para mejorar la productividad	19	63	22,9	75,90361446
Todas las anteriores	8	71	9,6	85,54216867
<b>Total</b>	<b>83</b>		<b>100</b>	

Fuente: Empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* como la idea de negocio está enfocada en apoyar el talento humano en las empresas, este tipo de servicio es una actividad clave ya que está enfocada a los operarios, lo que se busca con estas es fortalecer en todo sentido a las empresas, como se puede observar este tipo de temas que se trataran en las charlas es de gran interés.

Tabla 26.

*Pregunta No. 26 Nivel de aceptación por parte de las empresas para contratar la implementación de la nueva idea de negocio Nonceta*

	<b>ni</b>	<b>Ni</b>	<b>fi</b>	<b>Fi</b>
Si	83	1	100	1,204819277
No	0	1	0	1,204819277
<b>Total</b>	83		100	

Fuente: empresas de la ciudad de Tunja Junio- Julio 2018

*Análisis:* Esta pregunta es la base de todo el plan de negocios ya que gracias a esta se logró determinar que las empresas están dispuestas a contratar esta empresa, puedo deducir que el nivel de aceptación al igual que todos los servicios ya sean eventos empresariales, charlas interactivas y actividades de integración, serian contratados por las organizaciones en Tunja, lo cual es algo positivo ya que tendremos un gran número de clientes y esto generara mayor número de activos a la empresa y logrará posicionarnos en la ciudad.

### **Análisis General de la Investigación**

En la ciudad encontramos un sin número de actividades económicas a las cuales se dedican las empresas del estudio realizado se determinó que las actividades económicas a las que más se dedican las empresas en la ciudad de Tunja son las que se dedican a las actividades de servicios y construcción, ellas desarrollan de 1 a 6 eventos al año en sus empresas, entre los meses de octubre y diciembre, se observó que desarrollan anualmente actividades para mejorar las relaciones interpersonales ya sea con sus operarios, clientes o proveedores, tienen en cuenta tres factores importantes al momento de contratar empresas de eventos entre los cuales están el precio, las referencias y la calidad, la acción que determinan para desarrollar sus eventos es la de

contratar un tercero, prefieren contratar empresas de capacitación, ya que estas brindan actividades de gran interés para ellas, para la realización de sus eventos prefieren los espacios abiertos, de lo anterior se puede determinar que existe una amplia gama para trabajar.

La idea de negocio está direccionada a prestar servicios de planificación, dirección, control de eventos empresariales así como de actividades organizacionales y charlas interactivas, como se puede observar en el trabajo de campo por medio de la encuesta se determinaron factores importantes los cuales me permitieron determinar si Nonceta tenía buen nivel de aceptación por parte de las empresas con mayor número de ingresos de la ciudad de Tunja, determine lo siguiente: con un 100% las empresas estarían interesadas en contar con la asesoría de una empresa como Nonceta en cuanto a organización, logística y eventos empresariales, son muy bien aceptados todos los empresariales, charlas interactivas y actividades organizacionales.

El valor agregado de Nonceta son las actividades organizacionales y charlas interactivas, lo que quiere Nonceta es prestar y brindar servicios diferentes a los que ofrecen las demás empresas, por lo que Nonceta se convierte en una idea de negocio innovadora, ya que siempre contara con excelentes profesionales, mano de obra y servicio, lo más interesante es como se pudo observar en el trabajo de campo a las empresas les gusta realizar los eventos en espacios abiertos.

Esta es una ventaja ya que Nonceta busca cuidar y preservar el medio ambiente como se nombra en el manual ambiental, Nonceta por medio de las actividades organizacionales y charlas interactivas busca cambiar la perspectiva y monotonía de estas en las empresas, busca desarrollar nuevas ideas de eventos y actividades que como vimos en el estudio las empresas realizan de uno a seis eventos anualmente, para lo que se plantean actividades y charlas las cuales se pueden desarrollar mensual o en cualquier mes del año, de la mano de eventos empresariales, ya que la

idea central es fortalecer el trabajo en equipo, la comunicación, relaciones interpersonales, ya que estos son factores para que los operarios estén motivados en sus organizaciones.

Lo que permite concluir que Nonceta es una excelente idea de negocio ya que genera nuevo empleo, favorece a las empresas en varios aspectos gracias a la tesis en general se determina que es muy viable y se espera una muy buena aceptación por parte de las empresas de la ciudad de Tunja.

**Portafolio de Servicios****Eventos empresariales**

<b>Nombre del Servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Asistentes</b>	<b>Valor total</b>
Congresos	Personas promovidas generalmente por una empresa o asociación, con la finalidad de sacar algo nuevo dentro del sector.	50	2.250.000
Convenciones	Espacios propicios para inspirar, activar las capacidades y fomentar el trabajo en equipo en una convivencia armónica.	50	2.250.000
Seminarios	Se ofrece un servicio integral en la organización de su evento, cuidando siempre los mínimos detalles.	50	2.250.000
Lanzamientos de productos	Es la oportunidad de dar a conocer al público los nuevos productos, servicios y tendencias, de las empresas.	100	4.430.000
Aniversarios de empresa	Siempre hay un día para celebrar un suceso, y tras este un acto conmemorativo para celebrarlo.	10	1.566.895
Fiestas tema	Para organizar las mejores fiestas de empresas lo aconsejable es elegir los juegos adecuados, el espacio el número máximo de invitados, la temática y	10	2.179.895

<b>Nombre del Servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Asistentes</b>	<b>Valor total</b>
	el tipo de celebración. Siempre hay que tener en cuenta cual es la impresión que se desea en nuestro evento empresarial.		

### **Actividades organizacionales recreativas**

<b>Nombre del Servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Asistentes</b>	<b>Valor total</b>
Torneos deportivos	Evento que implica una competencia entre diferentes partes. Ilustración portafolio de servicios	30	800.000
Tardes de esparcimiento	Actividades las cuales las personas comparten un tiempo fuera de las horas laborales.	50	1.900.000
Ciclo paseos	Actividades las cuales utilizando una bicicleta y en lugares y espacios determinados para esta actividad.	20	440.000
Cabalgatas	El propósito principal de la cabalgata es convivir con la naturaleza, usando al caballo como medio de transporte, ya que ayuda a moverse más	8	994.690

<b>Nombre del Servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Asistentes</b>	<b>Valor total</b>
caminatas ecológicas	rápidamente, es menos agotador, y por lo general es más fácil transitar por caminos complicados tales como ríos, montañas, zonas de inundación, etc. es un recorrido por los senderos ecológicos observando y disfrutando de la naturaleza en compañía de un docente guía quien lo harán entrar en contacto con la fauna y flora nativa	50	1.050.000

#### **Actividades Organizacionales Charlas Interactivas**

<b>Nombre del Servicio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Asistentes</b>	<b>Valor total</b>
Liderazgo	Nonceta se encargará de la planificación y logística con medios tecnológicos de alta calidad para el desarrollo de la charla contando con personal experto en el tema. Ilustración portafolio de servicios	50	1.661.731
Relaciones interpersonales	Como sabemos las relaciones son interacciones entre dos o más personas en este intervienen la comunicación. Ilustración portafolio de servicios	50	1.661.731

Nombre del Servicio	Descripción	Asistentes	Valor total
Servicio al cliente	El servicio al cliente es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo. Ilustración portafolio de servicios	50	1.661.731
Motivación	La motivación es un conjunto de factores internos o externos que determinan en parte las acciones de una persona. Ilustración portafolio de servicios	50	1.661.731
Responsabilidad social empresarial	se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido. Ilustración portafolio de servicios	50	1.661.731
Problemas empresariales	Problema es toda aquella circunstancia que necesita una solución. Ilustración portafolio de servicio	50	1.661.731

Nombre del Servicio	Descripción	Asistentes	Valor total
Trabajo en equipo	El Trabajo en equipo se puede considerar una herramienta laboral con el fin de optimizar la realización de tareas. Ilustración portafolio de servicios	50	1.661.731
Hábitos para mejorar la productividad	Son técnicas las cuales se pueden utilizar para incentivar en los trabajadores las habilidades de mejorar la productividad. Ilustración portafolio de servicios	50	1.661.731

**Justificación.** Para la determinación del valor total para cada servicio se toman una serie de características las cuales, dependiendo de cada servicio, un ejemplo claro se encuentra en el plan financiero en el cuadro denominado determinación de costos por evento halla encontrara el ejempló con los servicios de aniversario de la empresa, fiestas tema, cabalgatas, y charlas interactivas.

### **Estrategias 4P Marketing Mix**

En cuanto al marketing mix que se pretende emplear por medio de la combinación de los cuatro elementos como son: producto (servicio), precio, plaza (distribución), promoción para desarrollar estrategias basadas en los gustos y preferencias de los consumidores.

**Producto (servicio).** Los servicios que ofertara la empresa “Nonceta casa de eventos empresariales S.A.S”, la empresa realizara no solo eventos de tipo empresarial sino toma como valor agregado actividades organizacionales, determinado como pre-evento, evento y post-evento, es decir desde su diseño hasta su completa realización; lo que se pretende es poner a disposición de las empresas ya sean de comercio, servicio, construcción es decir de las actividades económicas a las que se dedican las empresas de la ciudad de Tunja, un equipo de profesionales los cuales se preocuparan por todos los detalles que el desarrollo de eventos y actividades organizacionales requiere, además de proporcionarle a nuestros clientes la variedad de servicios que en el mercado se ofertan por separado

Entre los tipos de servicios que se ofertaran tenemos, *eventos empresariales*, el cual se caracteriza por el diseño, planificación, desarrollo y control de los eventos de tipo única y exclusivamente empresarial, el cual busca desarrollar de manera efectiva el evento.

*Actividades organizacionales recreativas* la cual se caracteriza por desarrollarse fuera de los horarios de trabajo, esto con el fin de no interrumpir las actividades en las empresas, por medio de estas actividades lo que se busca es fortalecer el trabajo en equipo y la motivación, donde las personas compartan tiempo e calidad en lugares y espacios al aire libre conviviendo con la naturaleza observando y disfrutando dela misma.

Contamos también con el servicio de *charlas interactivas* en estos se utilizará siempre tecnología de alta calidad, y personal calificado, este se caracteriza por que se desarrolla de forma teórica, pero, además se harán interactivas esto es decir desarrollarlas no de solo forma teórica sino realizando actividades lúdicas después o durante la charla esto con el fin de hacer diferentes las charlas, estas se consideran importantes para la idea de negocio ya que se busca fortalecer varios aspectos los cuales son importantes para las empresas.

Con esta variedad de servicios lo que se pretende es atraer al mayor número de consumidores en este caso de empresas.

#### ***Estrategia de calidad del servicio***

- Por medio de una retroalimentación con el cliente después del evento se le pide una calificación por medio de una encuesta o buzón de sugerencias.
- Rigiéndonos por un sistema de gestión de calidad
- Condiciones óptimas de elementos y, maquinaria y equipos que intervienen en el evento
- Adecuada y oportuna realización de cada servicio
- Resolviendo inquietudes, quejas, y reclamos de los clientes

***Procedimiento de garantía post-venta.*** Buzón de sugerencias: sencillo y económico, consiste en ubicar un buzón de correo en un lugar de la empresa con un letrero que lo identifique y formularios en papel donde los clientes puedan anotar comentarios, sugerencias y quejas, el cliente tiene que estar muy satisfecho o muy insatisfecho para que acuda al buzón a dejar su anotación.

***Encuesta.*** Es obtener información entrevistando a un determinado volumen de clientes haciendo preguntas concretas acerca de sus expectativas previas del producto y el rendimiento que obtuvieron luego de la compra.

**Precio.** Los valores para cualquier servicio en la empresa dependen de la cantidad de asistentes, y el tipo de evento y actividad ya que la empresa no tendrá una tarifa fija, en este caso no se determina un valor total sino por evento o actividad, un ejemplo claro se encuentra en el módulo económico y financiero en la parte determinación de costos por evento.

**Plaza (Distribución).** Debido a que los servicios son de naturaleza intangible, la empresa contara con un canal de distribución directo, la finalidad es brindar un servicio personalizado con los clientes, esto se lograra mediante visitas a las empresas o contacto telefónico. Esto es beneficioso ya que se logrará ahorrar tiempo y dinero, puesto que se contactará directamente a los proveedores de los diferentes productos y servicios.

**Construir versus Arrendar.** La empresa no se encuentra en la capacidad de construir una instalación para su funcionamiento. Los altos costos que implican una construcción no podrían ser fácilmente recuperables con la actividad económica que se desempeñará.

**Promoción.** Ya que es una empresa nueva en el mercado es de suma importancia darnos a conocer de la mejor manera posible por medio de publicidad para dar a conocer los servicios que ofrecemos se realizará lo siguiente:

- Promocionar el portafolio de servicios mediante visitas a las empresas a las cuales se realizaron las encuestas
- Hacer uso de la red social Facebook, ya que es un medio por el cual existe la posibilidad de publicar el servicio de una manera rápida
- Crear una página web en la que se detalle las características de la empresa también donde se muestre el portafolio de servicios.

- Organizar y desarrollar un evento de inauguración, en el que sus asistentes sean figuras importantes en el entorno empresarial para destacar el servicio que ofrece nuestra empresa y se convierta en la carta de presentación para mostrar la capacidad de organizar eventos.

- Ventas personales: Presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta.

## **Estrategia de Publicidad y Comunicación**

### **Nombre y logotipo de la empresa**



**Justificación.** El nombre de la empresa se eligió por la búsqueda de nombres de mujeres que marcaron historia en la ciudad de Tunja en esa búsqueda salió Nonceta al buscar el significado de este se obtuvo “Según cuenta la leyenda, el Cacique Hunzahúa quien pretendía el amor de Nonceta, una de sus hermanas, decidió un día, con el fin de escapar de la vigilancia de su madre, llevar a su hermana a la provincia de los chipataes para comprar algodón. Allí la sedujo y al regresar, al notar la madre que el vientre y pechos de su hija crecían, montó en cólera y arremetió contra ella con la sana (palo para agitar la chicha), la muchacha, que no era tonta, se amparó tras de la tinaja. Esquivó el tremendo garrotazo, que dio estruendosamente sobre la gacha o moya. Toda la chicha se derramó y entonces se formó el pozo de Hunzahúa, que es como en nuestros días se denomina una famosa laguna, situada al norte de la ciudad de Tunja”.

El logotipo se determinó siguiendo el nombre elegido se buscaba compatibilidad así que se eligió una imagen referente a las piezas que se utilizaban en esa época, entre muchas imágenes en cerámica se del arte precolombino se eligió el ofernatario muisca este es una guía.



Fuente: Museo Nacional de Colombia (2016), Ofernatario ceremonial muisca [figura]. Recuperado de:  
<http://www.museonacional.gov.co/colecciones/piezas-notables/Paginas/galeria-arqueologia.aspx>

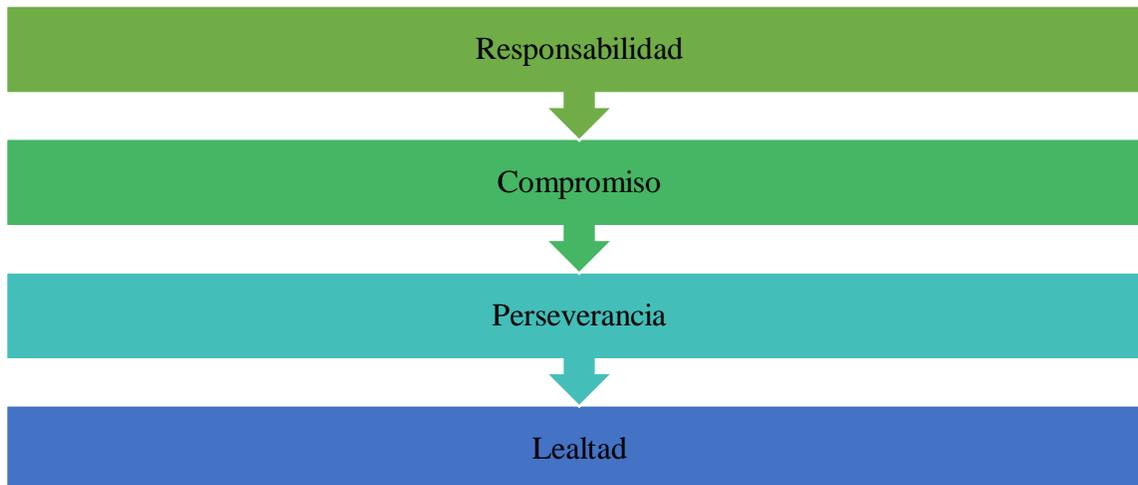
**Tipo de empresa.** La idea de negocio denominada “Nonceta casa de eventos empresariales S.A.S” sociedad anónima simplificada, es una empresa de servicios que pertenece al sector de eventos, que busca brindar servicios personalizados, innovar y fortalecer el clima organizacional en las empresas.

