

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EMPRESA DEDICADA A LA
COMERCIALIZACIÓN VIRTUAL DE SERVICIOS PARA LA ORGANIZACIÓN DE
EVENTOS - CREATIVITY EVENT ON-LINE

LEIDY DAYYANA ALMANZA ROMERO
JOHANA CAROLINA MOLINA RAMIREZ
WINNY KARINA PRADA RIVERA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
BOGOTÁ
2016

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EMPRESA DEDICADA A LA
COMERCIALIZACIÓN VIRTUAL DE SERVICIOS PARA LA ORGANIZACIÓN DE
EVENTOS - CREATIVITY EVENT ON-LINE

LEIDY DAYYANA ALMANZA ROMERO
JOHANA CAROLINA MOLINA RAMIREZ
WINNY KARINA PRADA RIVERA

PROYECTO EMPRENDEDOR

ASESOR PROYECTO EMPRENDEDOR
ÁNGELA MARCELA CHAVES
LÓPEZ

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
BOGOTÁ
2016

Nota de aceptación

Presidente de jurado

Jurado

Jurado

BOGOTÁ D.C.DICIEMBRE 5, 2016

Dedicado a nuestra familia por acompañarnos

Durante el proceso de desarrollo del proyecto.

Agradecimientos

Expresamos nuestros agradecimientos a la profesora Marcia Ivonne Lara Silva, puesto que fue la persona encargada de que esta empresa de Creativity Event On-Line naciera por medio de una materia de Formulación de Proyectos en la cual se tenía que plasmar una empresa innovadora, dándonos la base para implementar este proyecto y asimismo haciendo que nuestra visión y perspectiva creciera frente al mercado de la Administración Turística y Hotelera; También le damos agradecimientos a cada uno de nuestros miembros familiares, los cuales nos apoyaron en cada una de las circunstancias difíciles del proyecto y finalmente a nuestra tutora de proyecto, puesto que fue nuestro guía para el desarrollo de este proyecto empresarial.

Tabla de contenido

1.	Justificación y antecedentes del proyecto.	22
1.1.	Antecedentes	22
1.2.	Justificación	25
1.3.	Planteamiento del problema	27
1.4.	Canvas Creativity Event On-line	27
1.5.	Análisis del sector	31
1.6.	Innovación	36
2.	Viabilidad del producto en el mercado	38
2.1.	Análisis sectorial de la estructuración del mercado	40
2.2.	Objetivos que persigue el producto en el mercado	42
2.3.	Descripción técnica del Producto y/o servicio.	42
2.4.	Determinación de la demanda actual y potencial	43
2.5.	Determinación de la oferta actual y potencial	47
2.6.	Identificación de la competencia (Directa e Indirecta)	49
2.7.	Análisis diagnóstico de la estructura actual del mercado	54
2.8.	Estrategias y canales de distribución	56
2.9.	Análisis y estrategias de precios	57

	7
2.10. Esquemas de promoción y campaña publicitaria	58
2.10.1. Esquemas de promoción	58
2.10.2. Esquemas de campaña publicitaria	60
2.11. Diseño y desarrollo conceptualizado y contextualizado de la imagen corporativa de la empresa	62
2.11.1. Logo	62
2.11.2. Brochure	64
2.12. Ciclo de vida del producto	65
2.13. Mercado objetivo y nido de mercado	67
2.14. Definición de canales de distribución	68
2.15. Fijación de precios.	69
2.16. Análisis de competidores	70
2.17. Proyección y Pronóstico de ventas.	72
2.18. Objetivos financieros a corto, mediano y largo plazo	76
2.19. Especificaciones técnicas del prototipo.	77
2.20. Componentes y elementos del plan de tecnología.	78
2.21. Focus Group	83
2.22. Piloto de comercialización	88
3. Viabilidad técnica	89

	8
3.1. Ficha técnica del producto.	89
3.2. Descripción del estado de desarrollo del producto	91
3.3. Diseño de producto	91
3.4. Diagrama de flujo	92
3.5. Diagrama de proceso.	94
3.6. Sistema de producción.	96
3.7. Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología).	97
3.8. Procesos de control de calidad, proveedores y cadena de producción.	98
3.9. Plan de producción	100
3.10. Manejo y selección de proveedores	105
4. Viabilidad administrativa y organizacional	107
4.1. Organigrama: Presentar los diferentes roles de manera lógica y estructurada.	107
4.2. Misión, Visión y Objetivos.	110
4.2.1. Misión	110
4.2.2. Visión	111
4.2.3. Objetivos Generales	111
4.2.4. Objetivos Específicos	111
4.3. Recursos humanos: proceso de reclutamiento y selección.	112
4.4. Entrenamiento, número de empleados, descripción de funciones y remuneración.	113

	9
4.5. Comunicación interna	114
4.6. Análisis DOFA	116
4.7. Características de la propiedad intelectual y de patentes, en caso de necesidad	118
4.8. Fortalezas y debilidades del equipo actual	119
4.9. Plan de implementación	121
4.10. Plan de compras	121
4.11. Entes y/u organismos que apoyen la gestión y desarrollo del proyecto	122
5. Viabilidad financiera	125
5.1. Objetivo a corto, mediano y largo plazo	125
5.2. Estados de Ingresos y Egresos	125
5.3. Análisis de costos y gastos	125
5.4. Inversión inicial y retorno sobre la inversión.	125
5.5. Flujo de efectivo e indicadores financieros.	126
5.6. Estados financieros y Balance General.	126
5.7. Análisis de sensibilidad e índices financieros.	126
5.8. Fuentes de apoyo financiero	126
6. Viabilidad legal	127
6.1. Constitución y legalización de la empresa	127
7. Viabilidad social	128

7.1. Delimitación del proyecto en el plan de productividad y competitividad Colombia 2019-2032	128
7.2. Impacto económico.	130
7.3. Impacto social.	131
7.4. Impacto ambiental en la región.	131
8. Validaciones	131
8.1. Validación Técnica	131
8.2. Validación Financiera	132
8.3. Validación Comercial	132
9. Conclusiones y recomendaciones	133
10. Bibliografía	135
11. Anexos	137

Lista de tablas

Tabla N°1 valor agregado (innovación)

Tabla N°2 Análisis sectorial de la estructuración del mercado

Tabla N°3 Competencia directa e indirecta

Tabla N°4 Análisis diagnóstico de la estructura actual del mercado

Tabla N°5 Proyecciones de ventas (instalación y capacitación)

Tabla N°6 Proyecciones de ventas (Afiliación o mensualidad)

Tabla N°7 Descripción del prototipo

Tabla N°8 Software

Tabla N°9 Página web

Tabla N°10 Ficha técnica del Focus Group

Tabla N°11 Ficha técnica del producto

Tabla N°12 Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología)

Tabla N°13 Plan de producción - Sistema y procedimientos

Tabla N°14 Plan de producción - Planeación de producción

Tabla N°15 Plan de producción - Control de producción o entrega del producto

Tabla N°16 Manejo y selección de proveedores

Tabla N°17 Descripción de cargos

Tabla N°18 Análisis DOFA

Tabla N°19 Fortalezas y debilidades del equipo actual

Tabla N°20 Plan de implementación

Tabla N°21 Plan de compras

Tabla N°22 Organismos que apoyen la gestión y desarrollo del proyecto

Lista de figuras

Figura N° 1 modelo canvas

Figura N° 2 logo

Figura N° 3 Brochure

Figura N° 4 Focus group

Figura N° 5 Diagrama de flujo.

Figura N° 6 Diagrama de procesos

Figura N° 7 Cadena de producción

Figura N° 8 Organigrama

Figura N° 9 Proceso de reclutamiento y selección

Figura N° 10 Comunicación interna

Lista de anexos

Anexo 1. Encuestas y tabulación.

Anexo 2. Estado de ingresos y egresos.

Anexo 3. Análisis de costos y gastos.

Anexo 4. Inversión inicial y retorno sobre la inversión.

Anexo 5. Flujo de efectivo e indicadores financieros.

Anexo 6. Estados financieros y balance general.

Anexo 7. Análisis de sensibilidad e indicadores financieros

Glosario

Software: Herramienta tecnológica que reúne un conjunto de caracteres como; programas, instrucciones y reglas informáticas, permitiendo así ejecutar distintas tareas en un computador.

Hosting: Por medio de este se puede publicar la página web de Creativity Event On-Line, de este modo puede ser observada por los usuarios.

Dominio: Este representa las direcciones de las páginas web.

Evento: Es una actividad la cual reúne un grupo de personas para desarrollar una serie de actividades; existen diferentes tipos de eventos.

Simulador 3D: Es un sistema de computación la cual ayuda a observar un mundo virtual diferente al normal.

Tecnología: Es un conjunto de conocimientos y habilidades las cuales ayudan a solucionar algún problema.

Empresa: Conjunto de personas que tienen habilidades y conocimientos para desarrollar algún producto o actividad económica para obtener alguna utilidad económica.

Inventario: Conjunto de objetos de una empresa que ayuda a desarrollar la actividad económica que desarrolla.

Redes Sociales: Conjunto de páginas web por las cuales las personas puede dar a conocer sus opiniones y momentos.

Resumen

Dado que las tecnologías de la información y las comunicaciones son la herramienta esencial para hacer competitivos los negocios y que el sector de servicios para eventos sociales, es un mercado de gran demanda y crecimiento se pretende con este estudio de factibilidad, probar que la implementación de un negocio basado en la creación de un software que facilita la comunicación entre el asesor comercial de las empresas dedicadas a la creación de eventos y sus clientes mediante una plataforma en 3d, dicho software contiene información puntual sobre el inventario y las diferentes posibilidades de las empresas a la hora de ofrecer los servicios que el cliente pretende contratar, de esta manera la empresa de servicio y el cliente tendrá la seguridad de cuáles son las características y aspectos mínimos del producto contratado.

Es importante resaltar que la inclusión de las tecnologías en los negocios nacies mejor la transmisión de la información como lo demuestra el siguiente texto llamado las (“cinco ventajas de la tecnología en las empresas,” 2014), el cual afirma:

En la actualidad la apertura de muchas empresas al mundo digital ha provocado un cambio drástico en el modo de gestionar estas compañías así como en su forma de relacionarse con los clientes. Por ello, las empresas tienen la necesidad de aplicar las innovaciones tecnológicas que permitan mejorar su modelo de negocio en un mercado que es cada día más competitivo.

A su vez se tiene en cuenta cinco ventajas de la tecnología en las empresas que son: la reducción de costes, equipos muy productivos, diferenciarse de la competencia, expansión de la empresa, e información en tiempo real para la toma de decisiones; estas ayudan a las organizaciones a mejorar cada uno de los procesos internos, teniendo en cuenta características

como; innovación tecnológica, costes de la materia prima tanto de la operación y producción, estrategias para alcanzar los objetivos empresariales y actualización de información en tiempo real; estas ayudan al mejoramiento y el buen desarrollo de las empresas.

Por esta razón las empresas de hoy en día, deben estar actualizadas frente a todos los cambios externos de su empresa, y asimismo poder ser competitiva junto con otras empresas, la tecnología cada día se apodera más de las organizaciones, de este modo ayuda también a la reducción de los costos, minimización de tiempo en los procesos de fuera y dentro de las empresas, expansión de las compañías por medio de la innovación tecnológica, que podría abarcar un mejor mercado y a su vez, pueden contener información en tiempo real para así tomar mejores decisiones.

Es por estas razones, que esta nueva herramienta tecnológica que se desea sacar al mercado, es con el propósito de ayudar a dos partes importantes a la hora de iniciar la creación de un evento, que son los agentes comerciales y el cliente que adquiere los servicios, en ocasiones no existe la mejor comunicación y entendimiento a la hora atender cada una de las especificaciones y requerimientos que tiene el consumidor, pero si existiese una plataforma virtual donde los empresarios tuvieran la oportunidad de mostrar por medio de una pantalla, todas las opciones que podrían elegir a la hora de realizar el evento, sería más fácil llegar a un acuerdo mutuo entre vendedor y cliente, pero asimismo las empresas también tendrán una ayuda al proceso interno, puesto que para mostrar cada uno de los servicios y productos específicos que la empresa de banquetes ofrece, debe inventariar cada uno de sus productos y/o servicios, para ello también deben estar apoyados por los costos y demás factores para hacer entrega de una factura o realizar una cotización; de este modo la empresa también tendrá un control exhaustivo de lo que sale y entra de su materia prima.

Finalmente se puede concluir, que las organizaciones accedan a una herramienta tecnológica, la cual pueda ayudar en los procesos de la compañía y aunque esta herramienta tiene el propósito de colaborar en la comunicación, igualmente será un software personalizado, aunque sea la misma plataforma para los todos los clientes (empresario), el desarrollo y el buen uso de las herramientas que este contiene depende de lo que tiene las organizaciones de eventos, con el objetivo final de obtener una simulación 3D y en directo para luego traerlo a la vida real, los cuales también serán con los productos y/o servicios que prestan en dichas empresas.

Introducción

El objetivo de las empresas de eventos es, cumplir a cabalidad las necesidades de cada uno de los clientes, basándose en un presupuesto inicial para el buen desarrollo de dicho evento, sin importar la temática del mismo.

Los asesores no poseen el control de la logística del evento por tanto solo se limitan a consolidar la venta y esto produce que haya complicaciones e insatisfacción en el cliente final; el siguiente estudio busca simplificar las tareas entre asesor comercial de la empresa de eventos y el cliente final para facilitar la organización y ejecución del evento que este desee; se hará apoyados en la tecnología y la implementación de las tecnologías de la información para hacer grata la experiencia y dejar a la imaginación del cliente las posibilidades aumentando el estado de satisfacción.

Para entender un poco mejor se usará la palabra customizar, que aunque no forma parte del diccionario de la real academia española, en nuestra lengua se usa como una referencia a modificar algo de acuerdo a las preferencias personales, lo cual se pretende hacer con el software Creativity Event On-line en el mercado, pues se encuentra una problemática, la cual es: “la comunicación entre empresas de eventos y el cliente final no es la adecuada”, y por ello pueden haber inconvenientes en la realización de un evento; lo cual representa una pérdida para las empresas de eventos.

Objetivos

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad en términos de generación de ingresos, análisis de mercado objetivo, introducción de nuevas tecnologías en empresas dedicadas a la organización y ejecución de eventos de todo tipo, tales como religiosos, sociales, deportivos, empresariales, entre otros en la ciudad de Bogotá.

Objetivos específicos

Realizar un estudio de mercado que permita identificar el mercado objetivo, y así garantizar la viabilidad de la idea de negocio propuesta en este trabajo.

Identificar si el software planteado en este trabajo sería implementado por los establecimientos dedicados a la elaboración y ejecución de eventos en la ciudad de Bogotá.

Determinar el mejor modelo de negocio para lograr rentabilidad con la implementación de un software especializado para las empresas de eventos en la ciudad de Bogotá.

Objetivo de la idea de negocio

Generar una herramienta tecnológica innovadora para el mercado de eventos, facilitando el trabajo entre un asesor comercial y el cliente, como también ayudando a la toma de decisiones por medio de la simulación 3D.

Objetivos específicos idea de negocio

Saber cada una de las preferencias de los diferentes clientes para así adecuarnos a sus facilidades y gustos.

Identificar la importancia que tiene un software a la hora de facilitar tareas específicas, como es la creación de un evento en especial.

Conocer los beneficios que trae el implementar nuestro software, a la hora de hacer un evento sin importar su complejidad.

Identificar posibles aliados estratégicos, con el fin de generar más productividad y utilidades a la hora de usar nuestro software.

Estudio de factibilidad para empresa dedicada a la comercialización virtual de servicios para la organización de eventos - Creativity Event on-line

1. Justificación y antecedentes del proyecto.

1.1. Antecedentes

Con el presente apartado se pretende dar a conocer como los eventos a través del tiempo han sido parte de la cultura de los seres humanos durante mucho tiempo y como estos se han mantenido hasta la actualidad.

Los eventos se evidencian durante hace mucho tiempo, donde las personas tenían la necesidad de reunirse e intercambiar conocimientos, económica, socialmente y culturalmente; como lo aclara el texto definiciones y tendencias del turismo de eventos, comenta:

Los eventos surgen como un reclamo de la sociedad que necesita reunirse por razones de asociarse en un determinado entorno geográfico, en colectivos y grupos. Son un hecho económico y cultural que permite un intercambio social, técnico, profesional y científico. (Aguero, 2007, p.1).

Por medio de esta cita, se identifica que los eventos vienen desde el tiempo de la Edad Media, donde las personas tenían que movilizarse de un lugar a otro para intercambiar e interactuar con sus familiares o en su mayoría por motivos comerciales, deportivos y religiosos.

Estos viajeros ayudaban en tres aspectos importantes en las ciudades a las que asistían; la primera es a la economía pues aumentaba con las ventas de las casas que prestaban el servicio de alojamiento, así mismo, también ayudaban por medio de la compra de objetos y comida; y por último, ayudaban a dar a conocer la cultura del lugar que visitaban, de este modo corrían los

rumores entre las personas y los viajeros lo bueno que era visitar dicha ciudad.

Pero a mediados de la segunda Guerra Mundial, el turismo de eventos cogió más fuerza, haciendo que la movilización fuera más fuerte, es decir, se habla de masas de personas movilizándose por todas partes del mundo y así mismo aumentaron los motivos de viaje y reuniones. Por esta razón, se obtiene al primer agente de viajes llamado Thomas Cook en 1841 moviendo a 540 viajeros a un evento de convención para alcohólicos, cobrando un cenil por viajero de ida y regreso.

De esta forma después de la Segunda Guerra Mundial esta clase de eventos se volvió masivo y tomó mucha fuerza; como lo afirma en el texto definiciones y tendencias del turismo de eventos, este comenta:

Después de la segunda guerra mundial el turismo se transformó en un fenómeno masivo, en medio de un ambiente relativamente pacífico, Los avances en las comunicaciones y el disfrute del tiempo libre hizo posible su desarrollo. A lo anterior se agregan las innovaciones tecnológicas en el transporte. Con el desarrollo de la aviación comercial se flexibiliza el derecho aéreo y en 1945 se fundó la Asociación Internacional de Transporte Aéreo. (Aguero, 2007, p.7).

Gracias a esta gran fortaleza que acogió el turismo de eventos, este nicho de mercado se volvió muy importante y asimismo los inversionista obtuvieron un lugar en donde invertir su dinero e incrementarlo, con nuevas ideas para satisfacer la necesidad de sus viajeros obligando así, al gremio a cada día ser mejor en los servicios, pero a su vez ofreciendo nuevos productos o viajes para adquirir algo diferente a lo común.

Por consiguiente, la comercialización de los destinos donde las personas asistían

frecuentemente, ayudaba a que las ciudades mejorarán su infraestructura, carreteras, también mostraban la comida, bailes y música típica, haciendo que toda esta demostración peculiar de su forma de vida se convirtieran en atractivos turísticos y de este modo la movilización en masas de viajeros.

Por otro lado, los ingenieros, mecánicos, entre otros, tuvieron que implementar diferentes tecnologías para facilitar el trabajo, por ende el mejoramiento de las instalaciones donde los viajeros pernoctaban tenían que ser de calidad, aun así también debían tener en cuenta los medios de transporte, los cuales con el tiempo disminuyeron, el tiempo de viaje debido a que existían más opciones que viajar por mar o tren.

Los diferentes motivos de viaje que existían eran muchos, pero aun así, los eventos que ayudan a la movilización de viajeros para la época, son los congresos y convenciones, debido al aporte de divisas que presentaba y finalmente a la capacidad de volumen de masas que podía mover; aunque estas personas aún no sabían lo que estaban logrando con esta clase de encuentros, comenzaron a construir entidades para los diferentes grupos, como lo afirma el texto definiciones y tendencias del turismo de eventos, (2007) afirma: “En Europa se fundaron los Palacios de Congresos, que en defensa de sus intereses crearon los centros nacionales y más tarde se unieron en la Fédération Europe en des Villes des Congrès”(p.18). De este modo no solamente en Europa comienza esta clase de eventualidades sino también comienza en el mundo entero, precisamente a dialogar el cómo realizar y organizar esta y muchas clases más de eventos que existen en el mundo, para una mejor organización y desarrollo del mismo.

Finalmente, en esta sección identificamos que los eventos al pasar el tiempo han evolucionado y no son tarea fácil pues la planeación y organización de estos requiere mucho

tiempo y no todas las personas son buenos organizadores.

Por otro lado según el documento desarrollo del software y el plan de negocios del producto e-fiestas para la planificación y administración de eventos, comenta que:

Existe un gran número de programadores, que trabajan de manera independiente y también hay empresas dedicadas al desarrollo de software tradicional que es enfocado al área de aplicaciones contables, bancarias y de recursos humanos. Sectores como el de la organización de eventos no han sido debidamente atendidos (Coronado, Camposano, Murrieta y Napoleón, 2004, p.6).

Entonces, se evidencia que el software que se presenta en este documento logra suplir la necesidad del mercado, y a su vez se convierte en una oportunidad de emprender con una nueva idea dentro del mismo.

1.2. Justificación

En este presente trabajo se quiere ver la viabilidad de dos aspectos importantes: empresa de eventos vs tecnología, para las empresas grandes y microempresas, no es fácil adaptarse a la nueva tecnología que sale al mercado, lo que estas no ven al no querer implementar estas herramientas, es la facilidad y minimización de trabajo que puede existir en el ambiente laboral y la ayuda económica que puede existir dentro de las micro y macro empresas a la hora de implementar esta clase de ayudas tecnológicas, como también la facilidad de la toma de decisiones.

Pero para el mejoramiento y crecimiento de las compañías, es importante la implementación de las mismas para mayor organización dentro y fuera de esta. Así mismo una vez incorporado y adaptado a las nuevas herramientas tecnológicas, es indispensable las constantes actualizaciones sobre las mismas y que cada uno de los empleados estén atentos de esta clase de

eventualidades.

De este modo se puede incluir el tema de innovación tecnológico empresarial, para una mayor competitividad frente a otras empresas, pues teniendo un valor agregado diferenciador, hará que los clientes se inclinen por dicha empresa, como se puede evidenciar en el texto gestión tecnológica, comenta:

La tecnología como conjunto de conocimientos configura un sistema con sus propios procesos y su propia dinámica, en el que las innovaciones son los principales agentes de cambio. Son las innovaciones, como acciones sistemáticas e intencionales para introducir cambios o novedades, los elementos que están en la base de la dinámica de este sistema. Dinámica que se expresa en nuevos o mejores productos o procesos y nuevos mercados, pero también en nuevas actividades humanas o formas diferentes o mejoradas de hacer actividades ya establecidas. Innovaciones que son el resultado de la incorporación novedosa de conocimientos en las actividades humanas (García, 2013.p.9).

Si hoy en día se tiene gran variedad de empresas dedicadas a los eventos, independientemente la inclinación en la que se encuentren, es decir, eventos empresariales, sociales, convenciones, de congresos entre otros; se puede mezclar la tecnología para una mayor organización y una mejor ejecución del evento, por medio de las diferentes innovaciones que se están realizando con la información existente dentro del mercado, es necesario implementar un software para la ayuda de minimización de tiempos y mayor organización para cada uno de los eventos que tienen las empresas, ayudando así a tener un control más estricto de los procesos y la información que se maneja en un evento, que por otro lado también los agentes de venta tendrán más claro que podrán vender. Pero asimismo se evidencia que hoy en día, así como existen ayudas

inclinados a los trabajadores internos, se evidencian comienzos de plataformas virtuales para ayudar al mejoramiento de la comunicación entre agentes de venta y cliente, adquiriendo una mejor información sobre los sitios del desarrollo del evento, comidas y decoraciones.

En conclusión podemos identificar que al transcurrir el tiempo las herramientas tecnológicas se hacen cada vez más necesarias en el entorno empresarial, por ello se desea implementar una herramienta tecnológica como lo es un software en las diferentes empresas dedicadas a la organización y ejecución de todo tipo de eventos de la ciudad de Bogotá.

1.3. Planteamiento del problema

Las empresas dedicadas a la organización y ejecución de eventos de la ciudad de Bogotá ofrecen sus servicios a los usuarios por medio de un catálogo de fotos o video, lo cual no permite que haya una idea real o clara de lo que se va a disponer para cada usuario dependiendo del evento que este necesite; por esto se identifica en el mercado la siguiente problemática: la falta de comunicación entre las empresas prestadoras de servicios de eventos y el usuario final y lo que este desea para el día de su evento.

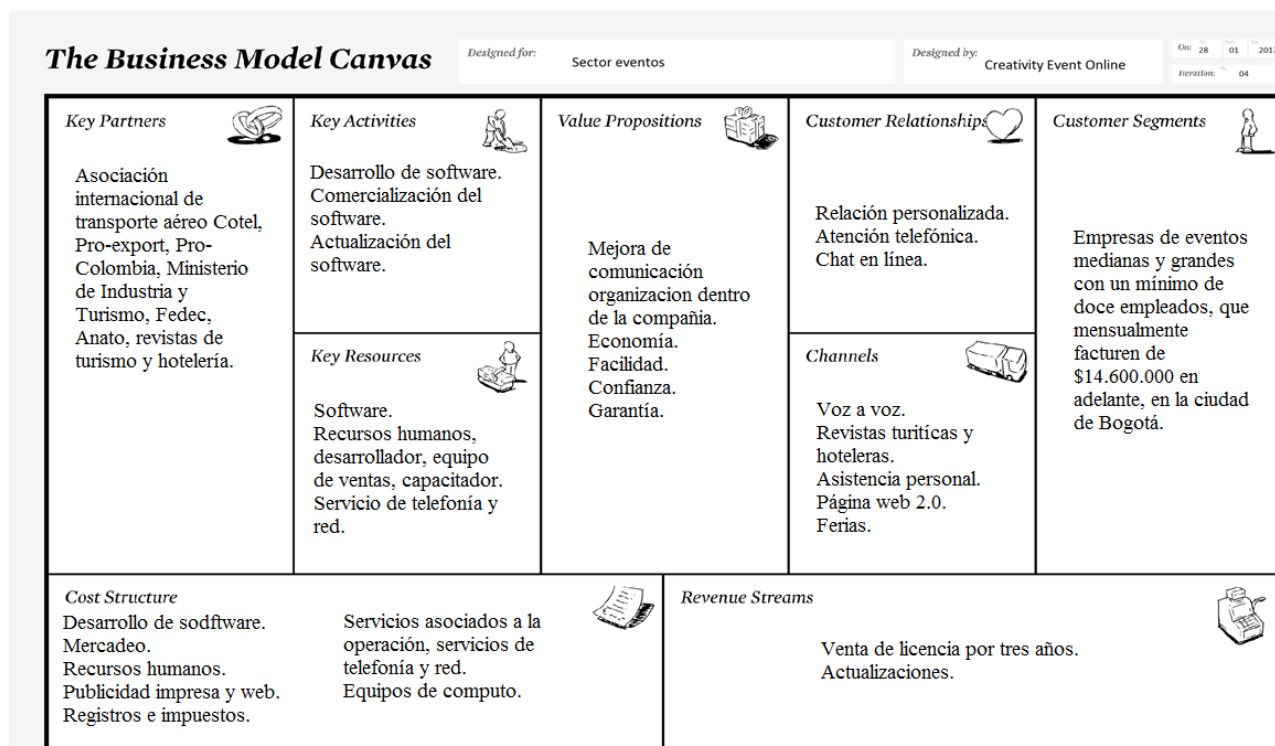
1.4. Canvas Creativity Event On-line

En el siguiente apartado se da a conocer el siguiente gráfico de cada uno de las partes que constituye el CANVAS para la empresa Creativity Event On-line.

De este modo también se da a mostrar una breve y concisa explicación de cada uno de los mismos.

Figura N° 1

Modelo canvas



Nota: Diseño gráfico tomado de www.businessmodelgeneration.com.

Segmentos de clientes

Empresas de eventos, que se dediquen a la realización y coordinación de eventos en la ciudad de Bogotá, y que deseen mejorar la comunicación entre sus agentes comerciales y los clientes finales.

En la ciudad de Bogotá la principal actividad económica de los empresarios, según cifras de la Cámara de Comercio es del 53% de empresas de servicios, las cuales también están registradas en el grupo de otras actividades de servicios, que es donde se encuentran clasificadas las empresas de eventos.

Teniendo estos datos en cuenta Creativity Event On-Line se dirige a empresas medianas y grandes con un mínimos de 12 empleados, que mensualmente facturen de \$14'600.000 en

adelante, para que así estas empresas puedan hacer uso del servicio que se ofrece, sin importar que tipo de evento manejen o a que público estén dirigidas.

Propuesta de valor

Un software que mejora la comunicación entre el agente comercial y el cliente donde el cliente final podrá acceder a todos los detalles del evento en 3d y así mismo todos los productos que la empresa le ofrece, las empresas tendrán control de la materia prima disponible dentro de su organización y de sus productos.

El software es un software de venta, inventarios, financiero y facturación, gracias al software de eventos de Creativity Event On-Line los asesores comerciales tienen una mejor comunicación con sus clientes.

Por medio del simulador 3D que tiene este software, los clientes finales pueden observar no solamente una vez el evento creado sino muchas veces donde dicho cliente puede tomar la mejor decisión para el evento.

Canales de distribución.

Voz a Voz.

Revistas de turismo y hotelería, tales como: Revista Turismo & Tecnología, Hotel news Colombia y Portafolio.

Redes sociales, como lo son: Facebook, twitter, instagram, Google Plus, Skype.

Asistencia personal.

Relación con el cliente

Comunicación constante directa

Diseño en línea

Capacitación y asesoría post venta

Fuentes de ingresos

Compra del software

Mensualidad por uso del software

Servicios adicionales como entrenamientos personales en el uso del software

Recursos claves

Físicos: computadores, internet, hosting, dominio y almacenamiento en la nube para datos del software, muebles y enseres, cámara fotográfica, implementos de papelería y aseo.

Intelectuales: marca, derechos de autor, bases de datos de clientes y know how en el tema de eventos de parte de las creadoras del proyecto.

Humanos: programador, contador, personal en ventas, personal en capacitación.

Actividades claves

Desarrollo de software.

Venta de Software.

Instalación de software.

Comercialización de software.

Capacitación y actualización en el uso del software.

Investigación y desarrollo.

Gestión Financiera.

Gestión Administrativa.

Gestión comercial.

Gestión con el cliente.

Socios claves

Proveedores de tecnología, tales como: Heinsohn Business Technology y Consensus consultores en tecnología informática S.A.S.

Empresas públicas y privadas de turismo y hotelería, como lo son: Ministro de Comercio, Industria y turismo, Cotelco, Anato, Acodres (Asociación Colombiana de Industria Gastronómica), Fedec (Federación Colombiana Ecoparques, ecoturismo y turismo de aventura), Proexport, Fondo Nacional de turismo y el IDT.

Revistas de turismo y hotelería que tengan que ver con la creación de eventos, tales como: Revista Turismo & Tecnología, Hotel news Colombia y Portafolio.

Estructura de costos

En el siguiente apartado se encuentra la estructura de costos de Creativity Event On-line.

Desarrollo del software, honorarios Ingeniero, servicios públicos, servicio de transporte, capacitadores, vendedor, Tablet y computadores.

1.5. Análisis del sector

En este presente apartado se quiere dar a conocer los antecedentes que tuvo la industria de eventos, el cual está muy relacionado con el sector turístico, debido a que la movilización de los viajeros hacen que existan reuniones con diferentes motivos. Estas clases de acciones vienen desde hace mucho tiempo atrás, donde solamente existían muy pocos motivos de viaje pero aun así movía la economía de cada una de estas ciudades. Por ende se da a conocer, sobre el sector de Latinoamérica con el fin de evidenciar los antecedentes de los eventos, por consiguiente según el texto llamado Amadeus, comenta:

Además de Brasil, los mercados regionales más fuertes son: México, Colombia, Perú, Chile

y Argentina. América del Sur como un todo, mostró una tasa de crecimiento de un 0,7% en 2014. Ya en América Central, incluyendo el Caribe, se expandió un 3,7%, sobre todo México, que creció un 2,1% en el año. La industria de los viajes de negocios también ha crecido un 7,2% en América Latina, en los últimos años. Los países de la región con una mayor relación entre los viajes de negocios y su producto interno bruto son: Brasil, México, Argentina, Colombia, Chile, Venezuela y Perú. De los costos de viaje, el ítem autos es considerado prioridad para el 6% de los entrevistados, lo que indica que hay un gran potencial de crecimiento en ese rubro (Amadeus, 2015.p.2)

En esta cita se puede evidenciar que en Latinoamérica, tiene una gran fuerza en el turismo, el cual tiene relación con el turismo de negocios, indicando que ayuda a la economía de los países como lo son: Brasil, México, Colombia, Perú, Chile y Venezuela, donde estos tienen un gran aporte en el rubro interno bruto puesto que tiene un aumento de crecimiento del 6%; sin dejar de lado cada uno de los productos turísticos que promocionan estos países, aclarando que tienen productos diferenciadores que hay entre ellos, lo cual llama aún más la atención de los turistas.

El turismo está muy ligado con el tema de eventos, el cual es el que nos concierne en este proyecto, ejemplos claros como los son las islas margaritas también lo son en Colombia y Brasil los cuales se caracterizan por tener uno de los primeros puestos en flora y fauna, que para los turistas podría ser un atractivo turístico bastante llamativo a la hora de realizar sus vacaciones en ambiente naturales, que conlleva al turismo de naturaleza que incluso está rodeado de características como el avistamiento de aves, donde reúnen a un grupo de viajeros para esta clase de actividades, de cualquier modo tiene una preparación logística debidamente planeada con anterioridad.

Por consiguiente es bueno aclarar, que para el buen desarrollo de cada una de estas actividades la tecnología es indispensable, a la hora de que los turistas tengan una experiencia inolvidable, esto conlleva no solamente a los turistas, sino también a los agentes comerciales, puesto que es importante para la minimización de tiempo, tanto del agente como del cliente llevar a cabo la creación y ejecución del evento. Esto lleva a que se hable de Colombia puesto que es un país el cual se encuentra muy atrasado en la tecnología, comparado con otros países desarrollados, por ende en este proyecto de investigación, los llevan a preguntarse, ¿Cómo afectaría la tecnología al buen desarrollo de cada uno de los eventos existentes?.

Para ser un poco más claro en el tema de antecedentes y asimismo responder la pregunta que el grupo de emprendedores se realizó, se cita el texto llamado (“Colombia crece como destino de turismo corporativo,” 2013), comenta:

Ubicada en el puesto 29 en el mundo, en el cuarto en América Latina y con ciudades como Bogotá, Cartagena y Medellín entre las primeras 85 del orbe, Colombia sigue creciendo en materia de turismo de eventos y convenciones. Así se desprende del último escalafón dado a conocer por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (Icca), que analizó los eventos de los países en el 2012. El primer lugar lo ocupa Estados Unidos, con 833 eventos realizados; seguido de Alemania, España, Reino Unido, Francia, Italia, Brasil, Japón, Nueva Zelanda y China. En América Latina, el escalafón lo componen Brasil, con 360 eventos realizados y séptimo en el mundo, seguido por Argentina, México, Colombia y Chile (Desconocido, 2013, p.5).

A pesar de que Colombia se encuentre en una posición no muy lejana, de obtener los primeros puestos de turismo de eventos y convenciones, nos da una alerta positiva de corregir

todos los errores que se cometieron en su debido momento, a la hora de realizar cada una de esta clase de actividades. Llevando a mirar que tan buenas han sido las ejecuciones de estas mismas y con la minimización de tiempo, el cual puede ser obtenido con la ayuda de la tecnología; Colombia muestra ser capacitado para la ejecución de esta clase de eventos, cada año que pasa tiene la capacidad suficiente para demostrarles a sus clientes (los turistas con intereses de realizar un evento) que si pueden lograrlo, puesto que tiene todos los motivos de llamar la atención y cumplir cada uno de sus necesidades; como por ejemplo Medellín cada día mejora en el turismo de salud por medio de la estética, lográndolo por medio de la evolución tecnológica y mano de obra de calidad, como por otro lado Chocó y Amazonas con el mejoramiento de los estudios académicos inclinados a la Administración Turística y Hotelera, apoyados por el SENA dando certificaciones de guías turísticos y aprobando sitios de alojamiento indicados para prestar el servicio, haciendo que grupos de turistas se reúnan a realizar algún tipo de evento natural y por último, sin dejar de lado la capital, Bogotá llama aún más la atención de viajeros con motivos de realizar negocios, existen hoteles que tienen condiciones adecuadas para las reuniones, de esta clase de ejecutivos y lograr sus cometidos en días estipulados por las empresas, como también restaurantes y salones que tienen el personal adecuado para la atención que se merecen este tipo de turistas de negocio.

Para profundizar un poco más en el tema de se cita del texto llamado informe ejecutivo de gestión del IDT, comenta:

En el periodo comprendido entre el 2011 y el 2015 (proyectado para el último trimestre) se alcanzó un crecimiento del 42.86 % en la llegada de turistas internacionales a la capital, pasando de 878.774 en 2011 a 1.255.226 a 31 de diciembre de 2015 (IDT, 2015, p.6).

Por medio de esta cita se da a conocer el posicionamiento actual de Bogotá, con los ingresos

internacionales que obtuvo en el año 2015 gracias a los turistas, accediendo así a ingresos anuales 1.255.226 de turistas, pasando las metas de años anteriores.

Ahora bien, por medio de estas cifras se puede evidenciar también la ayuda que tienen, por ejemplo esta clase de entidades (IDT) para cada uno de los eventos existentes dentro de la capital (Bogotá); esto obliga a que las personas que asistan a los turistas, sean personas profesionales y expertas a la hora de realizar estas actividades, como se evidencia en el texto informe ejecutivo de gestión del IDT, comenta:

Durante el transcurso de la Bogotá Humana el IDT continúa su labor promocional bajo el marco de la campaña "Bogotá, Supera tus expectativas", en este sentido, se ejecutó el plan de medios aprobado para la temporada de Semana Santa, cuyo mensaje se enfocó en los atractivos religión y Festival de Teatro principalmente, así mismo tuvo presencia en eventos como ATP 250, Río +20, alimentarte y los premios World Travel Awards. En lo correspondiente a medios de televisión y escritos, tuvo participación en la separata de turismo de negocios de la revista dinero en las emisiones de junio y noviembre de la revista LAN y cuñas radiales con Caracol (IDT, 2015, p.10).