**Misión.** Nonceta Busca brindar la mejor y más completa atención de eventos y de actividades corporativas, generando negocios a través de captar, asesorar y producir eventos exclusivos, para quienes necesitan congregarse, impactar, difundir e interactuar con la mayor cantidad de personas de manera eficaz y confiable, logrando una experiencia transformadora positiva logrando mejorar las relaciones interpersonales y la comunicación, comprometidos con el desarrollo sostenible de la región.

**Visión.** Dentro de cinco años, ser la empresa líder en el municipio de Tunja, ofreciendo servicios para ser reconocidos por nuestro profesionalismo, honestidad, buen servicio y compromiso los cuales superen las expectativas de nuestros clientes, proveedores y empleados. Consolidarnos en el mercado a nivel regional como una de las mejores empresas organizadora de

eventos, gracias a los servicios de excelente calidad y atención que se les brindara a nuestros clientes Tener una visión diferente en la organización de eventos, siempre otorgando un excelente servicio, para todo tipo de clientes en Tunja.

### Valores.



Fuente: Autora del trabajo

**Ventajas competitivas e impacto.** Nonceta es una empresa que se preocupara por brindar servicios de excelente calidad, a empresas de la ciudad de Tunja. Lo que busca la empresa es innovar en la organización de eventos, para las empresas

Adicionalmente, ofreceremos la organización de actividades organizacionales recreativas como: torneos deportivos, los cuales implican competencias entre diferentes partes en este caso entre empresas o empleados; Tardes de esparcimiento, en estas lo que se busca es compartir tiempo fuera de las horas laborales; ciclo paseos, en este tipo de actividad se realiza utilizando una bicicleta en lugares y espacios determinados, los cuales sirven como beneficio para el bienestar físico y mental de las personas; cabalgatas, el propósito principal es convivir con la naturaleza, usando el caballo como medio de transporte, ya que ayuda a moverse más rápidamente, es menos agotador, y por lo general es más fácil transitar por caminos complicados

tales como ríos, montañas, zonas de inundación; caminatas ecológicas, es un recorrido por los senderos ecológicos observando y disfrutando de la naturaleza en compañía de un docente guía quien lo harán entrar en contacto con la fauna y flora nativa;

La empresa contara también con la planificación y organización de charlas interactivas, lo que se busca con este tipo de actividades es fortalecer el trabajo en equipo, motivación y relaciones interpersonales, se desarrollaran las siguientes: Liderazgo, Relaciones interpersonales, Servicio al cliente, Motivación, responsabilidad social empresarial, Problemas empresariales, Trabajo en equipo, Hábitos para mejorar la productividad, Nonceta utilizara las actividades lúdicas en las charlas interactivas ya que lo que busca es cambiar la forma de realizar las charlas y practicar el hacer así las personas adquieren más conocimiento. Por medio de las charlas interactivas se busca fortalecer la comunicación asertiva en las empresas ya que por medio de esta favorece la confianza en la capacidad expresiva, promueve el sentido de eficacia personal, y genera bienestar emocional.

Nonceta por medio de las actividades organizacionales busca fortalecer la participación e interacción entre operarios-gerente para mejorar su comunicación.

Nonceta por medio de las actividades de contacto con la naturaleza buscara que los operarios disfruten más del contacto con la naturaleza estas actividades permiten relajarse y distraerse del estrés del trabajo.

### Capítulo 3

#### Análisis Técnico

#### Características y Descripción del Local a Arrendar



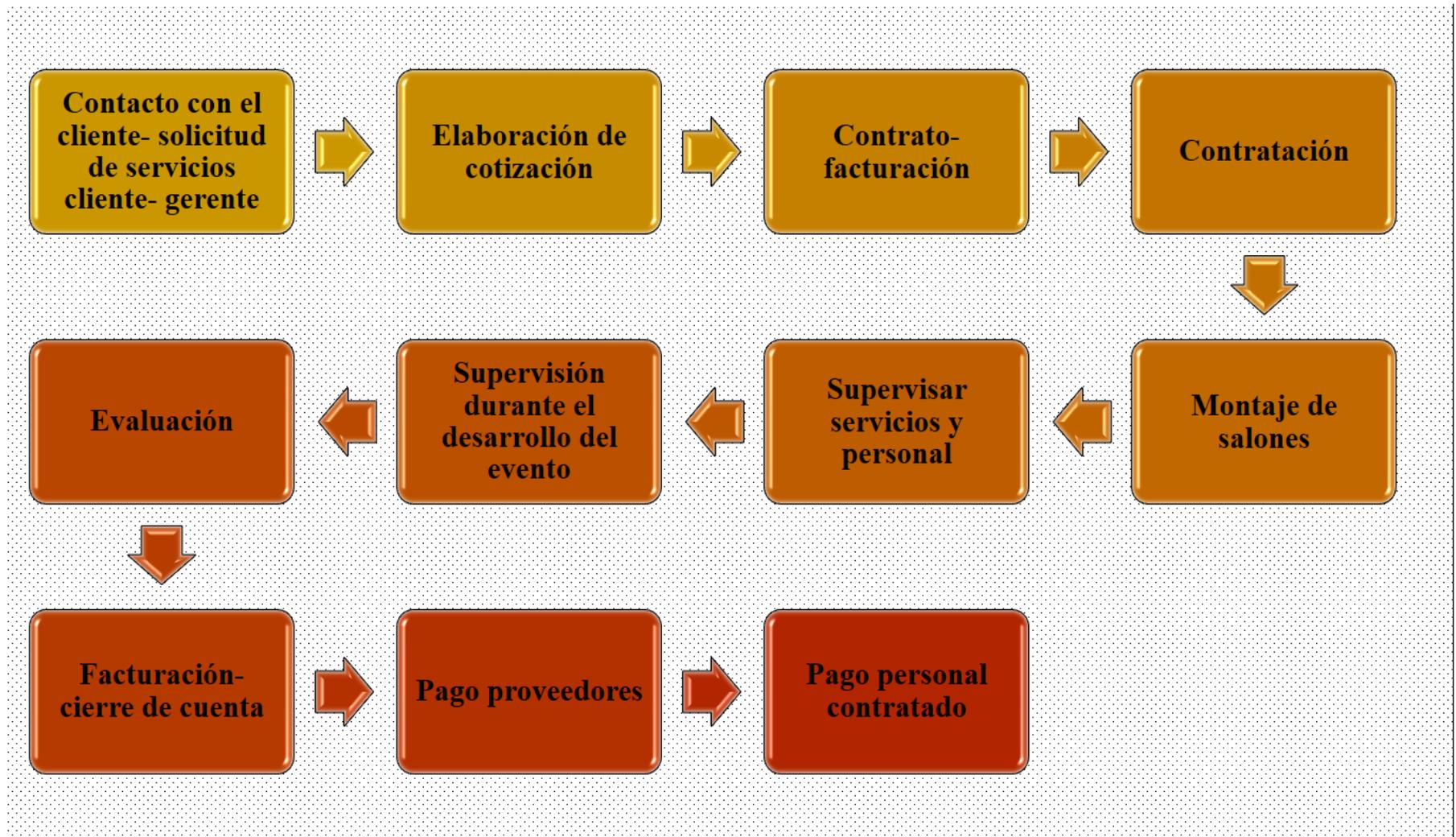
**Características interiores.** *Tipo de piso:* Cerámica; *Estado de conservación:* Excelente; *Año de construcción:* 20; *Área útil:* 15;

**Características exteriores.** *Nivel:* 2; *Localización en el edificio:* Interior; *Niveles Edificio:* 3; *Iluminación:* Natural; *Ventilación:* Natural; *Acceso Pavimentado;* Ascensor; Cafetería; Centro Comercial; *Entorno Estrato:* 4; Cerca autopista; Cerca de Supermercados / C. Comerciales; Cerca de escuelas; Cómodas vías de acceso; *Arriendo:* \$300.000.

#### Distribución de Planta



**Flujo del proceso de servicio**



Fuente: Autora del trabajo

**Inversión maquinaria y equipo**

<b>Muebles y enseres</b>				
<b>Nombre</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>	<b>Cotización</b>
Escritorio blanco l vidrio oficina cajonera 150x150 garantía	2	799.000	1.598.000	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-462481862-escritorio-blanco-l-vidrio-oficina-cajonera-150x150-garantia-_jm">https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-462481862-escritorio-blanco-l-vidrio-oficina-cajonera-150x150-garantia-_jm</a>
silla oficina ejecutiva cromada con brazos negra	2	338.000	676.000	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-468398305-silla-oficina-ejecutiva-cromada-con-brazos-negra-_jm">https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-468398305-silla-oficina-ejecutiva-cromada-con-brazos-negra-_jm</a>
silla visita 3003 malla negro	4	71.990	287.960	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-450627824-silla-visita-3003-malla-negro-_jm">https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-450627824-silla-visita-3003-malla-negro-_jm</a>
archivador metálico por 4 cajones	1	430.000	430.000	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-454073815-archivador-metalico-por-4-cajones-_jm">https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-454073815-archivador-metalico-por-4-cajones-_jm</a>

<b>Equipo de comunicación y computo</b>				
<b>Nombre</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>	<b>Cotización</b>
Computadores de mesa computador computadores de escritorio clon procesador INTEL CELERON 2.0 GH	2	980.000	1.960.000	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-470334996-computador-torre-computador-de-mesa-tvbox-multimedia-4gb-1-t- jm">https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-470334996-computador-torre-computador-de-mesa-tvbox-multimedia-4gb-1-t- jm</a>
Impresora multifuncional Epson l210 tintas continuas a color	1	338.000	338.000	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-455158833-hp-multifuncional-gt-5810-recarga-original-incluye-cable-usb- jm">https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-455158833-hp-multifuncional-gt-5810-recarga-original-incluye-cable-usb- jm</a>
Celulares Huawei y5 iii 2017	2	379.900	759.800	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-445237355-celular-libre-huawei-y5-iii-2017-50-16gb-8-mp-dual-negro- jm">https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-445237355-celular-libre-huawei-y5-iii-2017-50-16gb-8-mp-dual-negro- jm</a>
Epson proyector Powerlite s27 Svga 3lcd	1	999.000	999.000	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-465160760-epson-proyector-powerlite-s27-svga-3lcd- jm">https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-465160760-epson-proyector-powerlite-s27-svga-3lcd- jm</a>

<b>Insumos, muebles, encerres</b>				
<b>Nombre</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>	<b>Cotización</b>
Silla bambú sin brazos blanca Vanyplas	100	20.900	2.090.000	<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/114583/silla-bambu-sin-brazos-blanca/114583">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/114583/silla-bambu-sin-brazos-blanca/114583</a>
Mesas rectangulares de 10 puestos	20	179.900	3.598.000	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-467179291-mesa-banquetes-tipo-maleta-180x74x75obsequioenvio-gratis-jm">https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-467179291-mesa-banquetes-tipo-maleta-180x74x75obsequioenvio-gratis-jm</a>
Mesa plástica redonda blanca Vanyplas	20	70.300	1.406.000	<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/07906/mesa-plastica-redonda-blanca/07906">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/07906/mesa-plastica-redonda-blanca/07906</a>
<b>Vajillas, cubiertos y cristalería</b>				
<b>Nombre</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>	<b>Cotización</b>
Plato redondo seco	100	4.000	400.000	cacharrería el mono
Plato redondo postre	100	3.500	350.000	cacharrería el mono

Plato cuadrado seco	100	6.000	600.000	cacharrería el mono
Plato cuadrado mediano	100	6.000	600.000	cacharrería el mono
Plato cuadrado postre	100	6.000	600.000	cacharrería el mono
Plato para crema o sopa	100	4.500	450.000	cacharrería el mono
Taza pequeña para salsas	100	4.500	450.000	cacharrería el mono
Pocillo chocolatero	100	2.000	200.000	cacharrería el mono
Vaso largo	100	1.500	150.000	cacharrería el mono
Vaso corto	100	1.500	150.000	cacharrería el mono
Copa de champaña	100	3.000	300.000	cacharrería el mono
Copa de vino	100	3.000	300.000	cacharrería el mono
Copa de agua	100	3.000	300.000	cacharrería el mono
Copa de helado	100	3.000	300.000	cacharrería el mono
Copa Martini	100	3.000	300.000	cacharrería el mono
Cuchillo de mesa	100	1.500	150.000	cacharrería el mono
Tenedor de mesa	100	1.000	100.000	cacharrería el mono
Cuchara de sopa o crema	100	1.000	100.000	cacharrería el mono

Cucharita dulcera o postre	100	800	80.000	cacharrería el mono
Tenedorcito de ponqué	100	900	90.000	cacharrería el mono
Cuchillo mantequillero - desayuno	100	1.500	150.000	cacharrería el mono

---

**Manteles vestidos para Silla**

<b>Nombre</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>	<b>Cotización</b>
tela poliéster delgada	250 mts	3.500	875.000	textiles el retaso
tela lino para mantel de mesa	250 mts	5.500	1.375.000	textiles el retaso
tela satín para fajón de silla	200 mts	4.500	900.000	textiles el retaso
servilleta blanca	2 paq de 200	8.700	17.400	makro
servilleta de color	1 paq de 50	25.000	25.000	<a href="http://www.plastifiestas.com.mx/servilletas/servilleta-colores-solidos-cocktail">http://www.plastifiestas.com.mx/servilletas/servilleta-colores-solidos-cocktail</a>

---

**Decoración**

<b>Nombre</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>	<b>Cotización</b>
bombona de cristal pequeña	50	1000	50.000	cacharrería el mono
bombona de cristal grande	40	2000	80.000	cacharrería el mono

candelabro en cristal	20	3000	60.000	cacharrería el mono
cilindro en cristal	20	4000	80.000	cacharrería el mono

**Menaje y Lencería**

<b>Nombre</b>	<b>cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>	<b>Cotización</b>
jarra de agua en acero inoxidable	20	9000	180.000	cacharrería el mono
jarra de agua en cristal	20	7000	140.000	cacharrería el mono
hielera con pinza	5	9000	45.000	cacharrería el mono
bandeja de servicio	6	36.000	216.000	makro
pala y sierra para ponqué	4	25.000	100.000	makro
bandeja ensaladera	6	37.000	222.000	makro

**implementos de actividades corporativas**

<b>Nombre</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>	<b>Cotización</b>
balón Adidas Telstar 18 mini colección ce8139	3	70.000	210.000	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-468706803-balon-adidas-telstar-18-mini-coleccion-ce8139-envio-gratuito- jm">https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-468706803-balon-adidas-telstar-18-mini-coleccion-ce8139-envio-gratuito- jm</a>

balones baloncesto basketball Spalding 100% originales	3	44.900	134.700	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-450734347-balones-baloncesto-basketball-spalding-100-originales-_jm">https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-450734347-balones-baloncesto-basketball-spalding-100-originales-_jm</a>
petos deportivos en malla	50	6.600	330.000	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-451597137-petos-deportivos-en-malla-_jm">https://articulo.mercadolibre.com.co/mco-451597137-petos-deportivos-en-malla-_jm</a>
<b>Valor Total</b>			<b>\$25.302.860</b>	