En esta cita, se muestra la participación que tuvo el IDT en cada una de los eventos que hay en Bogotá, mostrando así el número de turistas internacionales, nacionales y locales que puede existir, como también el crecimiento de la economía que tiene la ciudad por medio de estos eventos, claro está, sin dejar de lado los eventos sociales los cuales también aportan a la economía de la ciudad, donde también las personas locales de la ciudad les es muy importante y necesario celebrar todo tipo de reuniones como los son: bodas, cumpleaños, grados, aniversarios entre otros, los cuales también necesitan de la innovación tecnológica para la buena organización, control y

ejecución de dicho evento.

1.6. Innovación

Un software que mejora la comunicación entre el agente comercial y el cliente donde el cliente final podrá acceder a todos los detalles del evento en 3d y así mismo todos los productos que la empresa le ofrece, las empresas tendrán control de la materia prima disponible dentro de su organización y de sus productos.

En la siguiente tabla, podrá observar los software que ya existen en el mercado para la creación de un evento; la mayoría de empresas de eventos, utilizan estos programas para facilitarles el trabajo a sus empleados y también los procesos internos de la organización, Lo cual indica, que estos software están inclinados solo a las empresas y sus necesidades y no propiamente a las del cliente o comprador del evento.

Tabla N°1

Valor Agregado (innovación)

Software
Arpón Win: Salón es una herramienta para la gestión de salones y eventos que permite un buen manejo del tiempo y mejor control de las actividades y de los espacios. Permite seleccionar salones, número de personas, tratos preferenciales, elección de menú, selección y arrendamiento de equipo como proyectores, música, video, tiempos de reservaciones, estatus de reservaciones, depósitos, etc.
Reunalia.com: Es una página web que ayuda a los creadores de eventos por medio de formularios de inscripción, invitaciones y publicidad.

Scheduleone: Es una herramienta más completa y orientada a profesionales y empresas que precisan una gestión completa de todas las citas y reuniones de trabajo en una única plataforma. Entre otras opciones.

Meetifyr: Es uno de los sistemas más sencillos para organizar encuentros personales, al disponer de un entorno gráfico muy visual. Cada reunión se completa con "Qué", "Cuándo", "Dónde", así como con un listado de personas invitadas y una encuesta con propuestas de calendario para elegir la mejor fecha para todos los participantes.

TimeBridge: Es una herramienta para organizar reuniones profesionales, aunque también puede usarse para encuentros personales. El organizador elige cinco propuestas de convocatorias y después envía un enlace al resto de participantes para elegir la mejor fecha. Cuenta con una característica muy interesante para recordar de forma automática a los participantes, mediante correo electrónico o SMS, la fecha, hora y lugar de la reunión. De esta forma, el programa ayuda a los participantes a recordar la cita fijada en el calendario (Delgado, 2014).

Nota: Elaboración propia (2016).

Por medio de la anterior tabla, se evidencia el gran número de software existente dentro del mercado, los cuales están inclinados a ayudar los procesos internos (back office) de la compañía.

Por esta razón, este equipo emprendedor decide innovar mediante un software tecnológico mejorado, es decir, en el mercado ya existen software para la organización de eventos y banquetes que solamente el personal capacitado de las empresas puede manipular, por ende nuestra empresa virtual permitirá que tanto los compradores del evento como el asesor comercial de una empresa de eventos, tengan la posibilidad de manipular y crear un evento inolvidable.

Por otro lado el valor agregado de nuestro proyecto es, hacer que el comprador del evento

visualice, y logre experimentar su evento antes de su ejecución, por medio de un simulador 3D que el software tendrá integrado, y así lograr una conexión emocional con él y eliminar cualquier duda que se tenga con respecto al evento.

2. Viabilidad del producto en el mercado

Siempre existirá una forma de celebración para las personas, por ende para conocer sobre este nuevo proyecto, es importante definir que es un evento, según el ABC comenta: “Un evento es una actividad social determinada, un festival, una fiesta, una ceremonia, una competición, una convención, entre otros, y que ya sea por las personas que acudirán a la misma o por el valor y la carga emotiva que le ponga a una de estas”. (ABC, 2015).

Este grupo emprendedor inicia con la definición de ¿Qué es un evento?, dentro del conocimiento de mercados de eventos existen una gran variedad de significados, pero la definición más certera para la creación de este proyecto es el ABC por ello teniendo en cuenta la anterior cita, se puede concluir que, siempre se va a encontrar la necesidad de celebrar las ocasiones especiales de las personas, pues esto les permite conectarse con los seres queridos y celebrar el momento especial, por otro lado se encuentran los eventos empresariales, que tienen un motivo de celebración dentro de la cultura organizacional y fechas importantes para las empresas, de este modo no se deja de lado las festividades tradicionales con temáticas religiosas, deportivas o culturales que para la sociedad son importantes y hacen parte de ellos.

A continuación se evidenciará el caso del estudio de la empresa española Beroni informática en el año 2010, la cual: Se dedican al desarrollo de software de agencias de viajes (AA.VV) y organizadores profesionales de congresos (OPC), después de realizar un estudio de la situación actual del software especializado para el sector de OPC de Colombia, llegó a la

conclusión de que todos los software existentes pertenecen a empresas extranjeras y que Colombia posee un gran mercado, que se encuentra interesado en adquirir este tipo de software que puede solucionar brechas de comunicación entre las empresas y sus compradores.

Se toma como referencia el estudio de Beroni informática, para dar una demostración simple de los software comunes que existen dentro del mercado de eventos; la mayoría de software existentes son desarrollados para facilitar el trabajo en los procesos internos que hay dentro de la organización, lo que indica que no está mal, pues la facilidad en la realización de las tareas, la flexibilidad y la rapidez, a la hora de dar una información específica a sus clientes, por medio de los software indican que son de gran ayuda y no solamente para el empleador sino también para la organización.

Como se indicó anteriormente, esta clase de software creados por Beroni informática ayudan a facilitar el trabajo, por ende existe comunicación de cada uno de los procesos internos, pero al momento del manejo de los procesos externos que la organización debe enfrentar no son superados, más que por la experiencia laboral de los empleadores, pues dentro del mercado no existe un software que ayude a la fácil comunicación, entre un asesor comercial de las empresas de eventos y banquetes y sus clientes (comprador final).

Entonces, este grupo emprendedor hace la siguiente pregunta ¿Existen software inclinados a los compradores finales para satisfacer las necesidades de un evento por completo?; se encontró la siguiente página web, matrimonio.com, la cual cubre la necesidad para el segmento de mercado específico de matrimonios y es accesible al cliente final, pero por medio de esta solo se da una idea de cómo podría acomodar lo necesario para su evento ya que muestra un plano muy simple de cómo puede organizar las mesas y a sus invitados; más no es una página que le preste los

servicios para realizar el evento.

Así que en este momento en el mercado existen software especializados en eventos pero un poco rústicos pues, no solo permiten facilitar procesos internos, o externos, pero no ambos. A diferencia del software que propone este grupo emprendedor en este proyecto.

2.1. Análisis sectorial de la estructuración del mercado

Tabla N°2

Análisis sectorial de la estructuración del mercado

Ventajas	Desventajas
La industria de organización de eventos necesita de la implementación de nuevas herramientas tecnológicas para una mejor y eficaz entrega del servicio.	Desconfianza en el uso de herramientas web y tecnológicas, puesto que se presentan casos de pérdida de información por robo.
Las diferentes empresas de eventos tendrán una mayor facilidad y agilidad en cada uno de los procesos internos. Para los clientes de las organizaciones de eventos, es una nueva experiencia, al momento de tener la oportunidad de observar el evento deseado por medio de un simulador 3D.	Desconfianza del nuevo mercado, dado que no existe un reconocimiento de marca. Barreras de aceptación del mercado, en vista de que los empleados prefieren realizar cotizaciones manualmente.
Existe una mejor comunicación entre el asesor comercial y el cliente, esto facilita la toma de	Barreras de inclusión del nuevo mercado, considerando que toda la información de los

decisiones.	procesos internos que se encuentra en las organizaciones deben ser introducidas al software.
La nueva información introducida en el software la puede observar no solamente una persona o área, sino toda la organización.	Barreras de aceptación del mercado, puesto que es difícil para los empleados adaptarse con facilidad a las herramientas tecnológicas.
No existe pérdida de documentos o nueva información adquirida.	Barreras de aceptación del nuevo mercado, para la inclusión del software frente a los procesos internos y externos de la organización.
	Barreras de inclusión para los empleados del área de contabilidad, puesto que deben hacer constantes actualización de la información.
	Barreras de inclusión para los gerentes, dado que deben aumentar las capacitaciones para sus empleados.
	Barreras de aceptación del nuevo mercado, dado que para los clientes de las organizaciones de eventos va a hacer una nueva experiencia y riesgo para ellos.

Nota: Elaboración propia (2016)

2.2. Objetivos que persigue el producto en el mercado

En el mercado actual de la ciudad de Bogotá se encuentran varios software que varias compañías dedicadas a la organización y ejecución de eventos emplean en su diaria operación, son software enfocados más en la ayuda de procesos internos, mas no del proceso externo de las mismas. También en el mercado existen software exclusivos para los usuarios, es decir, una persona natural crea una cuenta on line y estos programas le permiten organizar lo que necesita la persona para su evento.

Dicho esto los objetivos que pretende lograr el producto de la compañía al integrarse en el mercado son.

- Crear una conexión emocional con los usuarios en el momento de la creación de su evento.
- Optimizar los procesos de ventas de los asesores comerciales de las compañías que tengan el producto.
- Ofrecer a las empresas que tengan el producto una herramienta sencilla de manejar.
- Lograr que las empresas que tengan el producto puedan manejar más eficiente su materia prima.
- Mejorar la comunicación entre el asesor comercial de una empresa de eventos y el usuario final.
- Mejorar la calidad de los servicios prestados por las empresas realizadoras de eventos.

2.3. Descripción técnica del Producto y/o servicio.

En esta sección se dará a conocer más a fondo el producto de la empresa virtual Creativity Event On-line y sus diferentes características.

Nombre del servicio:

Creativity Event On-line

Tipo de cliente:

Empresa y/o negocios dedicados a la organización y ejecución de eventos, inicialmente Creativity Event On-line abarcara el mercado de la ciudad de Bogotá, para con el tiempo extenderse por las demás ciudades principales del país.

Descripción del servicio:

Este software tendrá una licencia de operación dependiendo al número de computadores que el cliente requiere, y las actualizaciones del software se realización por medio de ejecutables que pueden ser enviados al correo y son instalados por la empresa Creativity software online por medio de aplicaciones remotas (Team viewer).

Entrega de producto:

A la hora de entregar el software, la empresa Creativity Event On-line, tiene sus respectivos asesores capacitados para hacer entrega del mismo, los cuales tienen el conocimiento para hacer la introducción y capacitación respectiva a la empresa, y los trabajadores de estas, tales como, los asesores de ventas respectivamente, los cuales están encargados de la manipulación del software y también el personal encargado del inventario, facturación y otras áreas encargadas de la materia prima de dicha organización.

2.4. Determinación de la demanda actual y potencial

De acuerdo a la necesidad identificada y explicada anteriormente, nuestro tipo de segmento de mercado aplicado es el nicho de mercado, ya que está enfocado a todos los entes que ofrecen lugares y el servicio de organizar un evento. Como lo son los hoteles, clubes, centros de convenciones, restaurantes, casas de eventos, haciendas y demás entes que presten el servicio de

eventos (Sociales, empresariales, religiosos, políticos y deportivos) en la ciudad de Bogotá, actualmente encontramos:

67 Hoteles

24 Haciendas para eventos

41 Restaurantes para eventos

54 Salones de fiestas

232 Banquetes en Bogotá

31 Clubs

22 Centros de eventos

Esta información fue recopilada y analizada de estas dos fuentes consulta Matrimonio.com (2015). Recepciones de Bogotá. Recuperado de 28 de enero 2017 de www.matrimonio.com.co/recepciones/bogota-dc y Directorio Turístico de Bogotá (2014). Directorio de establecimientos de alojamiento - Ciudad Bogotá. Recuperado de 28 de enero del 2017 de <http://www.bogotaturismo.gov.co/directorio-turistico-de-bogotaya>

Para un total de 471 empresas dedicadas a la organización y ejecución de eventos de las cuales el 90% al menos usan una herramienta tecnológica para realizar algún proceso dentro de la organización de un evento, estos datos fueron Matrimonionio.com.co (www.matrimonio.com.co/recepciones/bogota-dc) y *Directorio turístico de Bogotá* (<http://www.bogotaturismo.gov.co/directorio-turistico-de-bogotaya>).

Los tipos de clientes son varios como se mencionó anteriormente, del cual, se tiene en cuenta el volumen del establecimiento, clase de eventos que puede ofrecer, nivel socioeconómico de usuarios a quienes están dirigidos y servicios complementarios. Sin embargo todos estos tienen

la necesidad de un medio que minimice los errores de comunicación con sus usuarios y las fallas durante la organización y ejecución de los eventos. Pro Colombia comenta lo siguiente:

Este año se celebra la tercera edición de “Meetings and Events Forecast” un evento que fue creado con el propósito de entender lo que vendrá en el 2015 en materia de eventos y reuniones.

Expertos prevén que, para este año, el uso de la tecnología será clave en la realización de eventos. El objetivo será que, con estas herramientas, todos los procesos sean más efectivos.

Las tendencias tecnológicas para el 2015 tienen que ver con eventos híbridos y virtuales, es decir, reuniones en las que las personas y la tecnología se unan para abarcar una audiencia más amplia, con una mejor distribución en línea del contenido.

Igualmente, otra de las tendencias para este año será brindar soluciones tecnológicas. Estas herramientas serán necesarias para la reducción de costos y para el aumento de la eficiencia y la productividad de los procesos. (Pro Colombia, 2015).

Por esta razón se identifica un potencial importante con el software de Creativity Event On-line pues ayuda a minimizar los errores de comunicación entre cliente final y empresas de eventos por medio de una herramienta tecnológica que es la tendencia en el mercado actual colombiano.

Dicho esto a continuación se identificará la demanda potencial de Creativity Event On-line, por medio de la siguiente fórmula:

$$Q=npq$$

Donde Q= demanda potencial

n= número de compradores posibles para el producto

p= precio promedio del producto en el mercado

q=cantidad promedio per cápita.

Entonces para identificar el número de posibles compradores se tomó el dato de *Matrimonio.com.co* (www.matrimonio.com.co/recepciones/bogota-dc), el cual dice que hay un total de **471** empresas dedicadas a la organización y ejecución de eventos de las cuales el **90%** al menos usa una herramienta tecnológica para realizar algún proceso dentro de la organización de un evento.

$$\begin{array}{l} 471 \longrightarrow 100\% \\ X \longrightarrow 90\% \end{array}$$

$$X = \frac{471 \cdot 90}{100}$$

$$X=424$$

n= 424

Anteriormente en este estudio de factibilidad se dio un precio aproximado de \$29.00 dólares en la demanda actual en el mercado; para un precio de aproximadamente \$87.000 pesos por mes.

p= \$87.000 mensuales aproximadamente invierten empresas del sector banquetes para organizar el inventario

La cantidad promedio per cápita se determina por el nicho de mercado, pues al ofrecer un

software este se debe comprar mensualmente, lo que al año es un promedio de 12 veces que se adquiere un software de eventos.

q= 12

$$Q=424*87.000*12$$

$$Q=\$442.656.000$$

2.5. Determinación de la oferta actual y potencial

El siguiente apartado se encuentra dividido en dos partes importantes; la primera parte, son todas aquellas empresas similares a la empresa virtual Creativity Event On-line, por otro lado, la segunda parte, son todas aquellas empresas sustitutas que presten los mismo servicios y/o productos.

Estas son las empresas que realmente tienen una similitud de servicios y productos con Creativity Event On-line; los cuales son:

Doodle: Esta herramienta tiene un precio entre 29 a 49 euros.

Schedulecon: Este software oscila entre los \$5 a \$49 dólares mensuales dependiendo de la necesidad de la empresa.

Meetifyr: los precios de esta herramienta se encuentran entre \$2 a \$16 dólares mensuales dependiendo de cuantas personas logre integrar la persona que realiza el evento pues esta plataforma se mueve con ayuda de las redes sociales.

TimeBridge: Esta plataforma es gratuita y se utiliza con una cuenta cualquier persona puede utilizarla y ayuda a organizar aspectos muy básicos de un evento, más específicamente de una

boda.

Meetomatic: Tiene un precio anual de \$19.99 dólares.

When is Good: Esta plataforma tiene un precio de \$20 dólares mensualmente.

Gathergrid: Es gratis para el público y permite solo establecer pocas cosas para la realización de un evento.

Whenshouldwe: Esta plataforma es gratuita y bastante limitada pues no contempla todos los escenarios al realizar un evento.

Tungle: Tiene un precio desde 1.99 a 30.99 euros mensualmente.

Arpon Win: Este software es bastante especializado para el sector de eventos y mensualmente tiene un costo de \$200.000 pesos.

Reunalia.com: Este software tiene una forma de cobrar diferente pues si el evento que va a realizar la persona no tiene costo para poder entrar al mismo, es gratuito, pero si la persona si va a cobrar la entrada el software cobra una comisión por cada invitado; el costo esta desde los 2 hasta los 5 euros dependiendo del número de invitado a su evento.

No se tiene información de cuanto porcentaje o en qué cantidad está atendiendo cada uno de estos software la demanda en el mercado, pero sí se sabe que son los más utilizados en este momento en el mercado.

Estos tipos de herramientas tecnológicas tienen muchas funciones en común, las cuales ayudan a la persona que planifica los eventos a tener un mejor control del tiempo, como también ayuda a tener en cuenta la opinión y disponibilidad de cada uno de los espacios que tienen los integrantes, ayudando así a tomar la mejor decisión que les convenga a cada uno de ellos.

También en el mercado encontramos empresas sustitutas que puedan reemplazar la

empresa virtual de eventos, dependiendo de las decisiones del cliente final, se toman todas aquellas empresas prestadoras de este servicio, como por ejemplo: hoteles que tienen salones y lo venden como un lugar para crear un evento, por medio de este breve ejemplo, se da a conocer la siguiente lista para evidenciar lo que se comenta:

Hoteles: 67

Haciendas para eventos: 24

Restaurantes para eventos: 41

Clubs: 31

Fuente: Matrimonio.com.co (www.matrimonio.com.co/recepciones/bogota-dc).

De esta manera, esta clase de empresas que prestan los mismos servicios, pero dan a conocer sus productos de una forma diferente, son tomados como las empresas sustitutas.

2.6. Identificación de la competencia (Directa e Indirecta)

A continuación se identifica la competencia directa e indirecta que tiene Creativity Event On-line En el mercado actual de Bogotá.

Tabla N°3

Competencia directa e indirecta

Competencia directa	Competencia indirecta
Matrimonio.com: Es una empresa virtual que ayuda a todas las novias y novios del mundo a planificar y organizar los matrimonios de los futuros esposos, esto se realiza por medio de	Principalmente se encuentran los establecimientos que brindan servicios de eventos y asimismo utilizan software de planificación y organización para los procesos

<p>una plataforma virtual la cual contiene diferentes proveedores que ayudan a ejecutar adecuadamente el evento en especial, como lo son: hoteles con salones, salones rurales, casas de banquetes, entre otros, plataforma para ubicar a los invitados, tipos de mesas, cuantos chef y meseros, lugares donde pueden realizar las invitaciones y recordatorios, etc. Esta empresa está ubicada en Barcelona, pero asimismo presta el servicio en, España, Italia, Francia, Reino Unido, México, Portugal, Argentina, Chile, Brasil, Colombia, Perú y Uruguay. Por otro lado nacionalmente la página matrimonio.com abarca los siguientes ciudades: Matrimonios Antioquia, Matrimonios Arauca, Matrimonios Archipiélago de San Andrés, Matrimonios Atlántico, Matrimonios Bogotá DC, Matrimonios Bolívar, Matrimonios Boyacá, Matrimonios Caldas, Matrimonios Caquetá, Matrimonios Casanare, Matrimonios Cauca, Matrimonios Cesar, Matrimonios Chocó, Matrimonios Córdoba, Matrimonios</p>	<p>internos de la empresa, es decir, esta herramienta ayuda solamente a los agentes comerciales a la hora de la venta, como un breve ejemplo sobre esta clase de competencia se tiene al Hotel Atton 93, el cual presta los servicios de alojamiento, restaurante, spa y eventos; en la sección de eventos y reuniones el segmento de mercado al cual se encuentra dirigido es para eventos y reuniones de negocios, seminarios de formación, presentación de nuevos productos que salen al mercado y cenas con clientes de respectivas empresas; el hotel tiene cinco salones para el desarrollo de cada uno de los eventos, donde asimismo prestan servicios adicionales como WIFI gratis, servicios completos de catering, equipos audiovisuales, control de temperatura, iluminación natural del salón, estacionamiento gratis, asistencia especial disponible a pedido y transporte al aeropuerto si solicitado por la empresa. Los procesos internos a la hora de planificar esta clase de eventos, es organizado por medio de un</p>
--	---

<p>Cundinamarca, Matrimonios Huila, Matrimonios La Guajira, Matrimonios Magdalena, Matrimonios Meta, Matrimonios Nariño, Matrimonios Norte de Santander, Matrimonios Quindío, Matrimonios Risaralda, Matrimonios Santander, Matrimonios Sucre, Matrimonios Tolima, Matrimonios Valle del Cauca. Este tipo de páginas tiene como función principal ser un intermediario entre el las empresas llamadas proveedores y el cliente, por ende también ayuda a las empresas de eventos a conseguir clientela por una página web y con mayor facilidad; esta herramienta ya tiene más de 5000 empresas registradas.</p>	<p>software llamado FIDELIO, el cual ayuda a planificar y controlar todas las solicitudes del cliente, basados en un calendario para observar si se encuentra disponible el salón que desea. Esta clase de hoteles tiene una cadena hotelera en Santiago de Chile, Lima Perú, Bogotá, Miami, Chile, donde prestan los mismos servicios que se mencionaron anteriormente.</p>
<p>Reunalia.com: Es una página web que promociona un software para la creación de eventos y congresos, dirigido a personas profesionales de este gremio, ayuda a programar y planificar el paso a paso del mismo, como también ayuda a promocionarse gratuitamente desde las redes sociales, pero si el empresario elige a reunalia.com debe pagar</p>	<p>El hotel Bogotá plaza Summit hotel ubicado en la calle 100 #18A - 30 realiza eventos sociales y empresariales de todo tipo se toma como competencia indirecta porque se valen del nombre de coordinadores de eventos famosos y de empresas famosas por la calidad de sus eventos y su excelente nombre en el mercado, aunque no utilicen propiamente un software se</p>

<p>anualmente 99 dólares por el uso de cada una de las herramientas y derechos que maneje. Este software por medio de un formulario de inscripción y venta de entradas a los eventos planeados, el medio de pago es por medio de PayPal (plataforma de pagos), gestiona listas asistentes, lista de espera y de situación de cobro, controla el límite de asistentes, envía invitaciones por vía e-mail y por último recibe avisos en cada inscripción. Esta empresa está ubicada en España, fue creada desde el año 2002 y el segmento de mercado son los empresarios, es decir por medio de esta página las empresas de eventos pueden tener mayor organización a la hora de vender o ejecutar dicho evento, con más de 27. 000 ventas electrónicas por medio del software.</p>	<p>valen de estrategias de marketing diferentes y totalmente válidas que lo hacen un competidor indirecto, además cuentan con servicio a domicilio para realizar eventos fuera del hotel.</p>
<p>Arpón Win Salón: Es una herramienta tecnológica que ayuda a mejorar el control del tiempo a la hora de planificar con anterioridad el evento y por otro lado tener un mejor control de cada una de las actividades a realizar,</p>	

finalizando con la información actualizada y veraz que tiene el sistema a la hora de que el agente venda su respectivo evento. Esta clase de herramientas ayuda a los empresarios creadores de eventos sea social o empresarial, por ende sus funciones básicas son: selección de salones, el número de invitados, tratos preferenciales, el menú, equipos tecnológicos (proyectors), música, video, tiempos de reservación, estatus, depósitos, entre otros. Este software fue desarrollado por la empresa Arpón Enterprise, fundada en el año 1983 con el nombre Compu sistemas de Información Administrativas de México, el cual primero desarrolló herramientas de ayuda para hoteles pero luego se fue extendiendo a categorías como lo son, salones, spa y tiendas para la familia; esta empresa principalmente atendía solamente en México y luego acogió a Centroamérica y Sudamérica; tiene más de 300 clientes en cada uno de los sectores nombrados anteriormente.

Nota: Elaboración propia (2016)

2.7. Análisis diagnóstico de la estructura actual del mercado

Anteriormente en este estudio de factibilidad se mencionó que según ProColombia, el uso de tecnologías es clave para la realización de eventos, por ende la tendencia en el mercado, es que las empresas de eventos usen cada vez más software que permitan realizar un evento más eficazmente, teniendo en cuenta esto a continuación se encontrará un cuadro donde se dará un diagnóstico de la estructura actual del mercado.

Tabla N°4

Análisis diagnóstico de la estructura actual del mercado

Consumidores	Los clientes potenciales son las empresas y/o negocios dedicados a la organización y ejecución de eventos, inicialmente Creativity Event On-line abarcar el mercado de la ciudad de Bogotá, para con el tiempo extenderse por las demás ciudades principales del país.
Análisis de los comercializadores	En este caso para Creativity Event On-line no existen intermediarios para la comercialización del producto.
Análisis de los proveedores	Anteriormente en la descripción del producto se comentó que Creativity Event On-line tiene unos convenios con diferentes lugares que se pueden rentar para hacer eventos en la ciudad de Bogotá y sus alrededores, los cuales proveen nuevos sitios para realizar eventos, para los clientes de esta empresa. También tiene contratos con varias boutiques en la ciudad para que los clientes recomienden estos sitios y puedan dar un

	<p>servicio complementario para el evento que necesite el cliente final. Cuentan con sitios de disfraces también como servicio complementario para el usuario final, salones de belleza, academias de bailes y entrenadores físicos, también se encuentran disponibles, y así poder ofrecer estos servicios complementarios al cliente final.</p>
<p>Análisis de las condiciones sectoriales</p>	<p>El marco legal del software es el derecho a recibir y emitir libremente información veraz, y la libertad de información es un derecho consagrado en la constitución. Dicho esto el mayor beneficio que Creativity Event On-line observa que hay un beneficio, en implementar una herramienta tecnológica para solucionar la necesidad encontrada, pues es una forma rápida y eficaz para llevar a cabo un proceso más si se trata de la organización de un evento, el cual tiene tantos factores a tener en cuenta para su ejecución.</p>
<p>Análisis del mercado y su</p>	<p>En el mercado actual bogotano como se comentó al inicio de este apartado la implementación de software en las empresas de eventos es una realidad y se ve cada vez más en el mercado, por ello Creativity Event On-line usa este crecimiento en la demanda a su favor; tiene campañas de alto impacto dirigidas a las empresas de eventos para que adquieran este software y</p>

crecimiento	no otro pues el plus de tener un simulador 3D no se ve en el mercado; también participa en “meeting and events forecast” que es uno de los eventos más grandes de Bogotá, con el fin de entender lo que viene en materia de eventos y reuniones.
--------------------	--

Nota: Elaboración propia (2016).

2.8. Estrategias y canales de distribución

La estrategia de distribución que implementa Creativity Event On-line se encuentra enfocada en la distribución exclusiva, pues este producto solo puede ser distribuido por un único establecimiento, ya que cuenta con un servicio personalizado, y este tipo de distribución permite que se tenga el mejor manejo en la venta del software y también en el control de la prestación del servicio a los clientes de esta empresa. También es importante destacar que por medio de esta distribución se puede tener acceso a la información de los clientes potenciales y así poder mejorar constantemente los servicios que presta Creativity Event On-line; este punto de distribución debe no referenciar ninguna marca competidora, pues este producto es mucho más completo que los que ya se encuentran en el mercado actual y esto es parte de la exclusividad y excelencia que se da a los clientes que adquieren este software.

El canal de distribución de Creativity Event On-line es directo, puesto que por medio de este canal se encuentra más cerca a los clientes y al no tener intermediarios, se maneja una mejor relación con los mismos, de igual manera se genera más confianza en el momento de la adquisición del software y se brinda seguridad en el momento del manejo de la página web.

También al tener contacto directo con el cliente final, se puede observar cómo es el comportamiento del mismo, y así, de este modo, se tiene la oportunidad de estudiar las necesidades

del cliente, esto permite el mejoramiento de la herramienta tecnológica, y así poder actualizar e innovar según sea necesario.

Creativity Event On-line tiene un sistema de información, dinámico y productivo para todos los clientes empresarios potenciales, que quieren diseñar un evento para su cliente final; sin embargo se sabe que la inclusión de un producto en el mercado al principio no genera ninguna rentabilidad, puesto que el costo de la página web y la publicidad para el reconocimiento del software son costosos. El crecimiento de la compañía se basa en diariamente realizar publicidad por google, al pautar por este medio se logra llegar a los clientes potenciales que son las empresas dedicadas a la organización y realización de eventos.

En la etapa de madurez Creativity Event On-line se esfuerza por defender la participación en el mercado por medio de una mayor publicidad, por más medios, para llegar a más empresas, la prioridad es mantener un punto de equilibrio adecuado para brindar el mejor precio a los clientes del software, para así poder conservar de la mejor maneras las utilidades que se producen, de igual de igual forma, se tiene en constante monitoreo el comportamiento de este producto en el mercado, para identificar cuál es la competencia y su comportamiento dentro del mismo.

Ya finalmente en la declinación del producto, se tiene que atacar desde el inicio, se realizan cambios y actualizaciones del software para que los clientes tengan mejor experiencia con él; y por supuesto se realizan innovaciones, para que así los clientes sepan en cada momento que usan este software, están haciendo uso de un producto a la vanguardia y efectivamente pueden realizar y organizar su evento sin ningún tipo de inconveniente.

2.9. Análisis y estrategias de precios

La estrategia que Creativity Event es de precios flexibles puesto que se fijan en función del

equilibrio entre oferta y la demanda que se tiene, además también se tiene en cuenta la perspectiva del mercado y cuánto está dispuesto a pagar por el software.

Creativity Event On-line puede manejar internamente los precios de cada uno de los servicios que se están utilizando, y así se pueden controlar en el momento que haya alteraciones entre la oferta y la demanda; sin embargo la estrategia principal es que el cliente estará dispuesto a pagar un valor razonable por un producto que hará incrementar sus ventas.

2.10. Esquemas de promoción y campaña publicitaria

2.10.1. Esquemas de promoción

La empresa Creativity Event on- line tiene como principal medio de promoción, la página web donde los clientes (empresarios) pueden observar el software y así mismo las ventajas competitivas que tiene frente a otros mercados, por otro lado se tiene como otro tipo de promoción para la herramienta tecnológica el modo personal, puesto que para los clientes tengan más confianza en el producto de la empresa, una vez se contacten, hay una visita personal por un asesor comercial, donde conocerá más a fondo de que se trata y las facilidades que podría existir dentro de la organización de eventos.

Pero también para los clientes (empresarios) que ya adquirieron el producto, tienen la oportunidad de que los visite un representante de la empresa para dar la respectiva capacitación sobre las actualizaciones o modificaciones que se le hayan realizado al software.

Finalmente como segunda medida de promoción, es la revista de Creativity Event on-line, esta parte de promoción es indispensable para que los clientes que ya adquirieron el producto vuelvan a renovar la licencia, esta es una parte de motivación para los clientes puesto que se

publican el mejor evento innovador creado por medio del software y ejecutado tal cual el cliente final lo desea, de este modo existe una competencia entre empresarios por tener el primer puesto de publicidad dentro de una revista de eventos.

En este apartado se da a conocer una serie de objetivos de ventas, de incrementación de las ventas y por último de marketing, en los cuales se puede observar específicamente lo que la empresa Creativity Event on-line desea cumplir en determinado tiempo:

Objetivos de ventas

- Posicionar la marca del nuevo software dentro del mercado de eventos.
- Estimular el interés por el nuevo software que hay dentro del mercado de eventos para que los empresarios observen sus facilidades.
- Incrementar el número de ventas a corto plazo para que la empresa Creativity Event on-line tenga una base de datos amplia y así mismo puedan publicar el mejor evento dentro de la revista.

Objetivos para incrementar las ventas

- Demostrar por medio de un DEMO lo que los empresarios pueden adquirir dentro de cada una de las organizaciones.
- Penetrar dentro de las organizaciones de eventos por medio de las campañas promocionales sobre el nuevo software.
- Ayudar al personal de promoción personal, frente a la presentación personal, medios de transporte y comida durante el día.

Objetivos de marketing

- Realizar pruebas al empresario frente al software teniendo en cuenta la opinión del mismo.

- Realizar descuentos a los empresarios que adquieren el software por primera vez.
- Realizar concursos del mejor evento que hayan realizado los empresarios por medio del software.

2.10.2. Esquemas de campaña publicitaria

La empresa Creativity Event On line tiene como campaña publicitaria de tipo lanzamiento, pues el software es un nuevo producto que sale al mercado empresarial de creación de eventos, por medio de un DEMO junto con un grupo de personas capacitadas para dar a conocer la nueva posible herramienta tecnológica.

De este modo se da a conocer las ventajas empresariales que tiene, como lo son: tener un control del inventario de la organización y por otro lado la ayuda de comunicación que hay entre un asesor comercial y el cliente final, donde por último se da a conocer la parte innovadora del software y es el “simulador 3D”

Esto se realiza con el objetivo de dar a conocer la nueva marca que se lanza en el mercado y cada una de sus aplicaciones, las cuales conllevan a un mejor control y organización del evento y la empresa.

Por esta razón, este tipo de lanzamientos va a dirigido a personas empresariales de organizaciones de eventos, por medio de visitas personales ayudados por el personal de asesores comerciales tienen un límite y cantidad de empresas para visitar.

Por consiguiente, basándose en la anterior explicación la empresa Creativity Event On-Line, da una explicación breve sobre los objetivos, campaña publicitaria, ubicación y medición que realiza para dar a conocer las anteriores características de la herramienta tecnológica (software); de este modo:

Objetivos

Dar a conocer al público objetivo de la empresa Creativity Event On-Line la nueva herramienta tecnológica (software), por medio de una serie de actividades realizadas por las personas de marketing y publicidad.

Saber cuál es la opinión de cada uno de los invitados y asimismo de las actividades existentes dentro de la campaña para el reconocimiento del software.

Verificar por medio de la campaña publicitaria el porcentaje de prospectos de clientes o ventas realizadas.

Estrategia creativa

Se realizan invitaciones al público objetivo de la empresa Creativity Event On-Line, para la exhibición del software, la cual se encuentra ubicada en una de las ferias de la vitrina turística de Anato 2017, del 1, 2 y 3 de marzo del 2017; de este modo en un stand de la vitrina turística de Anato 2017 se da a conocer todas las ventajas y beneficios que ofrece el software a las empresas, asimismo cada uno de los invitados pueden tener la experiencia por medio de un DEMO, diseñando brevemente un evento que ellos puedan realizar en el software.

De este modo se tiene en cuenta, que para promocionar la exhibición de Corferias no solamente se tiene en cuenta las invitaciones, también se realiza publicidad por medio de cada una de las redes sociales (Facebook, twitter, Instagram, google plus, Skype, google plus, entre otros) y asimismo en la página web, persuadiendo indirectamente a cada uno de los invitados a que asistan al evento.

Medición

Por medio de cada uno de los asesores comerciales, ayudan a reforzar la información del

producto, en el cual se conoce la opinión y también las críticas constructivas que dan los invitados, de este modo se pueden concretar ventas o tener agendadas futuras citas con clientes (empresario) para la herramienta tecnológica.

2.11. Diseño y desarrollo conceptualizado y contextualizado de la imagen corporativa de la empresa

2.11.1. Logo

Para el logo se tiene en cuenta el simulador 3D, haciendo que resalte de una pantalla y asimismo la parte innovadora de la empresa, puesto que es lo que más llama la atención a los empresarios.

Por otro lado se encuentra el logotipo de la empresa el cual es, “El mejor aliado para organizar el evento en su empresa”, se eligen estas palabras ya que por medio de una herramienta tecnológica se ayuda a los empresarios a satisfacer las necesidades y sueños de los clientes finales, pero también se satisfacen a los empleados de las organizaciones de eventos puesto que la herramienta se encuentra en procesos internos.

Por consiguiente se tiene el nombre de la empresa “Creativity Event On-Line” este nombre fue ideado por el grupo de emprendimiento, para los empresarios que tienen una gran creatividad, de este modo por medio de un software pueden jugar con cada una de las herramientas que contiene y asimismo con los inventarios de sus propias empresas.

Finalmente como se puede observar en el logo, se encuentran cuatro imágenes representativas del software de eventos, como lo son: empresarial, social, política y cultural.

Figura N° 2

Logo



Nota: Elaboración propia (2016).

2.11.2. Brochure

Figura N° 3

Brochure

¿QUIENES SOMOS?

Somos una empresa intermediaria de empresas de eventos; sea de tipo social, empresarial, político y cultural, ayudando a crear nuevas experiencias desde el principio por medio de un software, con el objetivo de facilitar el trabajo de los factores internos y externos de las organizaciones

★ ★ ★

MISIÓN

Brindar a las empresas prestadoras de servicios de eventos una herramienta de software para facilitar la comunicación entre la organización y el cliente final.

★ ★ ★

VISIÓN

Creativity Event on-Line desea que para el año 2019 sea una empresa reconocida nacionalmente, cumpliendo su primer objetivo para las organizaciones de eventos, facilitar el trabajo y la comunicación de los asesores comerciales y los clientes.

CREATIVITY EVENT ON-LINE
TU MEJOR ALIADO


Carrera 33 #1H-75
Bogotá D.C.
Colombia

301-625-9029
312-332-8435
313-263-4251

CREATIVITY EVENT ON-LINE
TU MEJOR ALIADO


creativityeventonline@gmail.com

www.CreativityEventOn-line.com



1
La empresa Creativity Event On -Line desea satisfacer las necesidades de toda clase de clientes, ya sean eventos empresariales, políticos, sociales, cultura, puesto que el sistema se encuentra dividido en estas cuatro modalidades.

2
Creativity Event On-Line ayuda a sus clientes y asesores comerciales a tener una mejor comunicación, por medio de este software, dando a conocer todos los servicios que su empresa presta por métodos gráficos y así tomar la mejor decisión.

SERVICIOS


3
Finalmente su cliente podrá ver por medio de un SIMULADOR 3D el evento creado.

4
Creativity Event On-Line ayuda a su empresa en procesos internos.

Nota: Elaboración propia (2016).