---

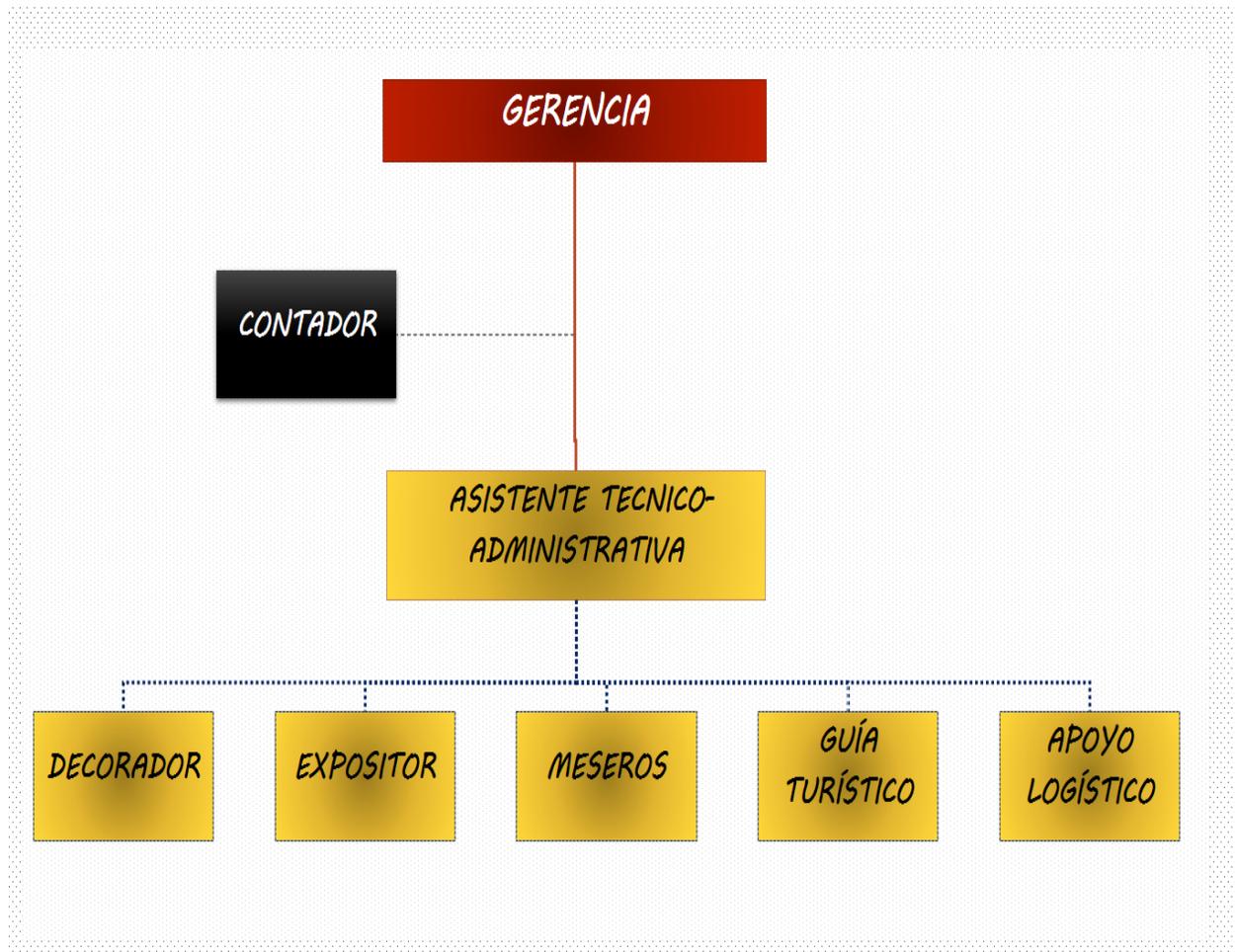
## Capítulo 4

### Análisis Administrativo

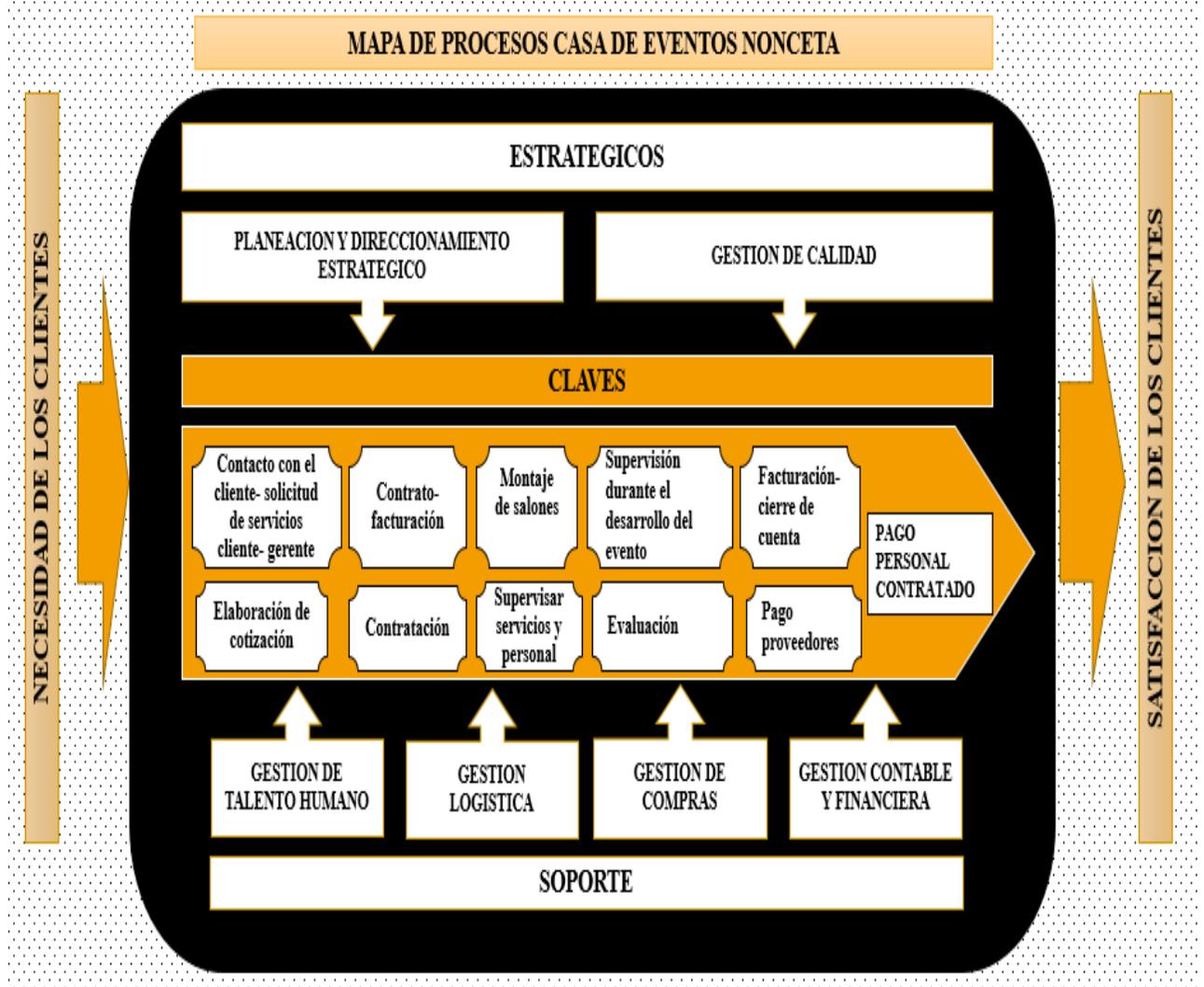
Para una empresa dedicada a la prestación de servicios, el recurso humano es el más importante. Nonceta casa de eventos, contará con un equipo de 2 personas gerente el manual de funciones del gerente se encuentra en la tabla N° 31 y el manual de funciones de la asistente técnico administrativa se encuentra en la tabla N° 32, la cual se encarga de atender a clientes potenciales, organizar citas y los horarios de la prestación de servicios, preparación del material y la logística para el contacto con los clientes, los seminarios y las capacitaciones, también se encargara del apoyo técnico en los eventos para su primer año, el cual se ampliara dependiendo de la demanda que haya del servicio en los siguientes años, estos serán los empleados de planta, en cuanto a los eventos se contratara decorador, expositor, meseros, guías turísticos, y apoyo logístico, son tomados por freelance y se contrataran el día del evento, estos no harán parte de los empleados planta de la empresa, sino trabajaran con un contrato será de obra, también encontramos como staff al contador.

Se maneja un organigrama general el cual representa el nivel jerárquico donde se puede observar las personas que harán parte de la empresa, el cual crea un sentido de pertenencia y compromiso hacia la empresa e incentiva a las personas a trabajar para el cumplimiento de los objetivos de la misma.

### Organigrama



Mapa de Procesos



**Contrato de Trabajo**

Los modelos de contrato por el cual se registrará la idea de negocio de forma escrita, para el caso de la secretaria y gerente seria a término fijo, y en el caso del personal que se contratará como meseros, decorador, apoyo logístico, expositores, y lúdicos única y exclusivamente en los eventos y actividades será de obra. Por otra parte, la Empresa deberá subcontratar un Asesor Contable con título de Contador Público.

**Manual de Funciones Gerente**

I. identificación de la ocupación		
denominación	Gerente	
código C.N.O	0112	
tipo de proceso	estratégico	X
al cual se asocia esta ocupación	misional	
	de apoyo	
<p>El diagrama 'MAPA DE PROCESOS CASA DE EVENTOS NONCETA' muestra un flujo de procesos. En la parte superior, 'ESTRATEGICOS' incluye 'PLANEACION Y DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO' y 'GESTION DE CALIDAD'. En el centro, 'CLAVES' muestra un flujo de actividades: 'Contacto con el cliente-solicitud de servicios cliente-gerente', 'Elaboración de cotización', 'Contratación', 'Contrato-facturación', 'Supervisar servicios y personal', 'Montaje de salones', 'Supervisión durante el desarrollo del evento', 'Evaluación', 'Facturación-cierre de cuenta', 'Pago proveedores', y 'PAGO PERSONAL CONTRATADO'. En la base, 'SOPORTE' incluye 'GESTION DE TALENTO HUMANO', 'GESTION LOGISTICA', 'GESTION DE COMPRAS', y 'GESTION CONTABLE Y FINANCIERA'. Flechas laterales indican 'NECESIDAD DE LOS CLIENTES' y 'SATISFACCION DE LOS CLIENTES'.</p>		
nombre del proceso	planeación y direccionamiento estratégico	
dependencia	gerencia	
II. propósito principal: planean, organizan, dirigen y controlan la operación o gestión de los departamentos de personal y talento humano. desarrollan e implementan políticas, programas y procedimientos de la gestión del talento humano, selección, salarios, beneficios laborales, capacitación y desarrollo de personal. están empleados por el sector público y privado.		
III funciones claves	iv. frecuencia	
01 dirigir y controlar operaciones de departamentos de personal o talento humano según normativa y políticas organizacionales.	según requerimiento	

02 desarrollar e implementar políticas y procesos para el reclutamiento, selección y entrenamiento del personal de acuerdo con procedimientos.	según requerimiento
03 negociar acuerdos colectivos y mediar las relaciones laborales que mantengan un buen clima organizacional según normativa	según requerimiento
04 asesorar a gerentes de otros departamentos sobre la interpretación y administración de políticas y programas de talento humano de acuerdo con políticas organizacionales.	según requerimiento
05 orientar las determinaciones de la empresa en temas laborales según normativa.	según requerimiento
06 organizar y dirigir estrategias de comunicación organizacional.	según requerimiento
07 verificar el cumplimiento del reglamento interno de trabajo y sistema de seguridad y salud de acuerdo con normativa	según requerimiento
08 implementar manuales de funciones, estructurar planta de personal y programas de capacitación y desarrollo.	según requerimiento
09 estructurar políticas de compensación y beneficios que permitan atraer, motivar y retener el talento humano requerido por la organización.	según requerimiento
<p>V. conocimientos esenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ idioma extranjero</li> <li>✓ educación y capacitación</li> <li>✓ recursos humanos y de personal</li> <li>✓ servicio al cliente</li> <li>✓ administración y gerencia</li> </ul>	
VI. requisitos de estudio y experiencia	

estudio: tecnólogo en gestión empresarial/ administrador de empresas		
experiencia: años <u>  2  </u> meses <u>      </u> no requiere experiencia <u>      </u>		
ciudad	Tunja	
fecha de aprobación		
elaboro	reviso	aprobó
Jissel cristina amado Álvarez		

Tabla 27 Manual de Funciones Auxiliar Técnico- Administrativa

i. identificación de la ocupación		
denominación	Auxiliares técnico-administrativos	
código C.N.O	1341	
tipo de proceso al cual se asocia esta ocupación	estratégico	
	misional	
	de apoyo	X
nombre del proceso	gestión talento humano y gestión contable y financiera	
dependencia	secretaria general	
cargo del jefe inmediato	gerente	



ii. propósito principal: realizan funciones de apoyo administrativo de acuerdo con procedimientos establecidos, guías, manuales y proceso administrativo. están empleados por el sector público y privado.	
iii funciones claves	iv. frecuencia
01 mantener los documentos de gestión de acuerdo con normativa y proceso administrativo	según requerimiento
02 atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicios y normativa.	según requerimiento
03 realizar actividades de digitación de acuerdo con estándares y procedimientos técnicos.	según requerimiento
04 elaborar documentos de la unidad administrativa de acuerdo con lineamientos de la organización, guía y procedimientos técnicos.	según requerimiento
05 tramitar pedidos de la unidad administrativa de acuerdo al procedimiento técnico.	según requerimiento
v. conocimientos esenciales:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ matemáticas</li> <li>✓ servicios de oficina y administrativos</li> <li>✓ idioma extranjero</li> <li>✓ servicio al cliente</li> <li>✓ computadoras y electrónica</li> </ul>	
vi. requisitos de estudio y experiencia	
estudio: técnico/ tecnólogo en asistencia administrativa Sena	
experiencia:	
años ___1___ meses _____ no requiere experiencia _____	
ciudad	Tunja

fecha de aprobación		
elaboro  Jissel cristina amado Álvarez	reviso	aprobó

## Capítulo 5

### Análisis Legal y Ambiental por el cual se Rige la Idea de Negocio

#### Componentes Legales

**Tipo de Sociedad.** Noncetá casa de eventos será una Sociedad por acciones simplificada (SAS). Ya que tiene las siguientes características:

- Es unipersonal
- Se constituyen por documento privado.
- Su término de duración es indefinido.
- El objeto social e s indeterminado
- Se limita la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales.
- Existe libertad de organización.
- La revisoría fiscal o la junta directiva no son obligatorias.
- Se eliminan los límites sobre la distribución de las utilidades.

**En cuanto a los aspectos legales para la constitución de la Empresa.** Se necesitan los siguientes

1. Nombres de los Otorgantes
2. Naturaleza Jurídica
3. Nacionalidad
4. Dirección de la Empresa (Gerente, Representante Legal, Atribuciones, Composición y

Períodos de Vigencia)

5. Reuniones (Ordinarias, Extraordinarias, Lugar)
6. Utilidades (Distribución, Reservas y Pago de Dividendos),
7. Disolución y sus Causales

8. Pérdidas y Cancelación
9. Liquidación (Distribución del Remanente y Normas para Liquidación)
10. Otros aspectos que sean de interés para la sociedad y sus participantes.

**Pasos a seguir para la constitución de la empresa.**

1. Verificación del nombre o razón social en las dependencias de la Cámara de Comercio de Tunja
2. Elaboración de la Minuta para la creación de Escritura Pública de Constitución,
3. Autenticación de la Escritura Pública de Constitución por parte de un Notario
4. Matrícula de la Sociedad en el Registro Mercantil con la siguiente documentación: Copia de la Escritura Pública de Constitución, Formulario, diligenciado de Matrícula para Establecimientos de Comercio, obtención del Certificado de Existencia (en caso de Personas Jurídicas)
5. obtención de la Matrícula Mercantil (en caso de Personas Naturales), registro del Libro de Diario, Libro de Mayor, Libro de Inventario y Balances y las Actas Renovación del Registro Mercantil durante los tres últimos días hábiles de la fecha en que fue registrada inicialmente la Empresa.

**Trámites tributarios del orden nacional.**

1. Diligenciamiento del Formato de Registro Único Tributario (R.U.T.).
2. Fotocopia de la Escritura Pública de Constitución.
3. Obtención del Número de Identificación Tributaria (NIT) provisional y válido por un periodo de 90 días.
4. Obtención de la Tarjeta de NIT definitivo.

**Trámites de funcionamiento.**

1. Constitución de la Escritura Pública, ante un notario del Círculo de Notarios de Tunja
2. Registro Mercantil en la Cámara de Comercio de Tunja
3. Nit ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)
4. Registro de Industria y Comercio en la Secretaría de Hacienda Municipal
5. Visto bueno del Comando de Bomberos
6. Inscripción de Libros de Contabilidad ante la Cámara de Comercio de Tunja.
7. Inversión para el funcionamiento

**Gastos requeridos para la legalidad del funcionamiento.** Con el objetivo de poder dar inicio a las labores de servicio logístico, la empresa debe cubrir los gastos requeridos para la legalidad del funcionamiento, exigidos por Ley, se pueden observar como gastos legalidad de la empresa en el capítulo 6 denominado análisis económico y financiero en la tabla N° 34

**Restricciones Legales.** Las restricciones legales se refieren a todos aquellos pagos que debe llevar a cabo la empresa para cancelar los impuestos, según los porcentajes exigidos por el Estado Colombiano para las Empresas de Servicios.

Como son el 35% de impuesto de renta, el 10% de retención en la fuente y el 10% del fondo de prestaciones sociales.

La empresa no incurrirá en gastos de franquicias, patentes ni de otras propiedades Industriales puestos que no las utilizarán por ahora.

**Legislación Vigente**

**Guía de Alcances Jurídicos, ley 19.496.** Teniendo presente el mandato legal de velar por el cumplimiento de la ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, en adelante también LPC, y demás normas que digan relación con los consumidores, es necesario comunicar

los alcances legales que, nuestro organismo mantiene en relación a la actividad que Ud. desarrolla, El presente documento por tanto, tiene por objeto, indicar los parámetros de cumplimiento que, a juicio de este Servicio, exigen las normas vigentes sobre protección al consumidor, el cual además se difunde con el fin de propender al correcto desenvolvimiento de los agentes económicos en nuestro mercado.

***La Ley 19.4961.*** Principios generales aplicables a las empresas productoras de eventos

*Principio de profesionalidad del proveedor.* Define a los proveedores como aquellas "personas naturales o jurídicas, de carácter público o privado, que habitualmente desarrollen actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa".

***Decreto 3888 de 2007 (octubre 10).*** Por el cual se adopta el Plan Nacional de Emergencia y Contingencia para Eventos de Afluencia Masiva de Público y se conforma la Comisión Nacional Asesora de Programas Masivos y se dictan otras disposiciones.

El Presidente De La República De Colombia en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial las conferidas por los artículos 189 numeral 11 de la Constitución Política y 7° numeral 3.1 del Decreto 93 de 1998

*Considerando.* Que el artículo 2° de la Constitución Política de Colombia –inciso 2°– establece que son fines del Estado servir a la comunidad, promover la prosperidad general y asegurar la convivencia pacífica, e igualmente señala que las autoridades de la República están instituidas para proteger a todas las personas residentes en Colombia, en su vida, honra, bienes, creencias y demás derechos y libertades y para asegurar el cumplimiento de los deberes sociales del Estado y de los particulares;

Que el artículo 218 de la Constitución Política de Colombia establece como fin primordial de la Policía Nacional mantener las condiciones necesarias para que los habitantes de Colombia convivan en paz;

Que la Ley 46 de 1988 fijó, como un objetivo del Sistema Nacional para la Prevención y Atención de Desastres, el garantizar un manejo oportuno y eficiente de todos los recursos humanos, técnicos, administrativos y económicos que sean indispensables para la prevención y atención de situaciones de desastre;

Que de conformidad con la Ley 489 de 1998, el Gobierno Nacional puede crear comisiones intersectoriales para la coordinación y orientación superior de la ejecución de ciertas funciones y servicios públicos, cuando por mandato legal o en razón de sus características, estén a cargo de dos o más ministerios, departamentos administrativos o entidades descentralizadas, sin perjuicio de las competencias específicas de cada uno de ellos;

Que la Ley 181 de 1995, en su artículo 3°, determina que para garantizar el acceso del individuo y de la comunidad al conocimiento y práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, el Estado velará por el cumplimiento de las normas establecidas para la seguridad de los participantes y espectadores y de las condiciones físicas y sanitarias de los escenarios deportivos; y que el deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre son factores básicos para la formación integral de la persona

### **Componentes Ambientales**

**Política de gestión ambiental de Nonceta.** Podemos observar que en las empresas se desarrollan cientos de eventos ya sean empresariales sociales entre otros los cuales generan impactos negativos al medio ambiente, lo cual se convierte en un motivo para tratar de reducirlo, es por esto que se considera todas las empresas deben contar e implementar una guía sobre el

manejo del medio ambiente en cada una de sus actividades, las cuales permitan reducir el impacto ambiental, en nuestro caso de eventos empresariales y actividades organizacionales

Nonceta casa de eventos está comprometida con el cuidado y preservación del medio ambiente. Estamos comprometidos con el desarrollo sostenible de la región.

Nonceta siempre estará implementando nuevas alternativas viables para realizar eventos limpios, donde promoveremos la conservación de recursos naturales no renovables, el reciclaje entre otros.

Nuestro compromiso ambiental incluye el cumplimiento de los requisitos legales aplicables, la búsqueda e implementación de alternativas que reduzcan la contaminación del medio ambiente, fomentaremos las buenas prácticas ambientales en todas nuestras actividades, la mejora continua de cada evento y actividad organizacional en las empresas.

Beneficios y ventajas de un evento más sostenible son por medio del diseño, planificación, organización y desarrollo como son:

- 1) Reduce, de forma real, su impacto social y ambiental negativo
- 2) Da un valor añadido humano y medioambiental al evento
- 3) Ahorra dinero, tanto a la organización como a los participantes.
- 4) Apoya a la economía y al empleo local
- 5) Cambia nuestra relación con el planeta, tanto de los participantes como proveedores y patrocinadores.
- 6) Posiciona y aporta buena imagen al evento/marca/ empresa.
- 7) Refuerza la relación con clientes, patrocinadores y participantes.
- 8) Crea vínculos emocionales evento-medio ambiente-organización
- 9) Inspira la innovación y la creatividad tecnológica y de gestión

10) Demuestra que otra forma “de hacer” es posible. Fundación oxígeno (2014)

De lo anterior puedo concluir que son múltiples los beneficios de determinar y desarrollar eventos tanto para Nonceta como para sus clientes, proveedores y participantes en los diferentes eventos.

**Alternativas.** En cualquier entorno, actividad, celebración, se generan residuos ya sean plástico, vidrios, papel, entre otros, Nonceta busca ahorrar recursos y dinero, por medio de reducir, reutilizar, reciclar a continuación describiré la alternativa que utilizara Nonceta:

**Reducir.** Ahorrando energía en cada actividad desconectando cada equipo cuando ya no esté en uso

**Reutilizar.** Determinando y escogiendo que residuos, materiales sirven para otros eventos por ejemplo carteles letras en icopor o cartón, cajas para cargar mercancía entre otros.

**Separar y reciclar.** Ubicando de forma específica los contenedores de basura para facilitar su uso, determinando el número de contenedores según sea el tipo y tamaño de evento, Nonceta en sus eventos y actividades organizacionales implementara la separación de residuos por colores como en la siguiente imagen



Fuente: CEQ COMUNICACION HSE (2012) código de colores de los residuos sólidos.

Como podemos observar en la anterior imagen Nonceta utilizara bolsas de basura de color verde y de color gris para el manejo responsable y separación de los residuos en cada uno de sus eventos.

***Minimizar los residuos.***

1. Nonceta minimizara los residuos, calculando bien el número de asistentes esto para no hacer compras de más, acordando con los proveedores la devolución de materiales/ productos que no se utilizaron o consumieron.
2. Nonceta utilizara bandejas de tamaño grande para que se utilice menos espacio, plástico esto en el caso de pan, empanadas, servilletas, platos de papel, etc.
3. Nonceta también contara con el servicio de alquiler para otras empresas en cuanto a su cristalería y platos
4. Nonceta reutilizara los materiales posibles de todos sus eventos

## Capítulo 6

### Análisis Económico y Financiero

En la idea de negocio diseñar un plan de negocio para el montaje de una empresa de organización de eventos empresariales en la ciudad de Tunja, se determinó que era necesario realizar una inversión en maquinaria y equipo, muebles y enseres y otros propiedades planta y equipo por un valor de veinticinco millones trescientos dos mil ochocientos sesenta pesos m/cte. (25.302.860), las especificaciones de todas las herramientas maquinaria y equipo se puede observar en la tabla N°30 denominada inversiones esta se encuentra en el análisis técnico, los cuales son necesarios para el cumplimiento de su objeto social.

#### Inversión

INVERSIONES	
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$ 25.302.860</b>

Para la elaboración del módulo financiero se decide aplicar para Cuatro (4) productos del catálogo de servicios que presta la entidad, los cuales son Aniversario de la empresa, Fiesta Tema, Cabalgatas y Charlas Interactivas. Se determina el plan de ventas y para ello se debe estimar los costos (costos variables del evento) que se asocian a la venta del producto, inicialmente se determina que se debe generar un margen de Un millón de Pesos (1.000.000) por cada servicio prestado del catálogo de servicios de la empresa que lo llamaremos valor del servicio; de esta manera se determina el precio de venta, y la cantidad de servicios que se espera contratar por año de operación.



Tabla 28.

*Presupuesto de promoción*

<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Volantes	3.000	100	\$300.000
Afiches	500	600	\$300.000
Botones	500	1000	\$500.000
Tarjetas de presentación	1.000	120	\$120.000
Pendones	1	40.000	\$40.000
Logotipo en adhesivo	40 c/u	1.000	\$40.000
<b>Total</b>			<b>\$1.300.000</b>

Fuente: Trabajo de campo

**Justificación.** El anterior presupuesto se determina de los productos que se utilizaran en la promoción de la empresa al momento de ser implementada los anteriores valores se solicitaron por medio de cotización a la empresa DPI la cuales se encuentra en el anexo 6 del informe

Tabla 29.

*Gastos Legalidad de la Empresa*

<b>Numero</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
2	Formularios para inscripción de cámara y comercio	15.500
1	Inscripción ante la cámara y comercio	189.240
1	Visto bueno del cuerpo de bomberos	123.000
1	Extintor de 10 libras	\$94.800
<b>Total</b>		<b>\$422.540</b>

**Porcentaje de Valor Total y Mensual de Costo de Servicio y Administración**

DETALLE	PORCENTAJE	VALOR TOTAL	VALOR MES
Costo Servicio	75%	\$ 2.095.795	\$ 174.650
Admón	25%	\$ 696.772	\$ 58.064

**Determinación de costos por evento****Aniversario de la empresa**

COSTO VARIABLES POR EVENTO					
CLASE DE COSTO	CONCEPTO	CANTIDAD	MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
OTROS COSTOS	SALÓN	1	UNIDAD	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00
OTROS COSTOS	COMIDA	10	PERSONA	\$ 12.600,00	\$ 126.000,00
OTROS COSTOS	SONIDO EVENTO	1	UNIDAD	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00
MANO DE OBRA DIRECTA	MESEROS	4	PERSONA	\$ 26.041,00	\$ 104.164,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	ORGANIZADOR	1	PERSONA	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	DECORADOR	1	PERSONA	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
MANO DE OBRA DIRECTA	APOYO LOGISTICÓ	2	PERSONA	\$ 26.041,00	\$ 52.082,00
<b>VALOR SUBTOTAL</b>				<b>\$ 974.682,00</b>	<b>\$ 1.192.246,00</b>
COSTO FIJO POR EVENTO					
OTROS COSTOS	DEPRECIACIÓN	1	UNIDAD	\$ 174.649,58	\$ 174.649,58
<b>VALOR SUBTOTAL</b>				<b>\$ 174.649,58</b>	<b>\$ 174.649,58</b>
<b>VALOR TOTAL</b>				<b>\$ 1.149.331,58</b>	<b>\$ 1.366.895,58</b>

CLASES DE COSTO	VALOR	MARGEN DE UTILIDAD		
COSTOS DE MANO DE OBRA	\$ 156.246,00	PRECIO DE VENTA	\$ 1.566.895,00	\$ 1.566.895,00
COSTOS DE SUPERVISIÓN	\$ 60.000,00	TOTAL DE COSTO	\$ 1.366.895,58	\$ 1.192.246,00
OTROS COSTOS	\$ 1.150.649,58	MARGEN	\$ 199.999,42	\$ 374.649,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.366.895,58</b>	<b>PORCENTAJE UTILIDAD</b>	<b>13%</b>	<b>24%</b>
PRECIO DE VENTA UNITARIO	\$ 1.566.895,00			
COSTOS VARIABLE UNITARIO	\$ 1.192.246,00			
COSTOS FIJOS MENSUALES	\$ 4.694.582,88			
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>\$ 5.886.828,88</b>			

**Fiestas tema**

<b>COSTO VARIABLES POR EVENTO</b>					
<b>CLASE DE COSTO</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
OTROS COSTOS	SALÓN	1	UNIDAD	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00
OTROS COSTOS	COMIDA	10	PERSONA	\$ 12.600,00	\$ 126.000,00
OTROS COSTOS	SONIDO EVENTO	1	UNIDAD	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00
MANO DE OBRA DIRECTA	MESEROS	2	PERSONA	\$ 26.041,00	\$ 52.082,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	ORGANIZADOR	1	PERSONA	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	DECORADOR	1	PERSONA	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
MANO DE OBRA DIRECTA	APOYO LOGÍSTICO	1	PERSONA	\$ 26.041,00	\$ 26.041,00
OTROS COSTOS	ESTACIÓN DULCE	1	UNIDAD	\$ 350.000,00	\$ 350.000,00
OTROS COSTOS	PREMIO	1	UNIDAD	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
<b>VALOR SUBTOTAL</b>				<b>\$ 1.524.682,00</b>	<b>\$ 1.664.123,00</b>
<b>COSTO FIJO POR EVENTO</b>					
OTROS COSTOS	DEPRECIACIÓN	1	UNIDAD	\$ 174.649,58	\$ 174.649,58
<b>VALOR SUBTOTAL</b>				<b>\$ 174.649,58</b>	<b>\$ 174.649,58</b>
<b>VALOR TOTAL</b>				<b>\$ 1.699.331,58</b>	<b>\$ 1.838.772,58</b>
<b>CLASES DE COSTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD</b>			
COSTOS DE MANO DE OBRA	\$ 78.123,00	PRECIO DE VENTA	\$ 2.179.895,00	\$ 2.179.895,00	
COSTOS DE SUPERVISIÓN	\$ 60.000,00	TOTAL DE COSTO	\$ 1.838.772,58	\$ 1.664.123,00	
OTROS COSTOS	\$ 1.700.649,58	MARGEN	\$ 341.122,42	\$ 515.772,00	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.838.772,58</b>	<b>PORCENTAJE UTILIDAD</b>	<b>16%</b>	<b>24%</b>	
<b>PRECIO DE VENTA UNITARIO</b>	<b>\$ 2.179.895,00</b>				
<b>COSTOS VARIABLE UNITARIO</b>	<b>\$ 1.664.123,00</b>				
<b>COSTOS FIJOS MENSUALES</b>	<b>\$ 4.694.582,88</b>				
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>\$ 6.358.705,88</b>				