En las anteriores imágenes se da a conocer el brochure que la empresa Creativity On-Line da a conocer a los clientes (empresarios), donde en la primera hoja está la información de contacto y representaciones gráficas de los amplios eventos que maneja el software, por otro lado en la segunda imagen se puede observar, ¿Quiénes somos?, la misión, la visión y el servicio que presta.

2.12. Ciclo de vida del producto

Etapas de introducción.

Publicidad: dado que la empresa y los beneficios del software no tienen el reconocimiento en el mercado se pretende en esta etapa hacer publicidad para obtener reconocimiento: vía email a las diferentes casas de eventos, por medio de contacto personal a las empresas de eventos, campañas publicitarias web en torno al posicionamiento de la página de la empresa SEM SEO, campañas publicitarias Facebook y google, pago en revistas turísticas y hoteleras, participación en eventos turísticos

Distribución del producto: en esta etapa se pretende distribuir el software por medio de una licencia de operación dependiendo al número de computadores que el cliente requiere, y las actualizaciones del software se realización por medio de ejecutables que pueden ser enviados al correo y son instalados por la empresa Creativity software online por medio de aplicaciones remotas (Team viewer)

Ventas: en esta etapa se espera ventas bajas y bajas utilidades a la espera del reconocimiento del producto y de la empresa.

Etapas de crecimiento.

Publicidad: se pretende conservar la misma línea de publicidad de la etapa de introducción, sin embargo la empresa estará analizando los resultados de dichas campañas para la mejora de sus canales informativos, el ideal es lograr intensificar tanto los canales como las campañas.

Ventas: Se aspira tener ventas de al menos 2 producto al mes con lo cual al empresa se ira posicionando el producto.

Etapas de madurez.

Publicidad y entrega del producto: dado que se afianza más el producto en el mercado se empiezan a ver competidores para esta situación la empresa con el conocimiento que ha adquirido

perfecciona tanto su técnica de publicidad como su producto de acuerdo a las necesidades del cliente

Ventas: n esta sección se apoya de las proyección de ventas donde se evidencia, que a pesar de que las ventas mensuales de licencia por el uso del software está en un rango de dos a cuatro, las acumulaciones mensuales que cada una de las empresas deben pagar si se encuentran muy altas y para el mes treinta y seis (36) se obtiene una acumulación de noventa y cuatro (94) mensualidades de licencia de los empresarios deben pagar.

Etapas de declive:

Publicidad: la empresa pretende ofrecer el producto a un precio más competitivo dado que las ventas han bajado su intensidad.

Innovación: la empresa ya reconoce el mercado y la necesidad del mismo por tanto ha venido analizando las nuevas necesidades de sus clientes y desarrolla nuevos productos para sus necesidades.

2.13. Mercado objetivo y nido de mercado

De acuerdo a la necesidad identificada nuestro tipo de segmento de mercado aplicado es el nicho de mercado, ya que está enfocado a todos los entes que ofrezcan el servicio de eventos (Sociales, empresariales, religiosos, políticos y deportivos) en la ciudad de Bogotá, Como lo son las, casas de eventos y banquetes.

Como se mencionó anteriormente nuestros principales clientes se ubican inicialmente en la ciudad de Bogotá con mayor presencia en las localidades de chapinero, Engativá, Fontibón, Puente Aranda, Santa fe, Suba, Teusaquillo y Usaquén, en las cuales encontraremos estratos 3, 4 y 5 y encontraremos la mayor conglomeración de casas de eventos y banquetes las cuales se

encuentran dentro de la población objetivo a la que este grupo emprendedor decidió enfocarse para iniciar este proyecto.

Ventaja(s) competitiva

- El software agiliza la comunicación entre el agente comercial y el cliente donde el cliente final podrá acceder a todos los detalles del evento en 3d y los productos que la empresa ofrece, los usuarios del software tienen el control de la materia prima disponible dentro de su organización y de sus productos.
- Dicho software también administra ventas, inventarios, aspectos financieros y facturación
- Los asesores comerciales tienen una mejor comunicación con sus clientes.
- Por medio del simulador 3D que tiene este software, los clientes finales pueden observar no solamente una vez el evento creado sino muchas veces donde dicho cliente puede tomar la mejor decisión para el evento.
- Creativity Event On-Line cuenta con un equipo de trabajo a personas altamente capacitadas para brindar cualquier información y asesoramiento a cada uno de los clientes para realizar su evento.

2.14. Definición de canales de distribución

Creativity Event on-line utiliza el canal de distribución directo de esta manera es mucho más fácil la adquisición del producto y asimismo contactarse, puesto que no tiene muchos filtros y la facilidad de observar una página web para ver todas las ventajas que podría tener las diferentes organizaciones de eventos a la hora de obtener el software.

Creativity Event on-Line desea fortalecer la confianza de los nuevos clientes que adquiere por medio de la página web, por ende tiene asistencia personalizada (agente comerciales) cuando

es solicitado; por este medio se da a conocer la misma demostración que existe en la página web un DEMO, de este modo el empresario podrá experimentar las dos perspectivas que el software de Creativity Event on-Line desea en los procesos internos y externos de la empresa.

Para este producto en especial podemos definir que es una empresa B2B business to business y esto se ve reflejado en que el nicho es altamente especializado, su proceso de venta es largo y complejo y se ve basado en el marketing de relaciones y donde el equipo de ventas es lo más importante dado que son los encargados de conseguir ventas.

2.15. Fijación de precios.

Creativity Event On-line ha tenido en cuenta los costes del producto para fijar sus precios y lo hace de la siguiente manera:

Coste total (CT): suma de los costes fijos (CF) y de los costos variables

$$CT=CF+CV$$

$$CT=275.816+80.000=355.816$$

El coste total del producto es de \$355.816 pesos, pero hay que tener en cuenta que esto es un software y se debe tener en cuenta la mano de obra (MO) al realizar el software como tal y esto representa un valor de \$1.048. 893 teniendo esto en cuenta se hace la siguiente operación:

$$CT=355.816+1.048.893=1.404.709$$

Es necesario también fijar el Precio de venta al público (P.V.P.) el cual se debe tener en cuenta el beneficio esperado que es de un 60% y estos se identifican de la siguiente manera:

$$P.V.P.=CT+ \text{Beneficio esperado}$$

$$P.V.P.=1.404.709+2.095.292= 3.500.000$$

El volumen de ventas también es importante en este punto para poder determinar o fijar el

precio, y se identificó que el punto en el cual no se obtiene ni beneficios ni pérdidas es 2 ventas por mes.

De esta manera Creativity Event On-line decide fijar su precio de venta en \$3.500.000 por adquirir el software.

Otra forma en la cual esta empresa decidió fijar sus precios fue por medio de precio para nuevos productos, de este modo usar la estrategia de penetración que consiste en fijar precios bajos desde el lanzamiento para conseguir lo más rápidamente posible la mayor penetración del mercado, esta estrategia Creativity Event On-line la realiza con el fin de que exista la posibilidad de nuevos competidores y también con el fin de recuperar la inversión en un corto tiempo.

2.16. Análisis de competidores

- **Matrimonio.com:** Es una empresa virtual que ayuda a todas las novias y novios del mundo a planificar y organizar los matrimonios de los futuros esposos, esto lo realizan por medio de una plataforma virtual la cual contiene diferentes proveedores que ayuden a ejecutar adecuadamente el evento en especial, como: hoteles con salones, salones rurales, casas de banquetes, entre otros, tienen una plataforma para ubicar a los invitados, tipos de mesas, numero de chef y meseros, lugares donde pueden realizar las invitaciones y recordatorios, etc. Esta empresa está ubicada en Barcelona, pero asimismo presta el servicio en, España, Italia, Francia, Reino Unido, México, Portugal, Argentina, Chile, Brasil, Colombia, Perú y Uruguay.
- **Reunalia.com:** Es una página web que promociona un software para la creación de eventos y congresos, dirigido a personas profesionales de este gremio, ayuda a programar y planificar el paso a paso del mismo, como también ayuda a promocionarse gratuitamente

desde las redes sociales, pero si el empresario elige a reunalia.com debe pagar anualmente 99 dólares por el uso de cada una de las herramientas y derechos que maneje. Este software por medio de un formulario de inscripción y venta de entradas a los eventos planeados, el medio de pago es por medio de PayPal (plataforma de pagos), gestiona listas de asistentes, lista de espera y de situación de cobro, controla el límite de asistentes, envía invitaciones por vía e-mail y por último recibe avisos en cada inscripción. Esta empresa está ubicada en España, fue creada desde el año 2002 y el segmento de mercado son los empresarios, es decir por medio de esta página las empresas de eventos pueden tener mayor organización a la hora de vender o ejecutar dicho evento, con más de 27.000 ventas electrónicas por medio del software.

- Arpón Win Salón: Es una herramienta tecnológica que ayuda a mejorar el control del tiempo a la hora de planificar con anterioridad el evento y por otro lado tener un mejor control de cada una de las actividades a realizar, finalizando con la información actualizada y veraz que tiene el sistema a la hora de que el agente venda su respectivo evento. Esta clase de herramientas ayuda a los empresarios creadores de eventos sea social o empresarial, por ende sus funciones básicas son: selección de salones, el número de invitados, platos preferenciales, el menú, equipos tecnológicos (proyectores), música, video, tiempos de reservación, estatus, depósitos, entre otros. Este software fue desarrollado por la empresa Arpón Enterprise, fundada en el año 1983 con el nombre Compusistemas de Información Administrativas de México, el cual primero desarrolló herramientas de ayuda para hoteles pero luego se fue extendiendo a categorías como lo son, salones, spa y tiendas para la familia, el cual también se convirtió en el segmento de

mercado de este software; esta empresa principalmente atendía solamente en México y luego acogió a Centroamérica y Sudamérica; tiene más de 300 clientes en cada uno de los sectores nombrados anteriormente.

2.17. Proyección y Pronóstico de ventas.

En el siguiente apartado se evidencia la proyección de ventas, Creativity Event On-line tiene dos productos el primero es la instalación y capacitación del software y el segundo una afiliación mensual por la utilización del mismo.

Teniendo esto encuentra en el siguiente cuadro se puede observar el pronóstico de ventas que la empresa Creativity Event On-Line tiene durante cinco años mes a mes y en unidades según corresponda, en la modalidad de pago por instalación y capacitación:

Tabla N°5

Proyecciones de ventas (instalacion y capacitacion)

Producto	Creativity Event Online
Valor unitario	3.500.000,00
IVA	560.000,00
Proyección de ventas	10%
Porcentaje IPC	8%

Mes//año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Unis
Mes 1	3.500.000,00	4.130.000,00	4.873.400,00	5.750.612,00	6.785.722,16	1,00
Mes 2	3.500.000,00	4.130.000,00	4.873.400,00	5.750.612,00	6.785.722,16	1,00
Mes 3	7.000.000,00	8.260.000,00	9.746.800,00	11.501.224,00	13.571.444,32	2,00
Mes 4	7.000.000,00	8.260.000,00	9.746.800,00	11.501.224,00	13.571.444,32	2,00
Mes 5	10.500.000,00	12.390.000,00	14.620.200,00	17.251.836,00	20.357.166,48	3,00
Mes 6	14.000.000,00	16.520.000,00	19.493.600,00	23.002.448,00	27.142.888,64	4,00
Mes 7	14.000.000,00	16.520.000,00	19.493.600,00	23.002.448,00	27.142.888,64	4,00
Mes 8	17.500.000,00	20.650.000,00	24.367.000,00	28.753.060,00	33.928.610,80	5,00
Mes 9	17.500.000,00	20.650.000,00	24.367.000,00	28.753.060,00	33.928.610,80	5,00
Mes 10	17.500.000,00	20.650.000,00	24.367.000,00	28.753.060,00	33.928.610,80	5,00
Mes 11	21.000.000,00	24.780.000,00	29.240.400,00	34.503.672,00	40.714.332,96	6,00
Mes 12	24.500.000,00	28.910.000,00	34.113.800,00	40.254.284,00	47.500.055,12	7,00
Total	157.500.000,00	185.850.000,00	219.303.000,00	258.777.540,00	305.357.497,20	

Nota: Elaboración propia (2016).

De este modo se puede observar en el anterior cuadro de proyecciones de ventas, que los dos primeros años las ventas aumentan pero no son iguales a los tres siguientes años, y de este modo aunque las unidades vendidas que se pronostican no son muy relevantes la acumulación de las mismas hacen que año tras año aumentan las ventas.

Por otro lado, se encuentra el pago de la mensualidad o afiliación debido a que los clientes (empresario) de Creativity Event On-Line tienen beneficios de capacitación y actualizaciones del software, de este modo lo que la empresa pretende es tener una comunicación constante y asimismo hablar en un mismo lenguaje; por ende en el siguiente cuadro se puede observar la proyección de ventas de cinco años mes a mes según corresponda:

Tabla N°6

Proyecciones de ventas (Afiliación o mensualidad)

Producto	Afiliación
Valor unitario	291.666,67
IVA	46.666,67
Proyección de ventas	10%
Porcentaje IPC	8%

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mes 1	-	-	-	-	-
Mes 2	291.666,67	344.166,67	406.116,67	479.217,67	565.476,85
Mes 3	291.666,67	344.166,67	406.116,67	479.217,67	565.476,85
Mes 4	583.333,33	688.333,33	812.233,33	958.435,33	1.130.953,69
Mes 5	583.333,33	688.333,33	812.233,33	958.435,33	1.130.953,69
Mes 6	875.000,00	1.032.500,00	1.218.350,00	1.437.653,00	1.696.430,54
Mes 7	1.166.666,67	1.376.666,67	1.624.466,67	1.916.870,67	2.261.907,39
Mes 8	1.166.666,67	1.376.666,67	1.624.466,67	1.916.870,67	2.261.907,39
Mes 9	1.458.333,33	1.720.833,33	2.030.583,33	2.396.088,33	2.827.384,23
Mes 10	1.458.333,33	1.720.833,33	2.030.583,33	2.396.088,33	2.827.384,23
Mes 11	1.458.333,33	1.720.833,33	2.030.583,33	2.396.088,33	2.827.384,23
Mes 12	1.750.000,00	2.065.000,00	2.436.700,00	2.875.306,00	3.392.861,08
Total	11.083.333,33	13.078.333,33	15.432.433,33	18.210.271,33	21.488.120,17

Nota: Elaboración propia (2016).

Finalmente el pago de las mensualidades que los clientes deben realizar durante cada mes, se puede observar que por medio de una venta de adquisición del producto (software) se acumulan estas mensualidades a través de los meses, observando así que por medio de los siguientes años dichas mensualidades también aumentan.

2.18. Objetivos financieros a corto, mediano y largo plazo

Objetivos a corto plazo

- Comercializar software para empresas dedicadas a la realización y organización de eventos, en la ciudad de Bogotá.
- Generar alianzas con pro Colombia para hacer parte de los eventos que realice esta entidad, y así lograr reconocimiento en el mercado y adquirir nuevos clientes.
- Brindar una experiencia diferente para los clientes de Creativity Event On-line y así recomienden el software a otras empresas.

Objetivos mediano plazo

- Creativity Event On-line desea incrementar en un 85% las ventas del software.
- Posicionarse como la mejor opción en software para la organización de eventos en la ciudad de Bogotá.
- Alcanzar un posicionamiento óptimo en el mercado objetivo propuesto.

Objetivos largo plazo

- Expandirse en nuevos mercados potenciales de Colombia y del mundo.
- Ser el software con mayor calidad, implementando tecnología de punta en el mercado de eventos, en Colombia.
- Incrementar la capacidad de satisfacer la necesidad de los clientes mediante la

implementación de actualizaciones del software y tecnología de punta, para lograr fidelizar al mismo.

2.19. Especificaciones técnicas del prototipo.

Descripción del prototipo:

A continuación se encuentra una ficha del software, en la cual se evidencia la descripción, característica y requerimientos del software Creativity Event On-line.

Tabla N°7

Descripción del prototipo

Descripción

Creativity Event On-line es un software, el cual se enfoca en cumplir con las necesidades del usuario, en este caso empresas que se dedican a la organización y ejecución de eventos; por tal motivo este software facilita la organización del inventario de la empresa y a la organización propia del evento, para así lograr ver el evento que el cliente final desea por medio de un simulador 3D que trae integrado el mismo software.

Características

- Software interactivo y amigable con el usuario.
- Conexión e intercomunicación de los dispositivos con la central mediante conexión de red local o internet.
- Permite la gestión de inventarios de cada usuario (empresa de eventos), según esta lo necesite.

- Maximiza la experiencia del cliente final por medio de un simulador 3D, mostrando su evento.
- Permite la gestión completa de la planificación del evento, como por ejemplo, número de invitados, decoración, sito, etc.
- Controla el presupuesto que tenga el cliente final para su evento y así el usuario (empresa de eventos) puede también respetarlo.
- Permite crear un perfil según el evento que se necesite.

Requisitos del producto

- Ordenador Pentium 75 Mhz o superior con 8 MB de ram y 20MB de espacio libre en el disco duro.
- Tarjeta gráfica Súper VGA. mínimo (640*480, 256 colores)
- Tarjeta sonido compatible SoundBlaster.
- Windows 95 o superior
- Compatible con NT 4.0 o superior y Windows 2000

Nota: Elaboración propia (2016).

2.20. Componentes y elementos del plan de tecnología.

Tabla N°8

Software

Inicio	Final	Tarea	Recursos físicos
01/15/2017	01/20/2017	Requisitos o el análisis de los requisitos. Idea abstracta del	Computador Internet o red local

		resultado final	Luz
01/20/2017	01/25/2017	Especificación funcional. Requisitos del cliente	Computador Internet o red local Luz
25/01/2017	30/03/2017	Fase de programación	Computador Internet o red local Luz Programador Experto en el tema
30/01/2017	30/04/2017	Pruebas de software	Computador Internet o red local Luz Programador Experto en el tema
30/01/2017	30/04/2017	Análisis y corrección de errores del software	Computador Internet o red local Luz Programador Experto en el tema
01/01/2017	30/04/2017	Documentación del diseño del software	Computador Internet o red local Luz

			Programador Experto en el tema
30/04/2017	30/06/2017	Despliegue y liberación del software	Computador Internet o red local Luz Programador Experto en el tema Publicista
30/04/2017	30/06/2017	Entrenamiento y soporte para el software	Computador Internet o red local Luz Experto en el tema
01/01/2017	30/06/2018	Mantenimiento	Computador Internet o red local Luz

Nota: Elaboración propia (2016).

Tabla N°9

Página web

Inicio	Final	Tarea	Recursos físicos
01/15/2017	01/20/2017	Requisitos o el análisis de los requisitos de la página web	Experto en el tema
01/20/2017	01/25/2017	Mapa estructural del sitio web	Computador

			<p>Internet o red local</p> <p>Luz</p> <p>Programador</p> <p>Experto en el tema</p>
25/01/2017	30/02/2017	Planeación del aspecto del sitio web diagrama de ubicación	<p>Computador</p> <p>Internet o red local</p> <p>Luz</p> <p>Programador</p> <p>Experto en el tema</p>
30/02/2017	05/03/2017	Requerimientos de diseño	<p>Computador</p> <p>Internet o red local</p> <p>Luz</p> <p>Programador</p> <p>Experto en el tema</p>
05/03/2017	15/03/2017	selección del editor de código	<p>Computador</p> <p>Internet o red local</p> <p>Luz</p> <p>Programador</p>
15/03/2017	15/04/2017	Creación del código	<p>Computador</p> <p>Internet o red local</p> <p>Luz</p> <p>Programador</p>

15/04/2017	15/04/2017	Entrega preliminar	Computador Internet o red local Luz Programador
15 /04/2017	30/04/2017	Análisis de errores de y corrección	Computador Internet o red local Luz Programador Experto en el tema
30/042017	10/05/2017	Publicación	Computador Internet o red local Luz Programador Experto en el tema Publicista
10/05/2017	15/05/2017	Mantenimiento	Computador Internet o red local Luz Experto en el tema

Nota: Elaboración propia (2016).