**Cabalgatas**

COSTO VARIABLES POR EVENTO					
CLASE DE COSTO	CONCEPTO	CANTIDAD	MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
OTROS COSTOS	TRANSPORTE	8	PERSONA	\$ 20.000,00	\$ 160.000,00
OTROS COSTOS	REFRIGERIO	8	PERSONA	\$ 6.000,00	\$ 48.000,00
OTROS COSTOS	CABALGATA	8	PERSONA	\$ 15.000,00	\$ 120.000,00
MANO DE OBRA DIRECTA	GUIA TURISTICO	1	PERSONA	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	ORGANIZADOR	1	PERSONA	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
MANO DE OBRA DIRECTA	APOYO LOGISTICÓ	1	PERSONA	\$ 26.041,00	\$ 26.041,00
OTROS COSTOS	ALMUERZO	8	UNIDAD	\$ 17.000,00	\$ 136.000,00
<b>VALOR SUBTOTAL</b>				<b>\$ 214.041,00</b>	<b>\$ 620.041,00</b>
COSTO FIJO POR EVENTO					
OTROS COSTOS	DEPRECIACIÓN	1	UNIDAD	\$ 174.649,58	\$ 174.649,58
<b>VALOR SUBTOTAL</b>				<b>\$ 174.649,58</b>	<b>\$ 174.649,58</b>
<b>VALOR TOTAL</b>				<b>\$ 388.690,58</b>	<b>\$ 794.690,58</b>
CLASES DE COSTO		VALOR	MARGEN DE UTILIDAD		
COSTOS DE MANO DE OBRA	\$ 126.041,00		PRECIO DE VENTA	\$ 994.690,00	\$ 994.690,00
COSTOS DE SUPERVISIÓN	\$ 30.000,00		TOTAL DE COSTO	\$ 794.690,58	\$ 620.041,00
OTROS COSTOS	\$ 638.649,58		MARGEN	\$ 199.999,42	\$ 374.649,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 794.690,58</b>		<b>PORCENTAJE UTILIDAD</b>	<b>20%</b>	<b>38%</b>
<b>PRECIO DE VENTA UNITARIO</b>	<b>\$ 994.690,00</b>				
<b>COSTOS VARIABLE UNITARIO</b>	<b>\$ 620.041,00</b>				
<b>COSTOS FIJOS MENSUALES</b>	<b>\$ 4.694.582,88</b>				
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>\$ 5.314.623,88</b>				

**Charlas interactivas**

COSTO VARIABLES POR EVENTO					
CLASE DE COSTO	CONCEPTO	CANTIDAD	MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
OTROS COSTOS	SALÓN	1	UNIDAD	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00
OTROS COSTOS	VIDEO BEAM	1	UNIDAD	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00
OTROS COSTOS	RECORDATORIOS	50	PERSONA	\$ 5.500,00	\$ 275.000,00
MANO DE OBRA DIRECTA	EXPOSITOR	2	HORA	\$ 150.000,00	\$ 300.000,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	ORGANIZADOR	1	PERSONA	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	DECORADOR	1	PERSONA	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
MANO DE OBRA DIRECTA	APOYO LOGÍSTICO	2	PERSONA	\$ 26.041,00	\$ 52.082,00
OTROS COSTOS	REFIGERIO	50	PERSONA	\$ 2.000,00	\$ 100.000,00
<b>VALOR SUBTOTAL</b>				<b>\$ 743.541,00</b>	<b>\$ 1.287.082,00</b>
COSTO FIJO POR EVENTO					
OTROS COSTOS	DEPRECIACIÓN	1	UNIDAD	\$ 174.649,58	\$ 174.649,58
<b>VALOR SUBTOTAL</b>				<b>\$ 174.649,58</b>	<b>\$ 174.649,58</b>
<b>VALOR TOTAL</b>				<b>\$ 918.190,58</b>	<b>\$ 1.461.731,58</b>
CLASES DE COSTO	VALOR		MARGEN DE UTILIDAD		
COSTOS DE MANO DE OBRA	\$ 352.082,00		PRECIO DE VENTA	\$ 1.661.731,00	\$ 1.661.731,00
COSTOS DE SUPERVISIÓN	\$ 60.000,00		TOTAL DE COSTO	\$ 1.461.731,58	\$ 1.287.082,00
OTROS COSTOS	\$ 1.049.649,58		MARGEN	\$ 199.999,42	\$ 374.649,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.461.731,58</b>		<b>PORCENTAJE UTILIDAD</b>	<b>12%</b>	<b>23%</b>
<b>PRECIO DE VENTA UNITARIO</b>	<b>\$ 1.661.731,00</b>				
<b>COSTOS VARIABLE UNITARIO</b>	<b>\$ 1.287.082,00</b>				
<b>COSTOS FIJOS MENSUALES</b>	<b>\$ 4.694.582,88</b>				
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>\$ 5.981.664,88</b>				

### Presupuesto de ventas

El número de eventos es un supuesto ya que es una meta que se propone la empresa dado que el número de empresas encuestadas es 83 y lo que se busca es cumplir la meta, y el valor unitario como se puede observar en la determinación de costos por evento el cual está en la parte anterior a este presupuesto de ventas.

Aniversario de la Empresa			
	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
AÑO 1	35	\$ 1.566.895	\$ 54.841.325
AÑO 2	36	\$ 1.629.571	\$ 59.316.377
AÑO 3	38	\$ 1.694.754	\$ 64.156.593
AÑO 4	39	\$ 1.762.544	\$ 69.391.772
AÑO 5	41	\$ 1.833.046	\$ 75.054.140

Fiestas Tema			
	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
	35	\$ 2.179.895	\$ 76.296.325
	36	\$ 2.267.091	\$ 82.522.105
	38	\$ 2.357.774	\$ 89.255.909
	39	\$ 2.452.085	\$ 96.539.191
	41	\$ 2.550.169	\$ 104.416.789

Cabalgata			
	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
	35	\$ 994.690	\$ 34.814.150
	36	\$ 1.034.478	\$ 37.654.985
	38	\$ 1.075.857	\$ 40.727.631
	39	\$ 1.118.891	\$ 44.051.006
	41	\$ 1.163.647	\$ 47.645.568

Charlas Interactivas			
	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
	80	\$ 1.661.731	\$ 132.938.480
	83	\$ 1.728.200	\$ 143.786.260
	87	\$ 1.797.328	\$ 155.519.219
	90	\$ 1.869.221	\$ 168.209.587
	94	\$ 1.943.990	\$ 181.935.489

**Ingresos totales**

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producto 1	\$ 54.841.325	\$ 59.316.377	\$ 64.156.593	\$ 69.391.772	\$ 75.054.140
Producto 2	\$ 76.296.325	\$ 82.522.105	\$ 89.255.909	\$ 96.539.191	\$ 104.416.789
Producto 3	\$ 34.814.150	\$ 37.654.985	\$ 40.727.631	\$ 44.051.006	\$ 47.645.568
Producto 4	\$ 132.938.480	\$ 143.786.260	\$ 155.519.219	\$ 168.209.587	\$ 181.935.489
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 298.890.280</b>	<b>\$ 323.279.727</b>	<b>\$ 349.659.353</b>	<b>\$ 378.191.556</b>	<b>\$ 409.051.987</b>

**Costos de producción por evento**

ANIVERSARIO DE EMPRESA					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>No. Eventos</b>	<b>35</b>	<b>36</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>41</b>
COSTOS DE MANO DE OBRA	\$ 5.468.610,00	\$ 5.914.848,58	\$ 6.151.442,52	\$ 6.397.500,22	\$ 6.653.400,23
COSTOS DE SUPERVISIÓN	\$ 2.100.000,00	\$ 2.271.360,00	\$ 2.362.214,40	\$ 2.456.702,98	\$ 2.554.971,10
OTROS COSTOS	\$ 34.160.000,00	\$ 43.377.355,06	\$ 45.119.714,69	\$ 46.931.768,70	\$ 48.816.304,87
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 41.728.610,00</b>	<b>\$ 51.563.563,64</b>	<b>\$ 53.633.371,60</b>	<b>\$ 55.785.971,89</b>	<b>\$ 58.024.676,19</b>

FIESTA TEMA					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>No. Eventos</b>	<b>35</b>	<b>36</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>41</b>
COSTOS DE MANO DE OBRA	\$ 2.734.305,00	\$ 2.957.424,29	\$ 3.075.721,26	\$ 3.198.750,11	\$ 3.326.700,11
COSTOS DE SUPERVISIÓN	\$ 2.100.000,00	\$ 2.271.360,00	\$ 2.362.214,40	\$ 2.456.702,98	\$ 2.554.971,10
OTROS COSTOS	\$ 53.410.000,00	\$ 64.198.155,06	\$ 66.773.346,69	\$ 69.451.545,98	\$ 72.236.873,24
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 58.244.305,00</b>	<b>\$ 69.426.939,35</b>	<b>\$ 72.211.282,34</b>	<b>\$ 75.106.999,06</b>	<b>\$ 78.118.544,45</b>

CABALGATA					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>No. Eventos</b>	<b>35</b>	<b>36</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>41</b>
COSTOS DE MANO DE OBRA	\$ 4.411.435,00	\$ 4.771.408,10	\$ 4.962.264,42	\$ 5.160.755,00	\$ 5.367.185,20
COSTOS DE SUPERVISIÓN	\$ 1.050.000,00	\$ 1.135.680,00	\$ 1.181.107,20	\$ 1.228.351,49	\$ 1.277.485,55
OTROS COSTOS	\$ 16.240.000,00	\$ 23.995.083,06	\$ 24.962.151,81	\$ 25.967.903,30	\$ 27.013.884,85
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 21.701.435,00</b>	<b>\$ 29.902.171,16</b>	<b>\$ 31.105.523,42</b>	<b>\$ 32.357.009,78</b>	<b>\$ 33.658.555,60</b>

CHARLAS INTERACTIVAS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>No. Eventos</b>	<b>80</b>	<b>83</b>	<b>87</b>	<b>90</b>	<b>94</b>
COSTOS DE MANO DE OBRA	\$ 28.166.560,00	\$ 30.464.951,30	\$ 31.683.549,35	\$ 32.950.891,32	\$ 34.268.926,97
COSTOS DE SUPERVISIÓN	\$ 4.800.000,00	\$ 5.191.680,00	\$ 5.399.347,20	\$ 5.615.321,09	\$ 5.839.933,93
OTROS COSTOS	\$ 70.000.000,00	\$ 90.642.443,58	\$ 94.275.406,75	\$ 98.053.688,44	\$ 101.983.101,40
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 102.966.560,00</b>	<b>\$ 126.299.074,88</b>	<b>\$ 131.358.303,29</b>	<b>\$ 136.619.900,85</b>	<b>\$ 142.091.962,30</b>

**Costos totales de producción**

<b>COSTOS TOTALES DE PRODUCCION</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
COSTOS DE MANO DE OBRA	\$ 40.780.910,00	\$ 44.108.632,26	\$ 45.872.977,55	\$ 47.707.896,65	\$ 49.616.212,51
COSTOS DE SUPERVISIÓN	\$ 10.050.000,00	\$ 10.870.080,00	\$ 11.304.883,20	\$ 11.757.078,53	\$ 12.227.361,67
OTROS COSTOS	\$ 173.810.000,00	\$ 222.213.036,76	\$ 231.130.619,92	\$ 240.404.906,41	\$ 250.050.164,36
DEPRECIACIÓN	\$ 2.095.795,00	\$ 2.095.795,00	\$ 2.095.795,00	\$ 2.095.795,00	\$ 2.095.795,00
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 226.736.705,00</b>	<b>\$ 279.287.544,02</b>	<b>\$ 290.404.275,67</b>	<b>\$ 301.965.676,58</b>	<b>\$ 313.989.533,54</b>

**Flujo neto de operación**

<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos Totales (Ventas)	\$ 298.890.280	\$ 323.279.727	\$ 349.659.353	\$ 378.191.556	\$ 409.051.987
(-)Costos Ventas	\$ 226.736.705	\$ 279.287.544	\$ 290.404.276	\$ 301.965.677	\$ 313.989.534
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 72.153.575</b>	<b>\$ 43.992.183</b>	<b>\$ 59.255.077</b>	<b>\$ 76.225.879</b>	<b>\$ 95.062.453</b>
(-) Gastos Administración	\$ 38.202.060	\$ 39.702.272	\$ 41.262.492	\$ 42.885.121	\$ 44.572.655
(-) Gastos Ventas	\$ 16.037.139	\$ 16.678.625	\$ 17.345.770	\$ 18.039.600	\$ 18.761.184
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$ 17.914.375</b>	<b>\$ (12.388.714)</b>	<b>\$ 646.815</b>	<b>\$ 15.301.158</b>	<b>\$ 31.728.614</b>
(-) Impuestos (33%)	\$ 1.477.936	\$ (1.022.069)	\$ 53.362	\$ 2.524.691	\$ 7.852.832
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 16.436.440</b>	<b>\$ (11.366.645)</b>	<b>\$ 593.453</b>	<b>\$ 12.776.467</b>	<b>\$ 23.875.782</b>
(+)Depreciación	\$ 2.792.567	\$ 2.792.567	\$ 2.792.567	\$ 2.792.567	\$ 2.792.567
(+)Amortización de gastos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$ 19.229.007</b>	<b>\$ (8.574.078)</b>	<b>\$ 3.386.020</b>	<b>\$ 15.569.034</b>	<b>\$ 26.668.349</b>

**VPN- TIR**

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto de Inversión	\$ (25.302.860,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo Neto de operación	\$ -	\$ 19.229.006,51	\$ (8.574.077,90)	\$ 3.386.020,03	\$ 15.569.033,90	\$ 26.668.349,02
Flujo financiero Neto del proyecto	\$ (25.302.860,00)	\$ 19.229.006,51	\$ (8.574.077,90)	\$ 3.386.020,03	\$ 15.569.033,90	\$ 26.668.349,02
<b>TASA OPORTUNIDAD</b>		<b>15%</b>				
<b>TIR</b>		<b>27,4%</b>				
<b>TIRM</b>		<b>21,1%</b>				
FLUJOS A HOY		\$ 16.720.875,22	\$ (6.483.234,70)	\$ 2.226.363,13	\$ 8.901.645,66	\$ 13.258.882,70
VALOR PRESENTE VP		\$ 34.624.532,02				
INVERSION		\$ 25.302.860,00				
<b>VALOR ACTUAL NETO VAN</b>		<b>\$ 9.321.672,02</b>				

**Estado de resultados**

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>		
<b>1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE</b>		
Ventas		\$ 298.890.280
Costos de Producción		\$ 226.736.705
Utilidad Bruta en Ventas		\$ 72.153.575
Gastos de Administración	\$ 38.202.060	
Gastos de Ventas	\$ 16.037.139	
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>		\$ 54.239.200
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		\$ 17.914.375
Gastos Financieros		0
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		\$ 17.914.375
<b>Provisión para impuestos</b>		1.477.936
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 16.436.439