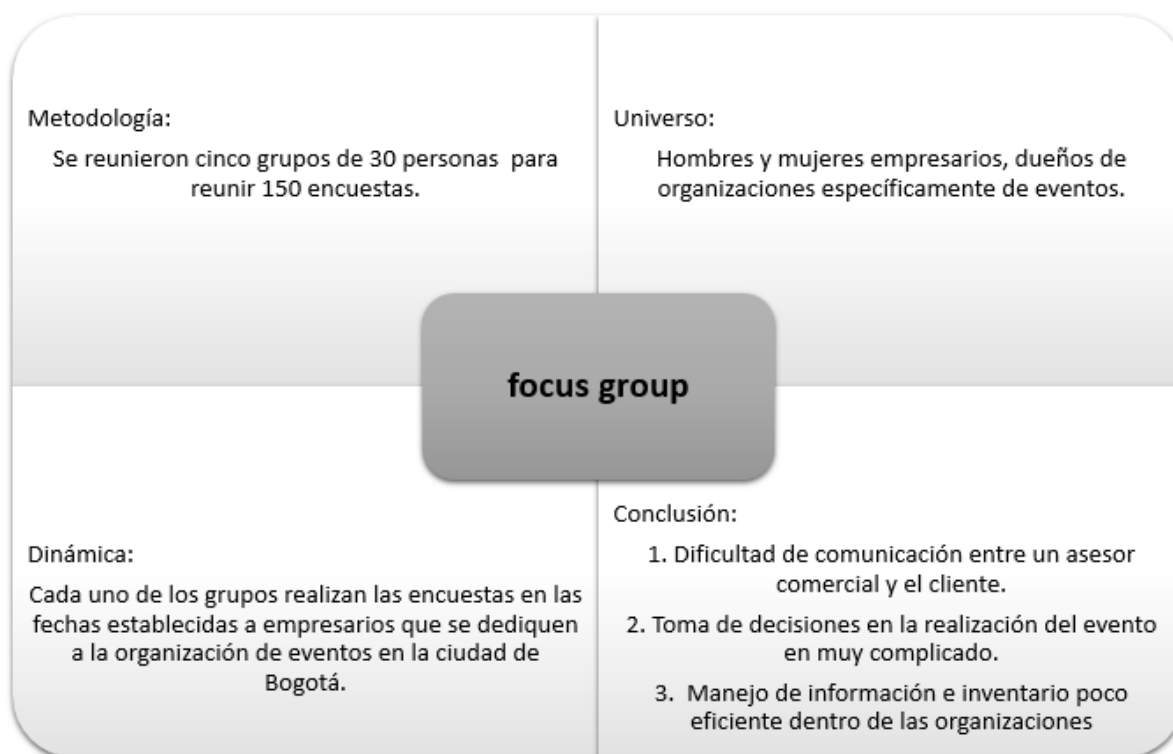
2.21. Focus Group

Figura N° 4

Focus group

Nota: Elaboración propia (2016).

Sección I



Ficha técnica de la investigación.

Ficha técnica - estudio cualitativo.

Tabla N°10

Ficha técnica del Focus Group

Metodología	<ul style="list-style-type: none"> ● Se reunieron cinco grupos de 30 personas para reunir 150 encuestas ● Las cinco sesiones se desarrollaron por medio de una serie de preguntas
--------------------	---

	<p>que se encontraban en una encuesta, haciendo una breve explicación del objetivo que se quería lograr y asimismo aclarando dudas que en el momento nacían por parte de los participantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Encuesta Anexo N°1
Universo	<ul style="list-style-type: none"> ● Hombres y mujeres empresarias, dueñas de organizaciones específicamente de eventos. ● También mujeres u hombres que asumen cargos gerenciales o asesores comerciales pertenecientes al gremio de eventos. ● Comprenden edades entre los 25 a 50 años.
Realización de las dinámicas	<ul style="list-style-type: none"> ● La dinámica de cada uno de los grupos se realiza en las fechas 20 de marzo del 2016 hasta el 30 de marzo del 2016; la cual se realiza en la ciudad de Bogotá.

Ficha técnica- estudio cualitativo en Bogotá

	Tipo	Desarrollo de la actividad
Focus group 1	<p>Se realizó con 10 empresarios de hoteles, en los cuales tenían funciones como: 6 vendedores de eventos, 3 organizadores y un coordinador.</p> <p>Por otro lado se tiene a 10 personas las cuales provienen de salones de eventos;</p>	<p>Dentro de la encuesta habían preguntas sencillas pero importantes para el buen desarrollo de la actividad, como: ¿Ha tenido algún inconveniente con el anfitrión? dentro de esta pregunta se puede evidenciar que de 30 personas el</p>

en los cuales también están conformados por 8 asesores comerciales y 2 organizadores. 98% si ha tenido problemas frecuentes y el otro 2% muy de vez en cuando.

Finalmente se tiene de un club de eventos 3 coordinadores, 2 organizadores, 4 asesores comerciales y 1 gerente del área de eventos.

**Focus
group 2**

Se realizó con un grupo de 30 personas las cuales están distribuidas de la siguiente manera:

10 personas de un restaurante para eventos, 10 personas de banquetes de Bogotá y por último 10 personas de centros de eventos.

En estos grupos se encuentran personas que ocupan cargos como asesores comerciales, coordinadores y algunos gerentes de eventos.

En esta sección se realizan preguntas como: ¿Qué tipo de problema ha tenido con el anfitrión?

Dentro de las opciones para responder la de mayor porcentaje fue la falta de comunicación, la cual tuvo un porcentaje de 43,8; por consiguiente se encuentra la opción 14,5 inconvenientes por la comida que se elige por el cliente no es la correcta.

**Focus
group3**

Igual que en los anteriores grupos 1 y 2 se reúne un grupo de 30 personas las cuales están distribuidas de la siguiente manera: 10 personas de salones de

Una de las preguntas que llamó la atención de los coordinadores del FOCUS GROUP fue ¿Cómo creería que podría mejorar la comunicación con sus

fiestas, 10 personas de un hotel y 10 personas de banquetes. Dentro de cada uno de los grupos de 10 se encuentran personas que ocupan cargos como asesores comerciales, coordinadores de eventos y en esta sección se encuentra un administrador de recepción el cual también tenía funciones dentro de los eventos del hotel.

clientes? Esta pregunta es abierta, de este modo se escucha las opiniones de cada uno de los integrantes. Por esta razón la mayoría del grupo de 30 personas contestó que sus clientes entendían detalladamente si tuvieran un contrato más claro y conciso donde se aclare por medio de algún grafico las decisiones tomadas entre las partes.

Se realizó con un grupo de 30 personas las cuales están distribuidas de la siguiente manera:

En esta sección se presenta la siguiente pregunta: ¿De qué forma muestra su portafolio de servicios?

10 personas de casas de eventos, 10 clubs y por último 10 personas de restaurantes de eventos.

Dentro de las opciones la de mayor porcentaje fue enviar el portafolio de servicios por medio del correo electrónico, donde comentaban que para algunos clientes no había información suficiente de sus servicios y en ocasiones esto hacía que perdieran a los nuevos clientes.

**Focus
group 4**

En cada uno de estos tres grupos se encuentra personal administrativo y operativo.

Focus Se realizó con un grupo de 30 personas Se realizó con un grupo de 30 personas

group 5	<p>las cuales están distribuidas de la siguiente manera:</p> <p>10 personas de haciendas para eventos, 10 salones de banquetes y por último 10 personas de hoteles.</p> <p>De la anterior forma en cada uno de los grupos se encuentra personal que ocupa cargos tanto administrativos como operativos, pero dentro del gremio de eventos.</p>	<p>las cuales están distribuidas de la siguiente manera:</p> <p>10 personas de casas de eventos, 10 clubs y por último 10 personas de restaurantes de eventos.</p> <p>En cada uno de estos tres grupos se encuentra personal administrativo y operativo.</p>
----------------	--	--

Nota: Elaboración propia (2016).

Sección II

Conclusión sobre cada una de las preguntas

- Preguntas como en el primer focus group, dan a mostrar que la dificultad de comunicación entre un asesor comercial y el cliente es muy alta, puesto que el pensamiento que tiene cada una de las personas es diferente conllevando a tener ideas diferentes y asimismo basándose en esto para la toma de decisiones.
- Dada la respuesta que dieron los anteriores participantes, conlleva a que los coordinadores del FOCUS GROUP preguntaran el tipo de problema, por ende se afirma lo que anteriormente se dice puesto que cada quien tiene una idea diferente, por ende tomar decisiones bajo estas circunstancias es muy complicado.
- Hoy en día el papeleo dentro de una organización no debería llevarse, puesto que la

información que se obtienen puede en cualquier momento perderse, por ende Creativity Event On-Line da facilidades a los empresarios para tener procesos internos más eficientes y asimismo más rápidos, de este modo cada uno de los empleados que hay dentro de las organizaciones de eventos tendrán la misma información y no solamente una persona.

2.22. Piloto de comercialización

Creativity Event On-line pretende construir una interfaz de prueba desechable la cual permitirá ver un demo del producto y dar la opción al cliente de evaluar si le interesa el producto o no, a su vez este está anclado a un formulario para que así la compañía pueda verificar el interés del público. Por tal motivo hacemos un gran énfasis en métodos publicitarios como redes sociales, SEM y SEO.

Otra forma en la cual se pretende comercializar es por medio del contacto personal, esto quiere decir que los asesores de Creativity Event On-line se comunicaran directamente con las diferentes empresas de eventos por medio telefónico buscando los números por internet y presentaran un brochure con los servicios que esta compañía presta.

3. Viabilidad técnica

3.1. Ficha técnica del producto.

Tabla N°11

Ficha técnica del producto.

PRODUCTO			
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO			
Nombre del Producto	Nombre del software	Línea de Producción	Formatos web
Versiones	1	Versión Actual	1
Anteriores	0		
Módulo	1/1		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO			
Descripción General del Producto	Simulador 3d y gestor de inventarios para empresas organizadoras de eventos		
Objetivo	Mejora de la comunicación entre el asesor comercial y el cliente las empresas organizadoras de eventos Optimizar las materias primas de las empresas organizadoras de eventos		
ARQUITECTURA			

Descripción	Java
REQUERIMIENTOS DEL PRODUCTO	
Requisitos del Sistema (sistema operativo)}	
<ul style="list-style-type: none"> • Ordenador Pentium 75 Mhz o superior con 8 MB de ram y 20MB de espacio libre en el disco duro. • Tarjeta gráfica Súper VGA. mínimo (640*480, 256 colores) • Tarjeta sonido compatible SoundBlaster. • Windows 95 o superior • Compatible con NT 4.0 o superior y Windows 2000 	
Hardware	Computador, teclado mouse, internet
Software	Java
Otros	
Requisitos del Sistema (Cliente)	
Hardware	Computador. Mouse, teclado,
Software	Java
Otros	No aplica
REQUERIMIENTOS	
Requerimientos Funcionales Generales	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenador Pentium 75 Mhz o superior con 8 MB de ram y 20MB de espacio libre en el disco duro. • Tarjeta gráfica Súper VGA. mínimo (640*480, 256 colores) • Tarjeta sonido compatible SoundBlaster.

	<ul style="list-style-type: none"> • Windows 95 o superior <p>Compatible con NT 4.0 o superior y Windows 2000</p>
Requerimientos Adicionales	No aplica
Requisitos Legales Aplicables	Licencia dada por la compañía
Cientes del producto	Empresas organizadoras de eventos

Nota: Elaboración propia (2016).

3.2.Descripción del estado de desarrollo del producto

El proyecto de Creativity Event On-Line está actualmente en la fase de ideación y validación, de este modo el equipo pretende tener las bases requeridas para arrancar.

Asimismo la hipótesis que se plantea durante el proyecto y se comprueba el impacto en el mercado; comenzando por medio de un prototipo rápido y fácil, ayudando así a llegar un producto que permita tener sus primeros clientes o usuarios.

3.3. Diseño de producto

En este apartado se da a conocer la forma en que el software de Creativity Event On Line comienza a diseñarse; es decir por medio de la ayuda de las socias frente a sus conocimientos de administración turística y hotelera, crear eventos hace parte de la especialidad, por ende para el

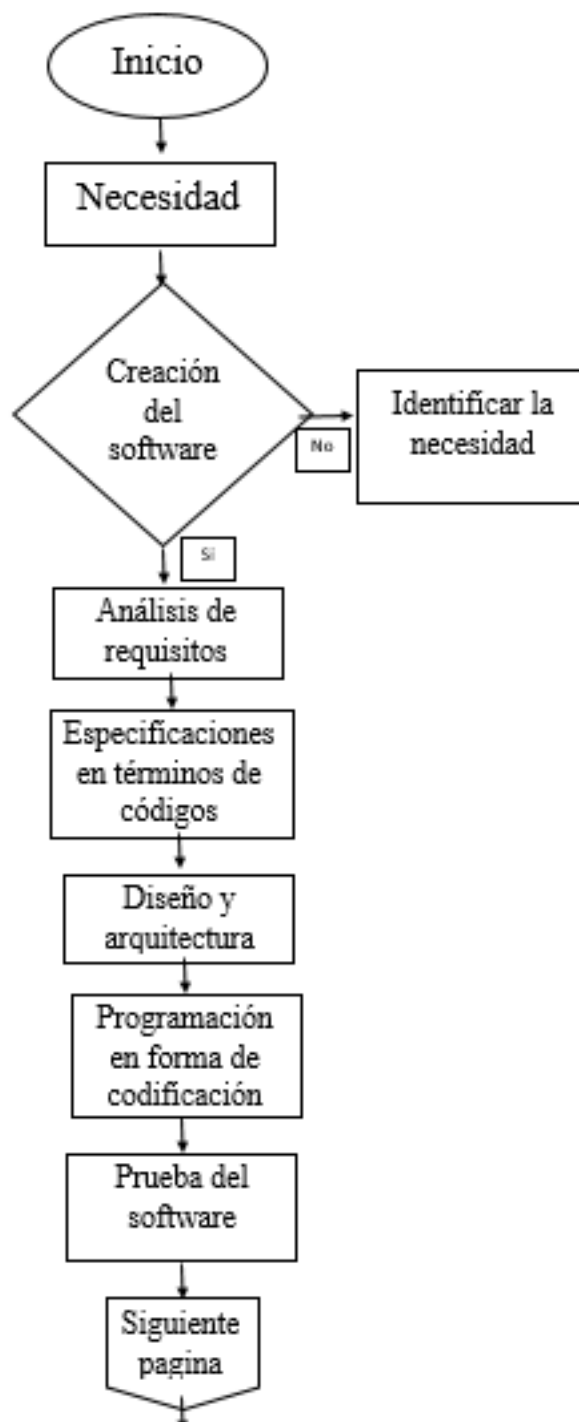
diseño del software, el grupo emprendedor se basan en las necesidades de las organizaciones de eventos, comienzan a diseñar el contenido del software junto con la ayuda de un ingeniero de sistemas el cual tiene como responsabilidad el diseño y arquitectura del software cumpliendo los requerimientos de las emprendedoras.

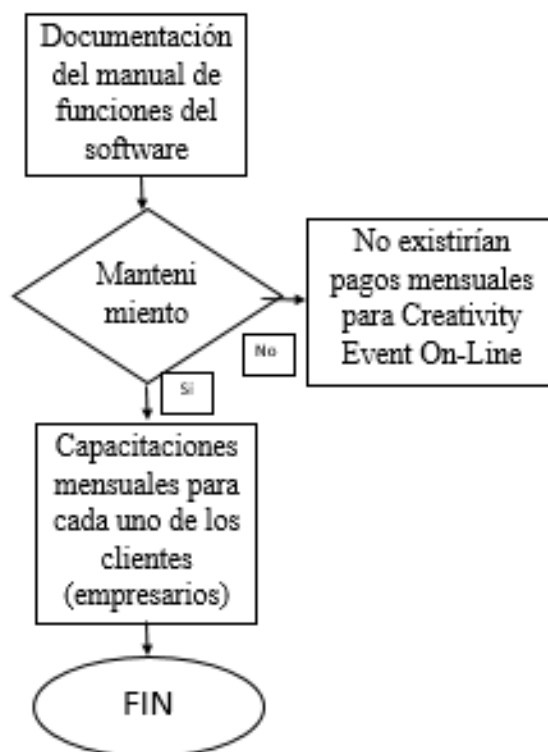
3.4.Diagrama de flujo

En esta sección se da a conocer el proceso de creación del software, basados en la necesidad encontrada en el mercado de eventos y asimismo se tiene en cuenta las ejecuciones y capacitaciones del mismo.

Figura N°5

Diagrama de flujo





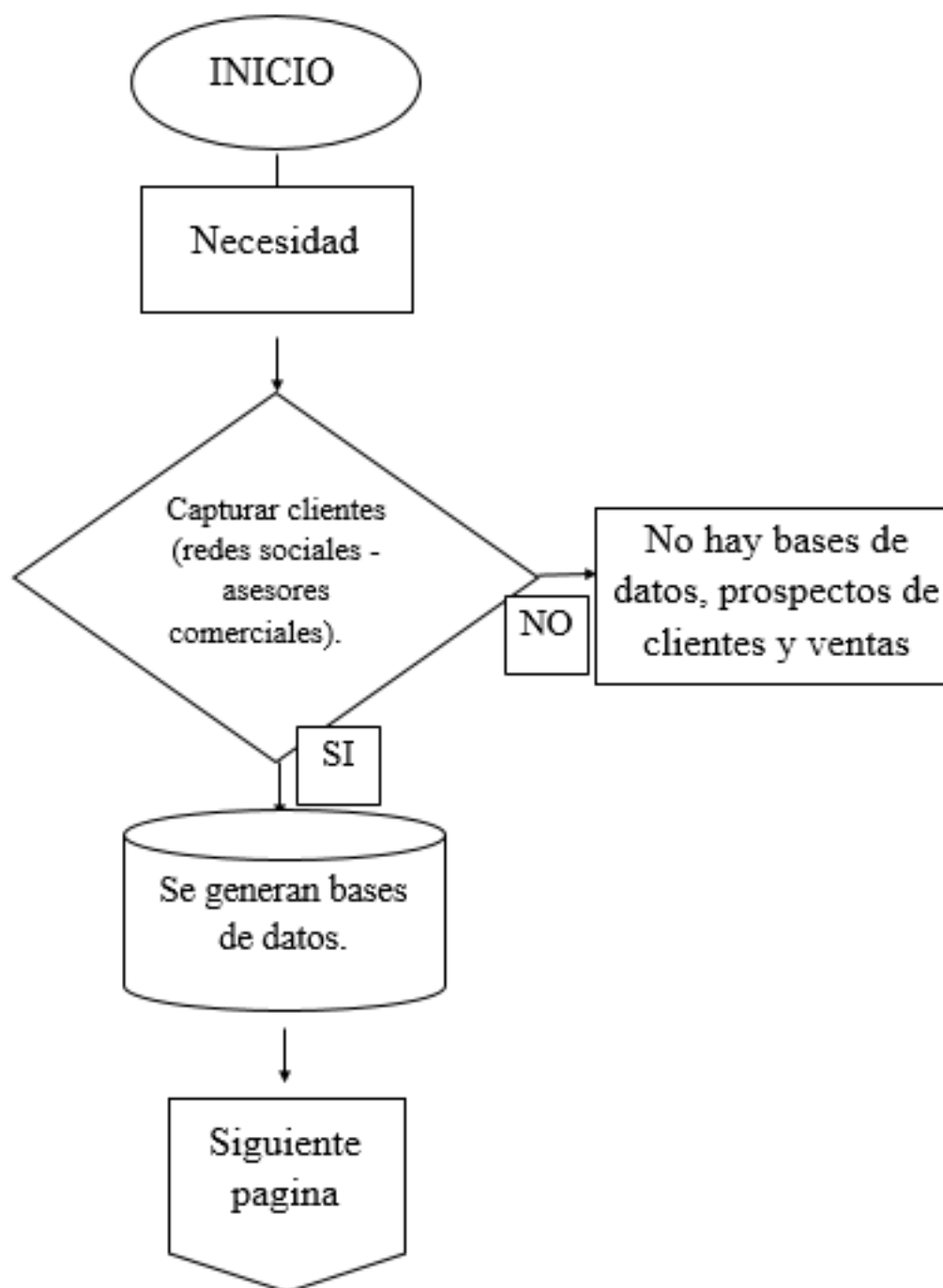
Nota: Elaboración propia (2016).