**Balance general**

<b>BALANCE GENERAL</b>			
<b>TERMINOS CONSTANTES</b>			
<b>ACTIVO</b>			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			
Caja	\$	20.706.942	
Bancos		0	
Inventarios		0	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>			<b>\$ 20.706.942</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
Muebles y Enseres	\$	2.991.960	
Computación y Comunicación	\$	4.056.800	
Maquinaria y Equipo	\$	17.579.400	
Otras PPE	\$	674.700	
Depreciación Acumulada	\$	-2.792.567	
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>22.510.293</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 43.217.235</b>
<b>PASIVOS</b>			
Impuestos			
Impuesto de Renta		1.477.936	
<b>TOTAL PASIVO</b>			<b>1.477.936</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
Capital	\$	25.302.860	
Utilidad	\$	16.436.439	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>			<b>41.739.299</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>			<b>43.217.235</b>

**Nómina**

CONCEPTOS	GERENTE	ASISTENTE TECNICO ADMINISTRATIVA		
Sueldo Básico	1.200.000	931.961	781.242	SMMMLV
Cédula de Ciudadanía	12.012.223	51.212.224	88.211	AUXILIO DE TRASNPORTE
Cargo	GERENTE	SECRETARIA		
Tipo de Contribuyente	No Declarante de Renta	No Declarante de Renta		
Tipo de Contrato	Término Indefinido	Término Indefinido		
Fecha de Inicio	01 del mes en curso	01 del mes en curso		
Auxilio de Transporte	88.211	88.211		
Horas Extras diurnas 1.25	0	0		
Horas Extras Nocturnas 1.75	0	0		
Horas con Recargo nocturno 0.35	0	0		
Horas Dom. O Festivas 1.75	0	0		
Horas Extras dom. O Fest. Diurnas 2	0	0		
Descuentos Libranzas Electrohouse	0	0		
E:P.S	Nueva E.P.S	Humana Vivir		
F. de Pensiones	Horizonte	Povenir		
F. de Cesantías	I.N.G	I.N.G		
Administradora Riesgos Laborales	Colmena	Colmena		

NOMINA													
NOMBRE	CEDULA	CARGO	SALARIO BASICO	AUX TRANSPORTE	HORAS EXTRAS	TOTAL DEVENGADO	SALUD	PENSIÓN	FSP	RETENCIÓN	LIBRANZA	TOTAL DEDUCCIONES	TOTAL PAGADO
GERENTE	12.012.223	GERENTE	1.200.000	88.211	-	1.288.211	48.000	48.000	-	-	-	96.000	1.192.211
ASISTENTE TECNICO ADMINISTRATIVA	51.212.224	SECRETARIA	931.961	88.211	-	1.020.172	37.278	37.278	-	-	-	74.557	945.615
<b>TOTAL</b>			<b>2.131.961</b>	<b>176.422</b>	<b>0</b>	<b>2.308.383</b>	<b>85.278</b>	<b>85.278</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>170.557</b>	<b>2.137.826</b>
SEGURIDAD EMPLEADOR													
NOMBRE	CEDULA	CARGO	SALUD	PENSION	ARL	CCF	ICBF	SENA					
GERENTE	12.012.223	GERENTE	102.000	144.000	6.264	48.000	36.000	24.000					
ASISTENTE TECNICO ADMINISTRATIVA	51.212.224	SECRETARIA	79.217	111.835	4.865	37.278	27.959	18.639					
<b>TOTAL</b>			<b>181.217</b>	<b>255.835</b>	<b>11.129</b>	<b>85.278</b>	<b>63.959</b>	<b>42.639</b>					
PROVISIÓN DE PRESTACIONES SOCIALES													
NOMBRE	CEDULA	CARGO	CESANTIAS	INT CESANTIAS	PRIMA DE SERVICIOS	VACACIONES							
GERENTE	12.012.223	GERENTE	107.308	12.882	107.308	50.040							
ASISTENTE TECNICO ADMINISTRATIVA	51.212.224	SECRETARIA	84.980	10.202	84.980	38.863							
<b>TOTAL</b>			<b>192.288</b>	<b>23.084</b>	<b>192.288</b>	<b>88.903</b>							
NOMINA CENTRO DE COSTO													
		SALARIO	AUX DE TRANSPORTE	SALUD	PENSION	ARL	CCF	ICBF	SENA	CESANTIAS	INT CESANTIAS	PRIMA DE SERVICIOS	VACACIONES
Gerente Admón	40%	480.000	35.284	40.800	57.600	2.506	19.200	14.400	9.600	42.923	5.153	42.923	20.016
Gerente Ventas	60%	720.000	52.927	61.200	86.400	3.758	28.800	21.600	14.400	64.385	7.729	64.385	30.024
Secretaría Admon	100%	931.961	88.211	79.217	111.835	4.865	37.278	27.959	18.639	84.980	10.202	84.980	38.863
<b>TOTAL</b>		<b>2.131.961</b>	<b>176.422</b>	<b>181.217</b>	<b>255.835</b>	<b>11.129</b>	<b>85.278</b>	<b>63.959</b>	<b>42.639</b>	<b>192.288</b>	<b>23.084</b>	<b>192.288</b>	<b>88.903</b>
NOMINA AÑO													
		SALARIO	AUX DE TRANSPORTE	SALUD	PENSION	ARL	CCF	ICBF	SENA	CESANTIAS	INT CESANTIAS	PRIMA DE SERVICIOS	VACACIONES
Gasto Admón	12	16.943.532	1.481.945	1.440.200	2.033.224	88.445	677.741	508.306	338.871	1.534.842	184.255	1.534.842	706.545
Gasto Ventas	12	8.640.000	635.119	734.400	1.036.800	45.101	345.600	259.200	172.800	772.617	92.751	772.617	360.288
<b>TOTAL</b>		<b>25.583.532</b>	<b>2.117.064</b>	<b>2.174.600</b>	<b>3.070.024</b>	<b>133.546</b>	<b>1.023.341</b>	<b>767.506</b>	<b>511.671</b>	<b>2.307.460</b>	<b>277.006</b>	<b>2.307.460</b>	<b>1.066.833</b>

**Gastos de administración**

<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Sueldo y Prestaciones</b>	<b>\$ 27.472.748</b>	<b>\$ 28.571.658</b>	<b>\$ 29.714.525</b>	<b>\$ 30.903.106</b>	<b>\$ 32.139.230</b>
Salarios de Personal	\$ 16.943.532	\$ 17.621.273	\$ 18.326.124	\$ 19.059.169	\$ 19.821.536
Auxilio de Transporte	\$ 1.481.945	\$ 1.541.223	\$ 1.602.871	\$ 1.666.986	\$ 1.733.666
Salud	\$ 1.440.200	\$ 1.497.808	\$ 1.557.721	\$ 1.620.029	\$ 1.684.831
Pensión	\$ 2.033.224	\$ 2.114.553	\$ 2.199.135	\$ 2.287.100	\$ 2.378.584
ARL	\$ 88.445	\$ 91.983	\$ 95.662	\$ 99.489	\$ 103.468
Caja de Compensacion Familiar	\$ 677.741	\$ 704.851	\$ 733.045	\$ 762.367	\$ 792.861
ICBF	\$ 508.306	\$ 528.638	\$ 549.784	\$ 571.775	\$ 594.646
SENA	\$ 338.871	\$ 352.425	\$ 366.522	\$ 381.183	\$ 396.431
Cesantias	\$ 1.534.842	\$ 1.596.236	\$ 1.660.085	\$ 1.726.489	\$ 1.795.548
Intereses a las Cesantias	\$ 184.255	\$ 191.625	\$ 199.290	\$ 207.262	\$ 215.552
Prima de Servicios	\$ 1.534.842	\$ 1.596.236	\$ 1.660.085	\$ 1.726.489	\$ 1.795.548
Vacaciones	\$ 706.545	\$ 734.807	\$ 764.199	\$ 794.767	\$ 826.558
<b>Otros gastos de Administración:</b>	<b>\$ 10.032.540</b>	<b>\$ 10.433.842</b>	<b>\$ 10.851.195</b>	<b>\$ 11.285.243</b>	<b>\$ 11.736.653</b>
Papeleria	\$ 10.000	\$ 10.400	\$ 10.816	\$ 11.249	\$ 11.699
Gastos de Legales	\$ 422.540	\$ 439.442	\$ 457.019	\$ 475.300	\$ 494.312
Servicios Públicos - Arriendo	\$ 3.600.000	\$ 3.744.000	\$ 3.893.760	\$ 4.049.510	\$ 4.211.491
Honorarios	\$ 6.000.000	\$ 6.240.000	\$ 6.489.600	\$ 6.749.184	\$ 7.019.151
<b>Depreciación</b>	<b>\$ 696.772</b>				
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>\$ 38.202.060</b>	<b>\$ 39.702.272</b>	<b>\$ 41.262.492</b>	<b>\$ 42.885.121</b>	<b>\$ 44.572.655</b>

**Gastos de ventas**

<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Sueldo y Prestaciones</b>	\$ 13.867.294	\$ 14.421.986	\$ 14.998.865	\$ 15.598.820	\$ 16.222.773
Salarios de Personal	\$ 8.640.000	\$ 8.985.600	\$ 9.345.024	\$ 9.718.825	\$ 10.107.578
Auxilio de Transporte	\$ 635.119	\$ 660.524	\$ 686.945	\$ 714.423	\$ 743.000
Salud	\$ 734.400	\$ 763.776	\$ 794.327	\$ 826.100	\$ 859.144
Pensión	\$ 1.036.800	\$ 1.078.272	\$ 1.121.403	\$ 1.166.259	\$ 1.212.909
ARL	\$ 45.101	\$ 46.905	\$ 48.781	\$ 50.732	\$ 52.762
Caja de Compensacion Familiar	\$ 345.600	\$ 359.424	\$ 373.801	\$ 388.753	\$ 404.303
ICBF	\$ 259.200	\$ 269.568	\$ 280.351	\$ 291.565	\$ 303.227
SENA	\$ 172.800	\$ 179.712	\$ 186.900	\$ 194.376	\$ 202.152
Cesantias	\$ 772.617	\$ 803.522	\$ 835.663	\$ 869.090	\$ 903.853
Intereses a las Cesantias	\$ 92.751	\$ 96.461	\$ 100.320	\$ 104.332	\$ 108.506
Prima de Servicios	\$ 772.617	\$ 803.522	\$ 835.663	\$ 869.090	\$ 903.853
Vacaciones	\$ 360.288	\$ 374.700	\$ 389.688	\$ 405.275	\$ 421.486
<b>Estrategias Distribución</b>	\$ 700.000	\$ 728.000	\$ 757.120	\$ 787.405	\$ 818.901
<b>Estrategias Promoción</b>	\$ 1.300.000	\$ 1.352.000	\$ 1.406.080	\$ 1.462.323	\$ 1.520.816
<b>Estrategias Comunicación</b>	\$ 169.845	\$ 176.639	\$ 183.704	\$ 191.053	\$ 198.695
<b>Estrategias Servicio</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Otros:</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	\$ 16.037.139	\$ 16.678.625	\$ 17.345.770	\$ 18.039.600	\$ 18.761.184
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACION Y VENTAS</b>	\$ 54.239.200	\$ 56.380.897	\$ 58.608.262	\$ 60.924.721	\$ 63.333.839
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACION Y VENTAS MES</b>	\$ 4.519.933	\$ 4.698.408	\$ 4.884.022	\$ 5.077.060	\$ 5.277.820
Menos DEPRECIACIÓN ADMON	\$ 53.542.428				
Valor Mes	\$ 4.461.869				
<b>Más Depreciación TOTAL</b>	\$ 4.694.583				

**Justificación.** La inversión inicial del a idea de negocio es de \$25.302.860 millones, los cuales provendrán el 100% de recursos propios. La inversión inicial está determinada en maquinaria y equipo (sillas, mesas, platos, pocillos, vasos, cubiertos, copas, candelabros, telas, bandejas, jarra, servilletas), otras inversiones (balones, petos), equipos de oficina (escritorios, sillas de escritorios, archivador), equipo de cómputo y comunicación (computadores, impresora, celulares, video beam). No habrá inversión en terreno, edificio, carros ni en adecuaciones.

En cuanto a las ventas proyectadas se tomaron 4 servicios los cuales son: Aniversario De La Empresa, se estima que el primer año se realizaran 35 con un valor unitario de \$1.566.895 cada una para un valor total de \$54.841.325, los costos de producción para el primer año son \$41.728.610, se espera para el año quinto realizar 41 lo que traerá ingresos \$75.054.140; Fiestas Tema el primer año se realizaran 35 con un valor unitario de \$2.179.895 para un valor total \$76.296.395, los costos de producción para el primer año son \$58.244.305, se espera para el año quinto realizar 41 lo que traerá ingresos \$104.416.789; Cabalgatas se realizaran 35 con un valor unitario de \$994.690 para un valor total de \$34.814.350, los costos de producción para el primer año son \$21.701.435, se espera para el año quinto realizar 41 lo que traerá ingresos \$47.645.568; Charlas Interactivas el primer año se realizaran 80 con un valor unitario de \$1.661.731 para un valor total \$132.938.480, los costos de producción para el primer año son \$102.966.560, se espera para el año quinto realizar 94 lo que traerá ingresos, \$ 181.935.489, para determinar los valores de estos servicios se toman factores importantes como salón, comida, sonido, meseros, organizador, decorador, apoyo logístico, estación dulce, premios, transporte, cabalgata, guía turístico, almuerzo, video beam, recordatorios, expositor, refrigerios, la comida y refrigerios dependen del total de asistentes. El valor total de ingresos el primer año si se venden el número de eventos estimados será de \$298.890.280, el valor total de los costos de producción del primer

año será de \$226.736.705, el margen de utilidad bruta para el primer año es de 24%, la utilidad operacional es de 6%, el margen neto es de 5%, la tasa interna de retorno es de 27.4%, lo que nos indica que la empresa es rentable.

Seguidamente se evalúan los costos fijos por cada uno de los servicios, que para el caso de la empresa se determinó, que los costos relacionados a la producción son el 75% de la depreciación de las propiedades planta y equipo de la entidad y el 25% restante corresponde a un gasto administrativo. Así mismo se realizó un cálculo de Nomina de Dos (2) empleados, que si bien son gastos de administración y ventas son costos fijos a tener en cuenta para el cálculo del punto de equilibrio de cada servicio.

Por lo tanto, el personal con que la entidad operaría, sería con un Gerente y una Secretaria; al ser una empresa unipersonal se evalúa la carga prestacional que generaría dos empleados de Nomina. En este caso en Gerente sería el dueño de la entidad, por lo tanto, solo emplearía una persona (la secretaria), por lo cual revisamos en las normas vigentes y se pudo establecer que al no tener como mínimo dos empleados, la empresa no se podría acoger a los beneficios de excepción de parafiscales por lo cual aportaría el 8,5% en salud, el 3% de ICBF y 2% de SENA.

La Ley 1607 del 2012, crea el Impuesto a la Equidad CREE, con el fin de que, si las empresas con ánimo de lucro y que tuvieran empleados que devengarán menos de 10 SMMLV, serían exentos de pago del 8,5% en salud, el 3% de ICBF y 2% de SENA, años más adelante la Ley 1819 del 2016, eliminó el tributo de Renta CREE, pero mantuvo la excepción de dichos parafiscales, creando una Auto retención del Impuesto de Renta. Es decir que a la fecha en Colombia las entidades con ánimo de lucro se pueden acoger a la excepción de parafiscales.

Para el caso de esta idea de negocio no es una entidad Persona Jurídica, sino Persona natural, para lo cual la ley obliga que, si una persona natural se quiere acoger al beneficio de excepción de parafiscales, mínimo debe tener dos empleados, es decir que el dueño de la empresa no contaría puesto que el estaría obligado a pagar sus aportes como independiente. Es decir que para el caso de la idea de negocio, solo contamos con el empresario y un empleado, por lo cual calculamos una nómina con toda su carga prestacional e incluyendo el 100% de los parafiscales.

Así mismo, se estipuló que, si bien no son dos empleados en nómina, sino un empleado y un aportante como independiente, el propietario de la empresa, que hace a su vez de gerente, se le debe estimar un gasto con todas sus prestaciones y seguridad social, puesto que es la persona encargada de conseguir los eventos, de los cuales la empresa percibiría el 100% de sus ingresos.

Al momento de clasificar el gasto de nómina, para el salario del Gerente se determina que el 40% del gasto corresponde a administración, y el 60% para ventas, debido a que el gerente será la persona encargada de generar la contratación de los servicios ofrecidos por la entidad.

De esta manera se procede a calcular una nómina con dos (2) personas y con toda su carga prestacional sin excepción de parafiscales, así mismo se determina demás gastos administrativos y de ventas, de los cuales tomamos de base como costos Fijos para el cálculo del punto de equilibrio por cada uno de los servicios.

Seguidamente, margen de utilidad por cada uno de los servicios, en los cuales al analizar los márgenes de utilidad se evidenció que el millón de Pesos (1.000.000) que se estimó por cobro de servicio se ve reducido a Ochocientos Treinta Mil pesos (830.000) aprox. debido al costo que genera la depreciación de 170.000 aproximadamente que corresponde al 75% de producción explicado anteriormente. Por lo cual el margen de utilidad por servicio, se ve disminuido de un

34% a un 28% o de un 42% a un 35%, debido a que este costo fijo inicialmente no se tuvo en cuenta.

### **Razones financieras**

A continuación, se determinarán los indicadores financieros para la idea de negocio, donde se analizaron los siguientes:

### **Indicadores de liquidez**

#### **Razón Corriente:**

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Razón Corriente} = \frac{20.706.942}{1.477.936} = 14\%$$

Análisis: Como podemos observar en el anterior ejercicio, el resultado quiere decir que por cada peso que debe la empresa tiene 14 pesos para pagar a corto plazo.

#### **Prueba Acida:**

$$\text{Prueba Acida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Prueba Acida} = \frac{20.706.942 - 0}{1.477.936} = 14\%$$

Análisis: La empresa por cada peso que debe tiene 14 pesos para pagar sin la necesidad de vender sus existencias.

**Capital neto de trabajo**

$$\text{Capital Neto de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

$$CNT = 20.706.942 - 1.477.936 = 19.229.006$$

Análisis: De lo anterior se puede deducir que la empresa tiene un capital de 19.229.006 para poner a trabajar de manera inmediata lo que significa que la empresa cuenta con un buen capital de trabajo sin necesidad de tomar decisiones de endeudamiento de la misma ni vender.

**Indicadores de Rentabilidad****Margen Bruto (de utilidad)**

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Utilidad Bruto}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{Margen Bruto} = \frac{72.153.575}{298.890.280} = 0.24$$

**Margen Operacional (de utilidad)**

$$\text{Margen Operacional} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Margen Operacional} = \frac{17.914.375}{298.890.280} = 0.060\%$$

Análisis: Observando los dos indicadores Margen Bruto y Margen Operacional vemos que la idea de negocio es viable pues demuestra un margen de utilidad aceptable.

**Margen Neto (de utilidad)**

$$\text{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Margen Neto} = \frac{16.436.439}{298.890.280} = 0.5499\%$$

Análisis: En este indicador vemos que hay coherencia entre los 2 indicadores anteriores donde se demuestra que realmente la empresa maneja un margen de utilidad aceptable

**Rendimiento del patrimonio (ROE)**

$$\text{Rendimiento del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ROE} = \frac{16.436.439}{41.739.299} = 0.39\%$$

Análisis: lo anterior nos demuestra que el patrimonio que tiene la empresa nos sirve como promedio de eficiencia de la administración para generar utilidades con el capital de la empresa.

**Rendimiento del activo (ROA)**

$$\text{Rendimiento del activo} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total Bruto}}$$

$$\text{ROA} = \frac{16.436.439}{43.217.235} = 0.38\%$$

Análisis: Esto nos indica que el activo total con el que cuenta la empresa nos sirve como promedio de eficiencia de la administración para generar utilidades

### **Conclusiones**

Existen suficientes empresas instaladas en la ciudad de Tunja como para dar oportunidad a la empresa NONCETA de entrar de manera participativa en el mercado de la ciudad.

El 100% de las empresas que formaron parte de la población objetivo están interesadas en adquirir los servicios de organización de eventos con la empresa NONCETA

Los materiales requeridos en la prestación de los servicios se consiguen fácilmente en el mercado. La empresa no puede adquirir artículos en mayor cantidad a la definida en el Estudio Técnico, mientras no esté consolidada en el mercado local y se garantice la demanda requerida para hacer este tipo de compras.

Los proveedores son locales, permitiendo contar con los insumos inmediatamente se requieran. Los precios de venta de los equipos requeridos para la prestación del servicio son altos, pero se espera que en el corto plazo se pueda contar con líneas de financiación que permitan optimización.

La creación de una empresa no es solo tener una idea, sino buscar la solución a una necesidad.

El correcto desarrollo de las etapas ya nombradas en el marco teórico, las cuales conllevan las ideas de negocio puede evitar que el negocio fracase en un futuro, esto con el fin de conocer la factibilidad y aceptación del negocio.

Toda la información suministrada en el plan de negocio tiene que ser verídica y sustentada, ya que por medio de esta se logra evaluar en forma real la idea de negocio

El estudio que realice de esta idea de negocio, me permitió analizar y determinar cada una de las etapas a desarrollar para la creación de una nueva empresa, donde se identificó la existencia de clientes potenciales los cuales están interesados en adquirir los servicios que se

proponen, en cuanto al entorno encontré que existe competencia pero esta está enfocada más en lo recreacional o eventos sociales que en lo empresarial, es por esto que la idea de negocio se convierte en una oportunidad, en cuanto a la inversión los proveedores se encuentran en la misma ciudad lo que hace que la maquinaria muebles y enceres a necesitar sea asequible, el estudio financiero me permitió concluir que la creación de esta nueva empresa es viable.

Como conclusión final el desarrollo de este tipo de ideas de negocio es muy importante en la vida de cualquier persona que quiera emprender, innovar y contribuir a la sociedad, por medio del cual desarrolle mis habilidades al desarrollo de un plan de negocio, con el fin de llevar a cabo la creación de esta empresa, y llegar a la materialización de este proyecto.

### Referencias Bibliográficas

Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.) *Definición de Sociedad por acciones simplificadas*.

Recuperado de: <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Que-son-las-sociedades-por-acciones-simplificadas>

CEQ Comunicación HSE. (2012). *Código de colores de los residuos sólidos*. Recuperado de:

<http://ceqcomunicacionhse.blogspot.com/2012/09/semanaso-campana-ambiental-deposita-tu.html>

Chile. Servicio Nacional del Consumidor. (2012). *Guía de alcances jurídicos, Ley 19.496*

“Referente a empresas productoras de eventos”. Recuperado de:

<https://www.sernac.cl/wp-content/uploads/2012/12/guia-de-alcances-juridicos-para-empresas-productoras-de-eventos-sernac.pdf>

\_\_\_\_\_. (2012). *Ley N° 19.496. “Derecho a la calidad e idoneidad de los bienes durables”*.

Recuperado de: <https://www.sernac.cl/wp-content/uploads/2012/12/guia-de-alcances-juridicos-para-ejercer-la-garantia-legal-sernac.pdf>

Colciencias. (s.f.). *Manual de Gestión Ambiental*. Recuperado de:

<file:///C:/Users/FAMILIA%20AMADO/Downloads/A103M02-manual-gestion-ambiental%20V00.pdf>

Consejo Territorial de Planeación. (s.f.). *Plan de desarrollo municipal 2016-2019 “Análisis de los entornos político, económico, socio-cultural, tecnológico y ecológico”*. Tunja,

Colombia. Recuperado de:

[https://alcaldiatunja.micolombiadigital.gov.co/sites/alcaldiatunja/content/files/000354/17668\\_conceptoctppdm20162019version0329.pdf](https://alcaldiatunja.micolombiadigital.gov.co/sites/alcaldiatunja/content/files/000354/17668_conceptoctppdm20162019version0329.pdf)

Definicion.de (s.f.) *Definición de staff*. Recuperado de: <https://definicion.de/staff/>

DEMAC S.A.S. (2012). *Constitución y aspectos legales para la constitución de una empresa*.

Recuperado de: <http://demacbrochetasdefrutas.blogspot.com/2012/09/91-constitucion-y-aspectos-legales.html>

El Economista. (2018, mayo 18). *28 resultados de búsqueda para Empresas Tamaño*

*Facturación Medianas en Tunja*. Recuperado de:

<http://empresite.eleconomistaamerica.co/TamanoFacturacion/medianas/localidad/TUNJA>

\_\_\_\_\_. (2018, mayo 16). *33 resultados de búsqueda para logística eventos en Tunja*.

Recuperado de: <http://empresite.eleconomistaamerica.co/Actividad/LOGISTICA-EVENTOS/localidad/TUNJA/>

Fundación Oxígeno. (2014). *Los 10 beneficios y ventajas de un evento más sostenible*. Recuperado

de: [file:///C:/Users/FAMILIA%20AMADO/Downloads/Manual-ES-v4%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/FAMILIA%20AMADO/Downloads/Manual-ES-v4%20(1).pdf)

Gerencie.com (2018, abril 28). *Generalidades de los contratos “Tipos de contratos”*.

Recuperado de: <https://www.gerencie.com/contrato-de-trabajo.html>

Holcim. (2014). *Política Ambiental*. Recuperado de: <https://www.holcim.com.co/nuestra-empresa/enfoque-estrategico/politica-ambiental>

Icasas.com (2018). *Locales en arriendo Tunja “Local para arrendar”*. Recuperado de:

[https://www.icasas.com.co/inmueble/976353\\_](https://www.icasas.com.co/inmueble/976353_)

Instituto Europeo de Posgrado. (s.f.). *Definición de VPN*. Recuperado de: <https://www.iep-edu.com.co/que-es-vpn-en-finanzas/>

Norma Técnica Sectorial Nts-Opc 001. (2009). *“Nos habla de los requisitos y el orden para organizar un evento Antes, Durante y después”*. Recuperado de:

<http://www.certificacioncalidadturistica.co/attachments/courses/2/18/NTS%20%E2%80>

%93%20OPC%20001.%20Operaci%C3%B3n%20de%20Congresos,%20Ferias%20y%20Convenciones.%20Requisitos%20de%20Servicio.%202009.pdf

Observatorio SENA. (2018). *Observatorio nacional de ocupaciones “Auxiliares Administrativos”*. Recuperado de:

<https://observatorio.sena.edu.co/Clasificacion/CnoDetalleFunciones?tags=1341#carac>

\_\_\_\_\_. (2018) *Observatorio nacional de ocupaciones “Gerentes de Talento Humano”*.

Recuperado de:

<https://observatorio.sena.edu.co/Clasificacion/CnoDetalleFunciones?tags=0112#carac>

Ochoa Carlos. (2015) muestreo probabilístico, definición de muestreo probabilístico. Netquest.

Recuperado de: <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-probabilistico-o-no-probabilistico-ii>

Presidencia de la República de Colombia. (2007, octubre 10). *Decreto 3888. Plan Nacional de Emergencia y Contingencia para Eventos de Afluencia Masiva de Público*. Recuperado de: <http://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=26964>

Question Pro, (“definición de investigación descriptiva”, 2019). Recuperado de:

<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>

Rankia.co, 2018, N.A, SAS “Características de Sociedad por acciones simplificada (SAS)”.

Recuperado de: <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3759467-sas-colombia-definicion-caracteristicas-ventajas>

Sevilla Andrés. (sin fecha) Tasa interna de retorno (TIR). Definición de TIR.ECONOMIPEDIA.

Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Varela V. Rodrigo. (2008), Innovación- Empresarial Tercera edición “plan de negocio capitulo”, Santa Fe de Bogotá, D.C., Colombia: Pearson Educación De Colombia, Ltda. Recuperado

de: <https://s49fcc581ae900b19.jimcontent.com/.../231047690-Innovacion-Empresarial.pdf>

<

Anexos

Anexo 1 Solicitud a la cámara de comercio para los datos de las empresas



CAMARA DE COMERCIO DE TUNJA  
 NIT 891.800.238-1  
 LEGALES PARA EL DESARROLLO

FECHA: 2018-05-04  
 OPERAC.: 01C160504085  
 NUM.REC: 6BB5VY RECIBO NO. 5000197513  
 NUM.RAD:  
 HORA: 16:49:58 PAGINA 1 DE 1  
 USUARIO: GLORIAG

-----  
 MAT/INSC: ( )  
 -----

YISEL CRISTINA AMADO  
 NIT/CC: 1049631784 RUE:  
 FORMA DE PAGO: Efectivo

DESCRIPCION	DET.	VALOR
VENTA INFO E/A	2018	9,244
IVA (19%)	1	1,756
Valor base: 9,244		
*** TOTAL PAGADO		11,000
----- FINAL DEL RECIBO -----		

1438283



SOY  
 BICENTENARIO

**Anexo 2 Listado de empresas proporcionado por la cámara de comercio**

<b>Listado de Empresas Ciudad de Tunja</b>		
<b>Ciudad</b>	<b>Razón Social</b>	<b>Teléfono</b>
Tunja	EMPRESA DE ENERGIA DE BOYACA S.A. E.S.P. EMPRESA DE SERVICIOS PUBLICOS	7405000
Tunja	COMPAÑÍA ELECTRICA DE SOCHAGOTA S.A. E.S.P. PODRA USAR LAS INICIALES C.E.S.	7852000
Tunja	IASCEBOY	7432318
Tunja	CASA NACIONAL DEL PROFESOR ORGANIZACION COOPERATIVA MULTIACTIVA	7423094
Tunja	R.A CONSTRUCTORES SAS	7445081
Tunja	ALBORAUTOS S.A.S.	7438528
Tunja	URICACHA SAS	7441686
Tunja	VEOLIA AGUAS DE TUNJA S.A. E.S.P.	7440088
Tunja	DISEÑOS Y CONSTRUCCIONES LTDA. DISCON LTDA.	7400182
Tunja	FACONIN S.A.	7446060
Tunja	INMUNIZADORA DE MADERAS DEL ORIENTE LTDA	7423943
Tunja	CARRAZOS S.A.S.	7405060
Tunja	COOPERATIVA DE SERVICIOS DE BOYACA	7406889
Tunja	DISTRIBUIDORA DE AUTOS LTDA.	7405400
Tunja	SOELCO S.A.S.	7425525

Tunja	INVERSIONES MEDICAS DE LOS ANDES S.A.S	7405072
Tunja	PROYECTOS ESCALA S.A.S	7433134
Tunja	INDUSTRIA DE LICORES DE BOYACA S.A. C.I.	7441880
Tunja	FERJUNIORS SAS	7402400
Tunja	AUTOS Y CAMIONES DE BOYACA S.A.S.	7405400
Tunja	PATRIOTAS BOYACA S.A.	3184732110
Tunja	SERVIGENERALES CIUDAD DE TUNJA S.A. ESP	7441826
Tunja	PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CONFECIONES S.A.S.	7424592
Tunja	LABORAMOS SAS	7401077
Tunja	GRUPO COMERCIAL ATLANTIS LTDA	7423906
Tunja	CARVAJAL Y CAMPO SAS	7441686
Tunja	DEPORTIVO BOYACA CHICO FUTBOL CLUB S.A.	6738218
Tunja	EMPRESA DEPARTAMENTAL DE SERVICIOS PUBLICOS DE BOYACA SA ESP	7441216
Tunja	INVERSIONES DIAMONDS S.A.S	7407737
Tunja	FAMA S.A.	7424676
Tunja	B & V INGENIERIA S.A.S.	7453216
Tunja	ADMINISTRA RAM LIMITADA	7437415
Tunja	ORGANIZACION COOPERATIVA COOPTEBOY	7436282
Tunja	PROMOTORA DE COMUNICACIONES S.A.S	7448700
Tunja	INVERSIONES PARA EL TRANSPORTE COLOMBIANO INVERTRANSCOL S.A.	7443961