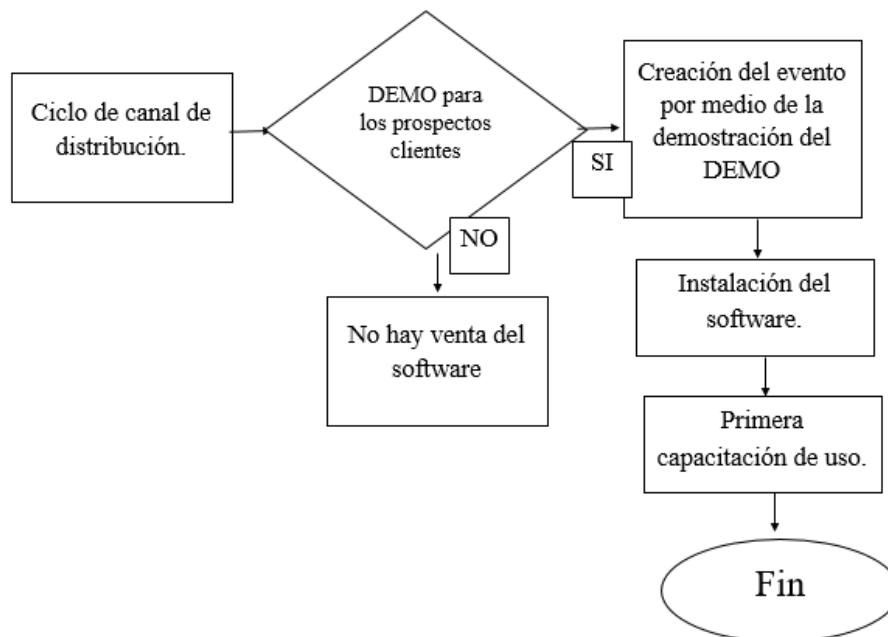
3.5. Diagrama de proceso.

En este diagrama se da a conocer el proceso de ventas del producto

Figura N° 6

Diagrama de procesos





Nota: Elaboración propia (2016).

3.6. Sistema de producción.

El sistema de producción de Creativity Event On-line se da desde el momento en que se crea el software, para ello es necesario:

- Capturar al cliente por medio de redes sociales y por contacto personal
- Se toma base de datos que es producto de la interfaz y el contacto personal con las empresas de eventos.
- Ciclo de distribución en el cual se presentara un demo al cliente y se logra así distribución del mismo.
- Instalación del software en equipos que requiera el cliente.

Creativity Event On-Line es un software de eventos, donde se ayuda al cliente

(empresario) a facilitar cada uno de los procesos internos que hay dentro de la organización y asimismo por medio de las capacitaciones para cada uno de los empleados de los clientes (empresario) ayudando al manejo del software y sus actualizaciones constantes, sin dejar de lado que para satisfacer cada una de las necesidades de los clientes finales promueve a la toma de decisiones por medio del simulador 3D; este software será retroalimentado con la información que los clientes finales le brindan a cada una de las empresas de eventos, de este modo se harán actualizaciones de dichos datos, por medio de los permisos requeridos de cada uno de sus propietarios, con el fin de crear un ciclo de información, es importante aclarar que este tipo de ciclos también se pueden evidenciar a través de cada uno de los empleados de las empresas dentro de los procesos internos, de este modo se da mejor calidad en la prestación del servicio a los diferentes eventos requeridos por los clientes.

3.7. Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología).

Para la empresa Creativity Event On-Line, es necesario los primeros tres meses utilizar la siguiente maquinaria tecnológica:

Tabla N°12

Equipo e infraestructura requerida (maquinaria y tecnología)

Maquinaria / servicios	Descripción técnica
Computadores	Creativity Event On Line usa computadores de un procesador 6ta Gen IntelR Core 17, memoria de 12 GB, Disco duro de 500 GB, Tarjeta de video dedicada, dispositivo óptico CD, DVD, RW.

Teléfono	Los teléfonos que usan la empresa Creatvity Event On Line son de modo inalámbrico para mayor facilidad de trabajo y comunicación.
Celulares	Usan dos celulares con el fin de salida y entradas de llamadas y el otro con el fin de utilizarlo para whatsapp. Un celular táctil, display de 5,2” memoria externa micro SD card 128 GB, Bluetooth, Gps, navegador web, Red GSM 3G 4G LTE, Player música, marcación por voz, cámara frontal, sistema operativo Android, cámara 13 Mpx, memoria interna ROM 16 GB RAM 2GB con wifi.
Tablets	Tablets de 16 Gb, 32 Gb, bluetooth 4,0 + wifi, RAM: 2GB, Android 5,0
Papelería	Hojas para imprimir (resma), esferos, grapadora, ganchos para grapar, perforadora, carpetas para archivar.
Hosting	GoDaddy de la web
Dominio	GoDaddy http://creativityeventonline.com

Nota: Elaboración propia (2016).

3.8. Procesos de control de calidad, proveedores y cadena de producción.

La primera fase de producción es la creación del software de eventos, que tiene el 100% de funcionamiento del cliente (empresario), el cual se encuentra encargado el ingeniero de sistemas y dos socias del equipo emprendedor, que realizan toda la parte operativa y funcional del software, como se mencionó anteriormente el ingeniero de sistemas trabaja de la mano con los capacitadores

para manejar un mismo lenguaje y asimismo obtenga la suficiente información para darla a conocer a los empleados de los clientes (empresario) de Creativity Event On-Line, esta fase también es importante para luego dar un buen servicio y cumplir con los beneficios que se ofrecen a la hora de obtener el software.

Una vez hecho el software, se procede a la comercialización del mismo por medio de la gestión comercial de la persona experta la cual fue elegida previamente por la empresa Creativity Event On-Line y asimismo dando a conocer los beneficios que puede tener a la hora de adquirir el software como también se da la confianza a cada uno de los clientes (empresario).

Proveedores

Los proveedores que escoge la empresa Creativity Event On –Line, depende de la calidad del producto solicitado, economía, buena atención, domicilios a tiempo (si son necesarios). Por esta razón se tiene en cuenta las siguientes empresas para la facilidad de trabajo y asimismo para comenzar la actividad económica.

Panamericana: proveedor de equipo de oficina y papelería.

Unilago computo: proveedor de equipos como computadores, Tablet y equipos móviles.

Hosting GoDaddy.com: proveedor de espacio en la web.

Dominio GoDaddy.com: proveedor del dominio de la página de Creativity Event On-line.

Ferretería Easy: proveedor de tomas corriente, extensiones, entre otros elementos necesarios para operación.

Internet claro: proveedor de red por cable e inalámbrica de internet.

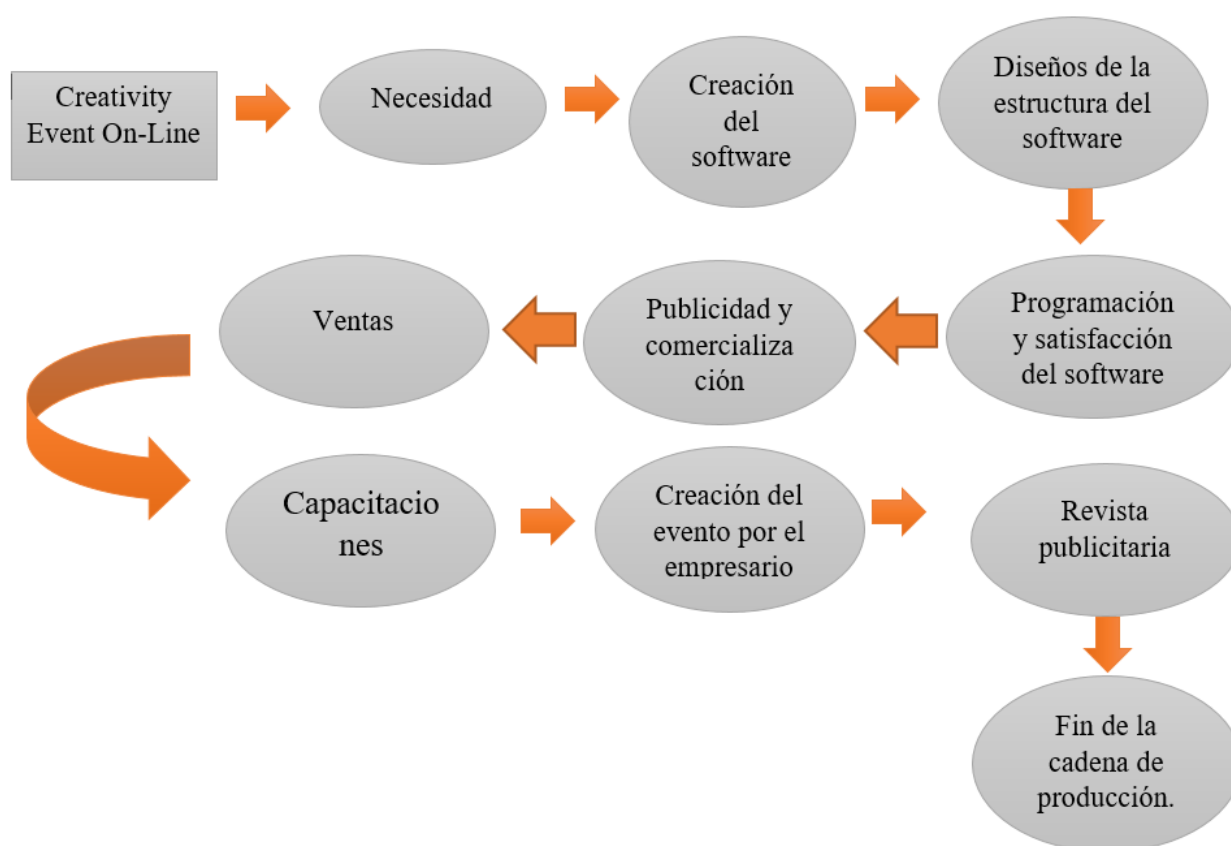
Móvil claro: proveedor de servicio telefónico móvil.

Fijo claro: proveedor de servicio telefónico fijo.

Grafico cadena de producción

Figura N°7

Cadena de producción



Nota: Elaboración propia (2016).

3.9. Plan de producción

El sistema de producción de Creativity Event on-Line es tecnológico solo se necesita la mano de obra de un ingeniero de sistema que será el encargado del diseño y el funcionamiento del software para la comercialización de los servicios que se prestaran, se requiere para la elaboración del sistema licencias y permisos para que sea una empresa legalmente constituida, el ingeniero de

sistema demora un lapso de 3 a 4 meses en la creación del software lo cual implica que en el proceso de pre-operación.

Tabla N°13

Plan de producción - Sistema y procedimientos

Factor	¿Presente?		Observaciones
	Si	No	
Existen nuevas tendencias sobre la creación de eventos sin importar su tipo. ¿El sistema está actualizado en este tipo de tendencias? ¿Cómo se le informa a los clientes (empresarios)?	X		El propósito de Creativity Event On-Line es que cada uno de sus clientes este actualizado y de este modo trabajar en junto con el sistema; de este modo existe un túnel de buen trabajo.
Para que los clientes (empresarios) estén actualizados constantemente sobre los cambios del software ¿Es importante mantener la capacitaciones para cada uno de los clientes?	X		Uno de los beneficios que ofrece la empresa Creativity Event On-Line son las diferentes capacitaciones cuando existen cambios en el software.
Dentro del software debe existir una coordinación y orden específica para	X		Durante el desarrollo de cada uno de los eventos que existen

<p>que durante la planeación y organización del evento sea acorde a la dirección y ejecución que debe existir durante el evento ¿Para que los clientes (empresarios) puedan ejecutar exitosamente estos métodos los empleados de Creativity Event On-Line también deben tener claro estas características?</p>			<p>dentro de cada una de las empresas de eventos (clientes), Creativity Event On-line debe mantener el control de cada una de sus herramientas y facilidades que se le han prometido al cliente (empresario) de este modo, trabajar de la mano y mantener la información actualizada para sus clientes es indispensable para el buen desarrollo.</p>
--	--	--	--

Nota: Elaboración propia (2016).

Tabla N°14

Plan de producción - Planeación de producción

Mes (Año de producción)	Unidad (Anual)	Producción del software	¿Qué se necesita?	¿Cómo se va realizar?
1-12	45	Seguridad	Estrategia para evitar el plagio o copia del software.	Por medio de la ayuda de un ingeniero de sistemas.
		Diseño	del Con la ayuda de las	El conocimiento y

	<p>contenido del software</p>	<p>del Administradoras Turísticas y Hoteleras junto y la experiencia de creación de eventos.</p>	<p>la experiencia de las personas que plantean la idea hacia el ingeniero de sistemas.</p>
	<p>Capacitaciones del software para los empleados de Creativity Event On Line.</p>	<p>Los capacitadores deben tener claro el funcionamiento del software para así poder aclarar dudas y explicar el funcionamiento de la misma.</p>	<p>Explicación por parte del Ingeniero de COMO funciona el software, pero así mismo basados en la experiencia de crear eventos.</p>
	<p>Inventario para realizar la actividad económica.</p>	<p>-Computadores. -Luz. -Internet. -Conocimiento (Creación de eventos, diseño y ejecución del sistema y publicidad).</p>	<p>Por medio de cada uno de estos implementos se realiza la actividad económica de Creativity Event On Line.</p>

Nota: Elaboración propia (2016).

Tabla N°15

Plan de producción - Control de producción o entrega del producto

Factor	¿Presente?		Observaciones
	SI	NO	
¿La entrega del producto (software) tiene un método fácil y accesible para el cliente (empresario)?	X		El método más fácil que tiene la empresa Creativity Event On-Line es por medio de internet, entrega la licencia a los clientes (empresarios) y accesibilidad constante que puede tener es constante.
A la hora de realizar las capacitaciones a los empleados de las organizaciones de eventos ¿El método de visitas personalizadas es más cómodo? ¿Existen otras formas? ¿Cuales?		X	La única forma que tiene habilitada la empresa Creativity Event On-line es la personalizada de este modo, para los capacitadores es más fácil hacerles entender a los empleados de los clientes (empresarios) cada una de sus

		dudas que puedan pasar justo en ese momento.
¿Se llevan los registros e informes esenciales de control sobre cada una de los clientes (empresarios)?	X	Al momento de entregar la licencia y el uso de cada una de sus actividades se debe tener en cuenta que antes de comprar se deben llenar una serie de formatos y documentos vía on-line donde se verifique su actividad comercial y la necesidad.

Nota: Elaboración propia (2016).

3.10. Manejo y selección de proveedores

En el siguiente cuadro se da a conocer cuatro fases que tiene Creativity Event On-Line para los proveedores, de este modo se encuentran los criterios de elección del proveedor, tiempo estimado de pago por los productos acordados entre las dos partes, políticas de pago que acordó la empresa y asimismo deben ser claros para los proveedores seleccionados y por último los beneficios que la empresa espera obtener de cada uno de estos.

Tabla N°16

Manejo y selección de proveedores

Criterios	Tiempo de pago	Políticas de pago	Beneficios
<p>La empresa Creativity Event On-Line elige a sus proveedores por medio de seis criterios, que son:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La calidad del producto sea el que la empresa necesita. -La economía del producto sea cómodo y satisfactorio para la organización. -Al momento de que el producto se agote, este proveedor se encuentre con tiempo mínimo de un día para entregar su producto. -El proveedor sea 	<p>Creativity Event On-Line tienen proveedores muy pequeños, en los cuales no depende tanto de ellos, por ende proveedores como la papelería, implementos de aseo, hosting y dominio de la página web; hacen que los pagos de esta sean de un modo de pago inmediato.</p>	<p>Creativity Event On-Line maneja tres políticas importante para el pago a proveedores, estas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> -El área contable debe verificar que el proveedor si sea el correcto. -El personal de Creativity Event On-line debe verificar que el producto solicitado si sea el correcto y asimismo se encuentre en buen estado. -El área contable debe verificar la factura con 	<p>Al momento de seleccionar los respectivos proveedores, deben beneficiar a la empresa de Creativity Event On-Line en:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Facilidad de obtener el producto. -Los medios de pago ya sea vía internet o en efectivo sean cómodos para el personal de la empresa. - Si las dos partes acordaron un tiempo estimado para que el producto llegue a la empresa, se debe

<p>honesto con el producto, que no solamente dio a conocer la primera vez sino siempre.</p> <p>- El proveedor tenga el servicio de domicilio, puesto que la empresa no tiene el tiempo para recoger los productos que la empresa necesite.</p> <p>-El proveedor debe tener diferentes modalidades y facilidades de pago.</p>		<p>todo lo respectivo a ello.</p>	<p>cumplir.</p>
--	--	-----------------------------------	-----------------

Nota: Elaboración propia (2016).