Tunja	NEGOCIOS BACHUE SAS	7423546
Tunja	CENTRO DE CANCEROLOGIA DE BOYACA SAS	7444664
Tunja	TRANSPORTES LOS MUISCAS S.A	7425879
Tunja	SUAREZ TOVAR GUSTAVO	7440579
Tunja	GRUPO EMPRESARIAL SANDOVAL YAYA SAS	7457496
Tunja	QUINTERO CORZO JOSE IGNACIO	7404987
Tunja	CONSTRUCTORA GOMEZ CORREA S.A.S.	3115047866
Tunja	ASORSALUD S.M. LIMITADA	7436160
Tunja	SERVICIO DE VIGILANCIA BOYACA LTDA. SERVIBOY LTDA.	7444944
Tunja	ASOCIACION SOCIEDAD SAN VICENTE DE PAUL DE TUNJA CONFERENCIA FEDERICO OZANAM	3007002925
Tunja	CENTRO DE DIAGNOSTICO AVANZADO S.A.S	3219004361
Tunja	EDS TISQUESUSA S.A	7455051
Tunja	SOCIEDAD CONSTRUCTORA SANTA BARBARA REAL SAS	7422364
Tunja	GRUPO HUNZA INTERNACIONAL SAS	3203096165
Tunja	CALLING LIMITADA	7433512
Tunja	ADMINISTRACION PUBLICA COOPERATIVA DE DEPARTAMENTOS Y MUNICIPIOS DE COLOMBIA	3106987550
Tunja	CONSTRUCTORA OICATA LTDA	7445743
Tunja	INVERSIONES SANTA ELISA LTDA	7446850

Tunja	COOPERATIVA DE EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS DEL SECTOR EDUCATIVO COEMASED BOYACA	7402188
Tunja	LIMEQ SAS	7470024
Tunja	AGREGADOS SANTA LUCIA S.A.S	7437451
Tunja	CONSTRUCTORA CHM S.A.S	3118100207
Tunja	FONDO MIXTO PARA LA PROMOCION DE LA CULTURA Y LAS ARTES DE BOYACA	7426611
Tunja	NEFROBOYACA SAS	7400246
Tunja	INMOBILIARIA CIVAL	3102031397
Tunja	REM EQUIPOS INGENIERIA BIOMEDICA S.A.S.	3114522743
Tunja	MEDICINA NUCLEAR DE BOYACA SAS	7454284
Tunja	GRUPO CONSTRUTECH SAS	3202676377
Tunja	COOPERATIVA INTEGRAL DE TRABAJADORES DE LA SALUD COINTRASALUD BOYACA	7471247
Tunja	FUNERARIA SAN FRANCISCO S.A.S	7422078
Tunja	BARRERA OCHOA LUIS ANGEL	7444825
Tunja	FONSECA CANO HECTOR HUMBERTO	7402858
Tunja	SERVINTEGRALES OUTSOURCING SAS	7449834
Tunja	CELY CELY MIGUEL ARCANGEL	7430486
Tunja	COOPERATIVA DE ORGANISMOS DE SALUD DE BOYACA COOSBOY.	7447519
Tunja	CIGUCON SAS	7422072

Tunja	ORGANIZACION COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES LOS DELFINES	7455600
Tunja	BECERRA MALAVER GONZALO	7444871
Tunja	MONTEVERDE CONSTRUCCIONES SAS	3202324706
Tunja	METRO CUBICO URBANO SAS	7431073
Tunja	ANCLA CONSTRUCTORES LTDA	3187082165
Tunja	CONSTRUSERVICIOS SAS	7472162
Tunja	FERNANDO BOHORQUEZ Y CIA S.A.S	7407810
Tunja	INVERSIONES BOGA LTDA	7436290
Tunja	LUBRICANTES DEL LLANO JA SAS	7401206
Tunja	COMPAÑÍA DE VIGILANCIA PRIVADA SERSECOL LTDA	7447585
Tunja	CONSTRUCCION E INGENIERIA GLOBAL S.A.S BYGGER S.A.S.	7447356
Tunja	K&M INGENIERIA LTDA	3115513369

**Anexo 3 formato de encuesta plan de negocio**

	<b>FORMATO DE ENCUESTA PLAN DE NEGOCIO NONCETA</b>
<b>Razón Social</b>	
<b>Nit</b>	
<b>Teléfono</b>	
<b>Fecha</b>	
<b>Responsable</b>	Jissel Cristina Amado Álvarez
<p><b>Objetivo:</b> Determinar el nivel de aceptación por parte de empresas Grandes de la ciudad de Tunja en relación con el Plan de Negocio para la Creación de la Empresa Nonceta Casa de Eventos Empresariales.</p> <p><b>Instrucciones:</b> Lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marque con una X la casilla correspondiente a la respuesta que mejor describa su opinión. No debe quedar ninguna pregunta en blanco</p>	

<b>Nivel de aceptación de la propuesta</b>	
	<b>Qué actividad económica desarrolla su Empresa</b>
	Industrial
	Comercial
	Servicios
<b>2</b>	<b>Le gusta realizar eventos en su empresa</b>
	Si

	No
<b>3</b>	<b>En que épocas del año realiza mayor cantidad de eventos en su empresa</b>
	Enero - marzo
	Abril – Junio
	Julio – Septiembre
	Octubre – Diciembre
<b>4</b>	<b>Al año cuantos eventos realiza en su empresa</b>
	1 a 6
	7 a 12
	13 o mas
<b>5</b>	<b>Atraves de que medios de comunicación usted ha conocido los servicios que ofertan las empresas de eventos</b>
	Radio
	Televisión
	Publicidad
	Referencias
<b>6</b>	<b>Que empresas de organización de eventos conoce?</b>
	Cámara de comercio
	Momentos soñados
	Andalucía
	Otros cuales:
<b>7</b>	<b>Por qué recuerda o prefiere esta empresa?</b>
	Atención
	Servicio
	Calidad
	Precio
	Todas las anteriores
<b>8</b>	<b>En los eventos realizados por las empresas contratadas por usted que necesidades no lograron satisfacer?</b>
	Demora en el servicio
	Decoración
	Protocolo
	Transporte
<b>9</b>	<b>Qué factores usted tiene en cuenta al momento de contratar una empresa de eventos</b>
	Precio
	Calidad
	Referencias
	Todas las anteriores

<b>10</b>	<b>Que locaciones prefiere al momento de realizar su evento?</b>
	Espacios abiertos
	Espacios cerrados
<b>11</b>	<b>Qué acción determina al momento de querer desarrollar un eventos en su empresa</b>
	Utilizar su departamento de logística y o talento humano
	Contratar un tercero
	Contratar una empresa dedicada a la realización de eventos
<b>12</b>	<b>Qué tipo de empresas contrata para realizar sus eventos?</b>
	De Capacitación
	De Banquetería
	Logística de eventos
<b>13</b>	<b>Le gustaría contar con la asesoría de una nueva empresa dedicada a la organización, logística y eventos empresariales?</b>
	Si
	No
<b>14</b>	<b>Cuáles de los siguientes eventos empresariales, su empresa estaría interesada en contratar?</b>
	Ferias Empresariales
	Capacitaciones
	Fiestas tema
	Día de la familia
	Aniversario de la empresa
	Todos los anteriores
<b>15</b>	<b>Estaría interesado en fortalecer el clima organizacional en su empresa?</b>
	Si
	No
<b>16</b>	<b>Estaría interesado en mejorar la comunicación en su organización?</b>
	Si
	No
<b>17</b>	<b>Está interesado en fortalecer las relaciones interpersonales con sus operarios?</b>
	Si
	No
<b>18</b>	<b>Le gustaría que la empresa le ofreciera el desarrollo de actividades que lograrían mejorar las relaciones interpersonales con sus operarios?</b>
	Si
	No
<b>19</b>	<b>Con que frecuencia desarrolla estas actividades con sus funcionarios?</b>
	Semanalmente
	Mensualmente

	Anualmente
<b>20</b>	<b>Le gustaría que la empresa le ofrezca actividades de integración para usted y sus empleados</b>
	Si
	No
<b>21</b>	<b>Usted realiza actividades con sus clientes y proveedores?</b>
	Si
	No
<b>22</b>	<b>Estaría interesado en desarrollar torneos deportivos con sus clientes y proveedores?</b>
	Si
	No
<b>23</b>	<b>Que actividades de integración le gustaría que la empresa le ofreciera?</b>
	Caminatas ecológicas
	Ciclo paseos
	Cabalgatas
	Todas las anteriores
<b>24</b>	<b>Le gustaría que la empresa desarrolle charlas interactivas?</b>
	Si
	No
<b>25</b>	<b>Que charlas interactivas emplearía en su organización?</b>
	liderazgo
	Motivación
	Hábitos para mejorar la productividad
<b>26</b>	<b>Le interesaría contratar una empresa como Nonceta la cual le brindara todos los servicios nombrados eventos empresariales, charlas informativas, actividades de integración</b>
	Si
	No

**Anexo 4 Cotización Textiles el Retazo**

CUENTA DE COBRO  
 PEDIDO  
 COTIZACION  
 REMISION

**TEXTILES EL RETAZO**  
 Nit. 7.161.243-9  
 Carretera No 17-91  
 Tel. 7437517 - Tunja

MES	DIA	AÑO
04	30	18

CLIENTE: **CRISTINA AMADO**

DIRECCION:

CANT.	DESCRIPCION	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
	cotizacion para compra por mayor de 1 a 1.000 uds.		
1	seda-polyster delgada cualquier color.	3500	3500
1	cut lino flex. x 1.50 AN. cu. cualquier color.	5500	5500
1	cut satm. delgado cualquier color.	4500	4500

**TEXTILES EL RETAZO**  
 Nit. 7.161.243-9  
 Carretera No 17-91  
 Tel. 7437517 - Tunja

Documento Soporte de Venta Art. 616-2 E.T.

RECIBI 

NT 6 C.C.

Desc:

TOTAL

Anexo 5 carta solicitud cotización Makro

**Tunja 05 de mayo de 2018**

**SEÑORES**

*Tiendas makro*

Tunja, Boyacá

Estimado/a gerente comercial

Asunto: solicitud de cotización

He observado con agrado, sus catálogos, me han parecido adecuados y por eso muy cordialmente le solicito me coticen los siguientes productos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Sillas	500		
Mesas rimax	20		
Mesas rectangulares de 6 puestos	10		
Mesas rectangulares de 8 puestos	10		
Mesas Rectangulares de 10 Puestos	10		
Mesas Redondas de 10 Puestos	10		
MantelesRectangulares	30		
MantelesRedondos	20		
Plato Buffet	500		
PlatosTorta	400		
Cubiertos (Cuchara, cuchillo y tenedor)	1.000		
Vasos	500		
Escritorios para oficina	4		
Sillasejecutivacromadanegra	2		

Silla interlocutoramallanegra	6
Silla de escritorionegracromada	1
Archivadores	2
Computadores de mesa	2
Computadoresportatiles	2
Impresora	1
Telefonosfijos	2

*Adicionalmente deseo conocer las formas de pago el medio utilizado para el despacho y el tiempo de entrega*

*Atentamente,*

  
Jissel Cristina Amado Álvarez  
Estudiante de Administración de Empresas UNAD  
Teléfono: 3007865980

## Anexo 6 cotización Bosques de Florencia

MENÚ	Cotización
Copa de Vino, Carnes (Trucha, Pernil de Cerdo, Pollo, Robalo o Lomo de Res), Arroz, Papa, Ensalada, Postre o Entrada,	
Con Tres Carnes	\$ 42.000,00
Con Dos Carnes	\$ 40.000,00
<b>Parrillada del Bosque:</b>	
Pollo en Salsa de Uchuva, Costilla de Cerdo en Salsa BBQ, Lomo de Res a la Parrilla, Verdura en Salsa Agridulce, Papa con Crema de Queso, Bebida( Cerveza o Gaseosa).	
	\$ 38.000,00
<b>Parrillada Campestre:</b>	
Sopa ( Mute de Mazorca , Mondongo o Mazamorra Chiquita ), Pollo, Carne de Res, Longaniza , Rellena , Papa Salada , Arepa , Ensalada o Guacamole , Bebida ( Cerveza o Gaseosa).	
	\$ 35.000,00
<b>Menú Típico:</b>	
Mazamorra Chiquita , Sobrebarriga en Salsa Criolla, Pollo al Horno, Arroz, Mazorca y Papa Chorreada, Ensalada Mixta, Postre(Brevas con Arequipe o Cuajada con Melado).	
	\$ 35.000,00
<b>Menú para Jóvenes:</b>	
Crepes de Pollo con Champiñones, Papa a la Francesa, Fruta Variada o Ensalada y Gaseosa.	
	\$ 28.000,00
Lasaña Mixta, Pan de Ajo y Gaseosa.	
	\$ 28.000,00
<b>Menú Infantil:</b>	
Pollo (a la Plancha, a la Milanese o Nuggets), Salchicha, Papa a la Francesa, Fruta Variada o Arroz, Gaseosa o Jugo y Helado.	
	\$ 25.000,00
Diferentes opciones de menú tienen costo de acuerdo a lo que se escoja.	
<b>ADICIONALES</b>	
Descorche de Botella de Trago , Canasta de Cerveza o Paca de Cerveza	\$ 12.000,00
Descorche de Vino o Champaña	\$ 7.000,00
Descorche de Gaseosa (3127 c.c.)	\$ 3.500,00
Tapete C/U	\$ 50.000,00
Hora Adicional después de la Sexta Hora	\$ 200.000,00
Carruaje	\$ 200.000,00
Antorchas C/U	\$ 7.000,00
Hospedaje por Persona	\$ 50.000,00
<b>Observaciones:</b>	
Cincuenta por ciento (50 %) a la firma del contrato y cincuenta por ciento (50 %) al inicio del evento. Servicios adicionales se facturan al terminar el evento.	

Km 5 Salida de Tunja hacia Villa de Leyva  
bosquesdeflorencia@gmail.com 320 345 56 72 / 313 296 56 93



**Anexo 6 cotización DPI**

CT N° 420



**Agencia Publicitaria**  
Diseño - Publicidad - Impresión

Nit:7187474-6



**Régimen Simplificado**

Señor (es):  
**constructora**  
**JISSEL CRISTINA AMADO ALVAREZ**

**Fecha:** 04 de mayo de 2018  
**Tiempo de entrega:** A Convenir  
**Forma de pago:** 50% INICIAL  
/ 50% CONTRAENTREGA  
**Validez de la cotización:** 30 días hábiles

Teniendo en cuenta la solicitud realizada por ustedes amablemente presento la siguiente lista de precios:

ELEMENTOS	CARACTERISTICAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
VOLANTES	Impresión en papel propalcote de 150 gramos (4x0) tintas Tamaño : Media carta	3000	\$100	\$300.0000
AFICHES	Propalcote (150 grs) 4x0 tintas Tamaño: ¼ Pliego	500	\$600	\$300.000
BOTONES	5.5 Cm Diámetro	500	\$1.000	\$500.000
TARJETAS DE PRESENTACION	Propalcote 240 grs plastificado mate U.V (9x5cm)	1000	\$120.000	\$120.000
PENDON	(2x1mts) Banner (13oz) (1440 dpi alta resolución)	1	\$40.000	\$40.000
PORTAFOLIO DE SERVICIOS	PROPALCOTE (60X30CM)	3	\$45.000	\$135.000
VINILO ADHESIVO	Logos (3x3cm)	40	\$1.000	\$40.000

Cra 13A # 19-41 (Tunja - Boyacá) / 7441088 - 3123695129  
dpitunja@gmail.com

**TOTAL | \$1.435.000**



**JAVIER GIOVANNI ACOSTA CAÑAS.**  
C.C.: 7.187.474 de Tunja (Boyacá)

Firma y sello del cliente