4. Viabilidad administrativa y organizacional

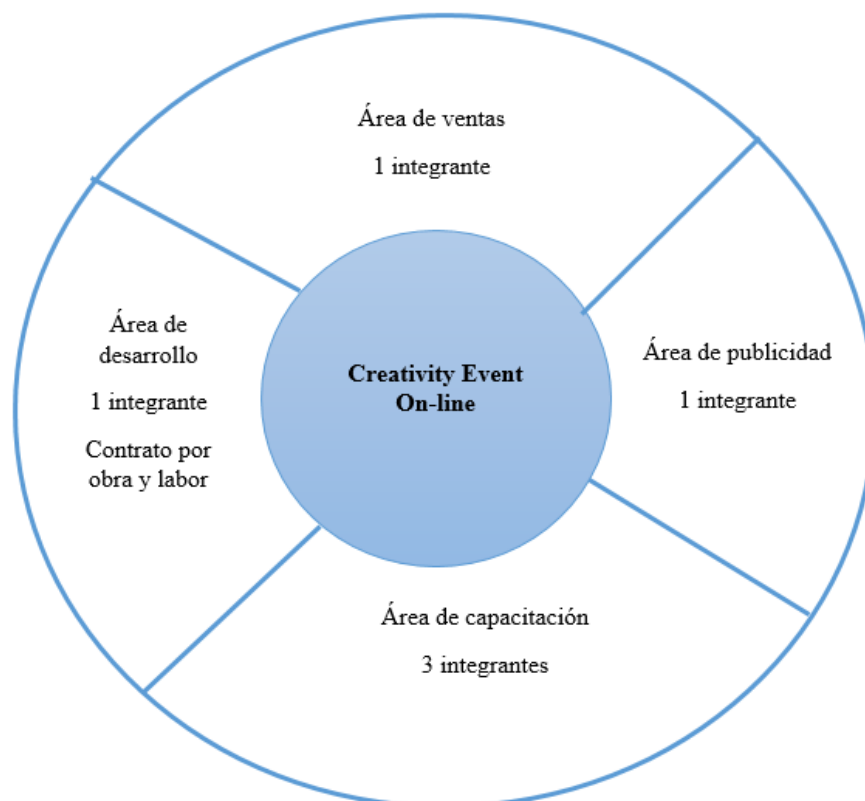
4.1. Organigrama: Presentar los diferentes roles de manera lógica y estructurada.

A continuación los según las necesidades y habilidades de la empresa

Figura N°8

Organigrama

Nota: Elaboración propia (2016).



Por otro lado se da una breve explicación sobre cada una de las áreas existentes dentro de la organización de Creativity Evento n Line, dando a conocer cuatro aspectos importantes a tener en cuenta en cada una de las áreas.

Tabla N°17

Descripción de cargos

Áreas	/ Cargos	Competencias	Conocimientos	Experiencia	Habilidades
Descripción					
Área de Asesora		Comunicación.	En ventas.	Experiencia	Hacerse

ventas	Comercial	Tolerancia.	Sobre	el	mínima	de	entender.
		Imaginación.	producto.		un año.		Amabilidad
			Word y Excel.				y carisma.
			Creación	de			
			eventos.				
Área	de Marketing	y Creatividad.	En	diferentes	Experiencia		Creatividad.
publicidad	publicidad	Trabajo	en	tipos	de	de un año.	Mantenerse
		equipo.		creación	de		informado
				publicidad.			(leer).
Área	de Capacitadores	Creatividad.	Sobre	el	Experiencia		Hacerse
capacitación		Comunicación.	software.		mínima	de	entender.
			Sobre	creación	seis meses.		Saber
			de eventos.				comunicar
							sus ideas.
Área	de Ingeniero	de Creatividad.	Creación	de	Experiencia		Saber
desarrollo	sistemas	Saber	software.		mínima	de	ejecutar las
		escuchar.			un año	y	ideas.
					medio.		Saber
							escuchar.

Nota: Elaboración propia (2016).

Es oportuno aclarar que el grupo innovador empresarial de Creativity Event On-Line, son

las personas que desempeñan propiamente en cada uno de estas áreas, pues tienen las capacidades y habilidades suficientes aun, así este proyecto también debe desarrollarse por medio de un ingeniero de sistemas y asimismo junto con la ayuda de una persona experta en ventas.

Área de ventas quien se encarga del impulso de las ventas del software por medio de la página web y con visitas personalizadas.

Área de capacitación donde está el equipo que se encarga de enseñar a los clientes en el funcionamiento y uso del programa.

Área de desarrollo, Encargado del desarrollo y actualización del software a su vez debe estar atento de la estabilidad del sistema.

Área de publicidad: es la persona encargada del diseño de publicidad de las redes sociales (Facebook, twitter, instagram, google plus, etc.), asimismo sin dejar de lado la revista on-line de la empresa, realizar la campañas publicitarias por medio de la página web o YouTube y por último los brochure para cada uno de los clientes (empresario).

Hay que destacar que la compañía al principio solo iniciara labores con las creadoras del proyecto y con el tiempo se crearan más cargos pues a medida que la compañía crezca se necesitaran de estos.

4.2. Misión, Visión y Objetivos.

4.2.1. Misión

Brindar a las empresas prestadoras de servicios de eventos una herramienta de software para facilitar la comunicación entre la organización y el cliente final.

4.2.2. Visión

Creativity Event on-Line desea que para el año 2019 sea una empresa reconocida nacionalmente, cumpliendo su primer objetivo para las organizaciones de eventos, facilitar el trabajo y la comunicación de los asesores comerciales y los clientes.

4.2.3. Objetivos Generales

Incrementar el reconocimiento de Creativity Event On-line en el mercado bogotano, para que así las proyecciones de ventas se logren y comenzar a hacer una empresa competitiva.

4.2.4. Objetivos Específicos

Desarrollar el potencial de los vendedores de Creativity Event On-line por medio de capacitaciones e integraciones para que así conozcan mejor el producto y puedan realizar una buena y efectiva venta.

Establecer un número determinado de ventas para poder comparar la empresa Creativity Event On-Line junto con otras empresas de software de eventos.

Crear la revista de Creativity Event On-Line como una motivación para usar adecuadamente el software y asimismo creando eventos innovadores.

Identificar a la empresa Creativity Event On-Line como una de las mejores herramientas tecnológicas para eventos a nivel nacional.

Realizar actualizaciones constantes del producto y suplir necesidades del mercado con tecnologías adecuadas.

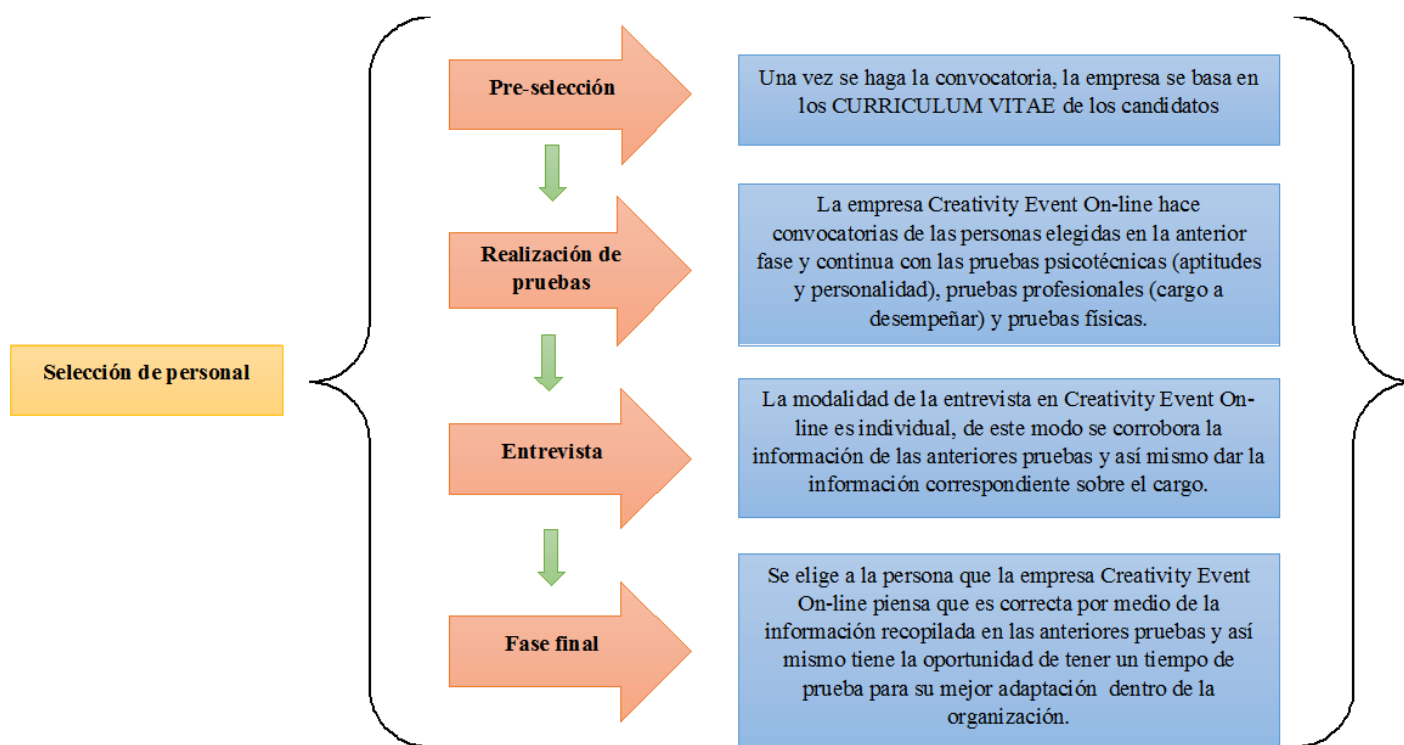
4.3. Recursos humanos: proceso de reclutamiento y selección.

Creativity Event On-Line para contratar a sus empleados realizan pruebas para poder elegir al personal idóneo, es debido aclarar que los únicos cargos donde se deben contratar un nuevo personal es el Auxiliar de sistemas y asesor de ventas, por ende tener empleados seguros y sin cambios constantes, hace que la organización se desarrolle adecuadamente.

De esta manera, Creativity Event On-Line tiene cuatro fases que el grupo empresarial determinó para la selección oportuna y adecuada del personal, estas son:

Figura N°9

Proceso de reclutamiento y selección



Nota: Elaboración propia (2016).

4.4. Entrenamiento, número de empleados, descripción de funciones y remuneración.

Creativity Event On-line realiza actividades de entrenamientos a sus empleados por medio de simulaciones reales del entorno laboral, juegos de roles y conferencias enfocados a los capacitadores y vendedores de la compañía; estas actividades se realizarán según el cargo y según las tareas asignadas para el mismo.

Para la realización de los cargos de la compañía los empleados se verán involucrados en estos tres tipos de actividades de entrenamiento con el fin de capacitar y hacer efectivos a cada una de estas personas en la realización de su labor diaria.

La simulación real del entorno laboral se realizará con el fin de corregir errores antes de que la persona ocupe el puesto y así tomar medidas correctivas para que este pueda desempeñar su labor de la mejor manera.

Los juegos de roles principalmente se realizarán para los vendedores, es esta permitirá corregir debilidades y fortalecer habilidades comerciales que los empleados tengan y también enseñar diferentes técnicas de ventas a los empleados, y así que sean efectivos con la venta del producto de la compañía.

La última actividad de entrenamiento que se realiza es la conferencia, y se realiza con el fin de dar a conocer el producto de la compañía y también la introducción al puesto que se desee ocupar por el empleado, esto permitirá objetivos claros para el empleado y los que debe realizar dentro de su puesto.

Cada uno de estas actividades ocupa 30 minutos para su realización y su realimentación para cada uno de los empleados de Creativity Event On-line.

Creativity Event On-line actualmente tiene en su nómina a 4 personas las cuales ocupan

los siguientes cargos:

3 capacitadores, los cuales se encargan de la instalación y de enseñar a los clientes a utilizar de la mejor manera el software de Creativity Event On-line, así que darán una capacitación a cada empresa organizadora y desarrolla de eventos que compre el software de esta compañía.

1 Persona encargada de ventas, el cual se encarga de contactar, gestionar y vender a la diferente empresa potenciales que deseen adquirir el software.

1 publicista, el cual se encarga del manejo de todas las redes y medios por los cuales Creativity Event On-line se da a conocer en el mercado, también se encarga de diferentes campañas publicitarias e ideas frescas para hacer conocida a la compañía.

También se contrata periódicamente a un contador para que se haga cargo de toda la parte financiera de la compañía y un técnico de sistemas para que haga un apoyo en las actualizaciones del software.

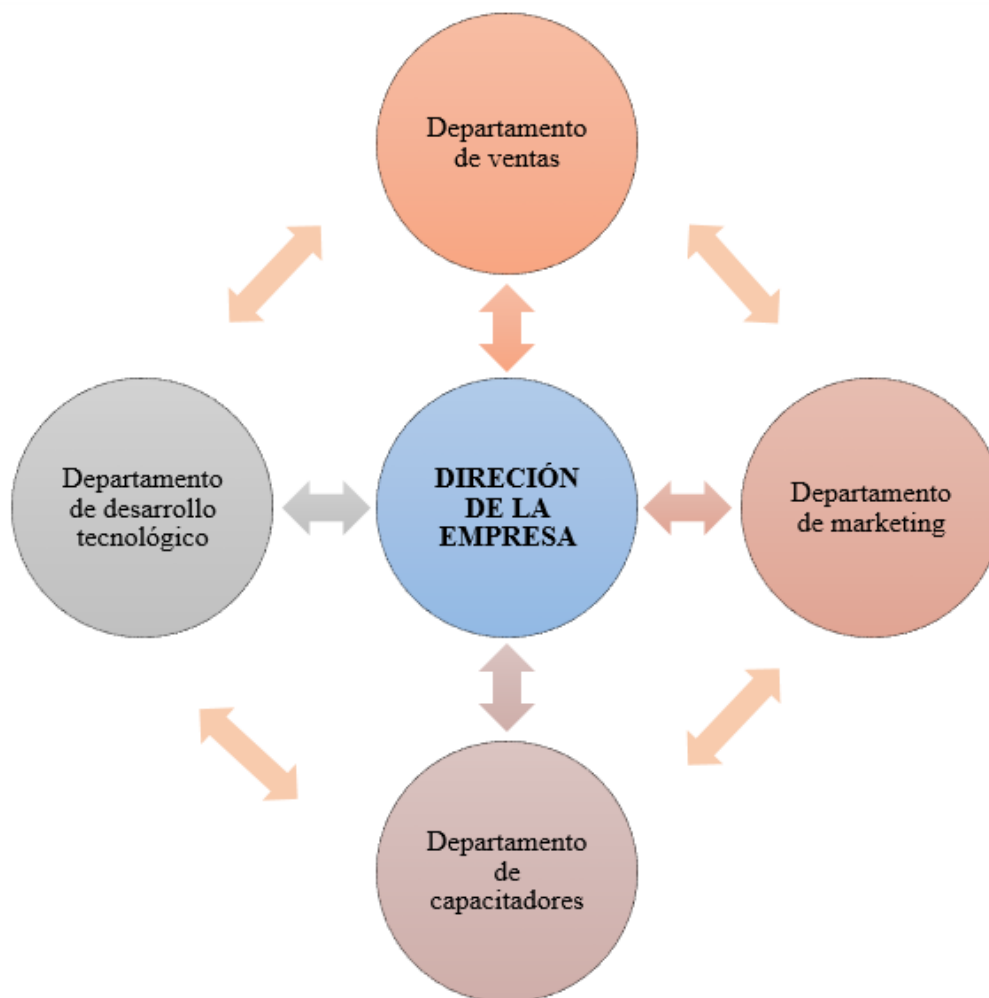
Los empleados contratados por nómina tiene un contrato a término indefinido y sus honorarios oscilan entre \$700.000 a \$1.000.000 millón de pesos dependiendo del cargo en la compañía.

4.5. Comunicación interna

En este apartado Creativity Event On-line da a conocer la comunicación interna de la compañía:

Figura N°10

Comunicación interna



Nota: Elaboración propia (2016).

En el anterior diagrama se identifica el proceso de comunicación de la empresa internamente, este diagrama la comunicación se da de lado a lado esto quiere decir que de ser necesario los diferentes departamento se comunican entre sí, la comunicación también se da entre la dirección de la empresa y los diferentes departamentos de ser necesario, esto quiere decir que la información dentro de la compañía siempre fluye ente los entes que la conforman.

4.6. Análisis DOFA

Tabla N°18

Análisis DOFA

	Fortalezas	Debilidades
<p>Análisis DOFA</p> <p>Creativity Event On-Line</p>	<p>1. Innovación en el producto por medio de simulador 3D.</p> <p>2. Experiencia en el campo de realización y organización de eventos por parte del equipo emprendedor.</p> <p>3. Producto fácil de distribuir por medio de la web.</p> <p>4. Producto interactivo y fácil de manejar.</p>	<p>1. No contar con el suficiente reconocimiento en el mercado bogotano.</p> <p>2. Error humano en el momento de la organización del evento.</p> <p>3. Muy poco conocimiento por parte de las empresas del uso de software para la organización y ejecución de eventos.</p> <p>4. Empresa con modestos recursos que incursiona en un mercado poco explorado en Bogotá.</p>
Oportunidades	Estrategias fo	Estrategias do
<p>1. Mercado de empresas de eventos demandan una herramienta tecnológica que ayude a la organización de</p>	<p>1. Alianzas con diferentes entes del estado para que incentiven a las empresas de eventos a implementar el software en su</p>	<p>1. Desarrollar fuertes campañas de publicidad para ser la empresa más fuerte y reconocida en el mercado y así</p>

<p>eventos.</p> <p>2. Pocos competidores en el mercado.</p> <p>3. Empresas de eventos interesadas en hacer eficiente y eficaz su operación.</p> <p>4. Diferentes entes del estado que desean que las empresas de eventos empleen más herramientas tecnológicas, para que así sean más competitivas mundialmente.</p>	<p>operación.</p> <p>2. Dar a conocer a las diferentes empresas del sector el producto de Creativity Event On-line y lo fácil que es su uso para mejorar procesos de su operación.</p>	<p>lograr fidelizar a los clientes por medio de la entrega de un producto de alta calidad que logre solventar la necesidad existente en cada empresa de eventos.</p> <p>2. Capacitar a las empresas prestadoras de servicios de eventos para el aprovechamiento total del software.</p>
Amenazas	Estrategias fa	Estrategias da
<p>1. Poca aceptación por parte de algunas empresas de eventos que no confíen en herramientas tecnológicas.</p> <p>2. Crecimiento lento de la empresa por no ser un producto conocido en el mercado.</p> <p>3. Miedo a reestructuración de</p>	<p>1. Cultivar confianza a las empresas por medio de campañas de publicidad, para que así conozcan los beneficios de implementar herramientas tecnológicas en su operación.</p> <p>2. Garantizar un servicio competitivo y un producto que sea de gran ayuda para las</p>	<p>1. Generar valor agregado a nuestros servicios y a nuestro producto para que el cliente satisfecho nos recomiende.</p> <p>2. Mejorar infraestructura interna paulatinamente y así lograr reconocimiento en el mercado.</p>

<p>la cultura organizacional de las empresas de eventos al implementar el software.</p> <p>4. Innovación tecnológica de las empresas competidoras existentes en el mercado.</p>	<p>empresas de eventos.</p>	
---	-----------------------------	--

Nota: Elaboración propia (2016).

4.7. Características de la propiedad intelectual y de patentes, en caso de necesidad

Creativity Event On-line debe tener en cuenta este producto que es un software en la legislación colombiana no se considera innovación, por ende no necesita de una patente, porque desde el momento de su creación es susceptible a protección legal de acuerdo con el artículo 9 de la ley 23 de 1982.

También Creativity Event On-line realiza el correspondiente registro del nombre comercial ante la Cámara de Comercio y verificar que no hay otra empresa o persona natural registrada con el mismo nombre, este procedimiento también se puede realizar por medio de la página de internet de la Cámara de Comercio, como se evidencia en la siguiente imagen:

➤ Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social Nombre	Razón Social Palabra Clave	Número de Identificación	Matrícula Mercantil	Registro Nacional de Turismo
<p>Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas.</p> <p>Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso</p>				
<p>Razón social: Creativity Event On-line</p>				<p>Consultar</p>

4.8. Fortalezas y debilidades del equipo actual

Tabla N°19

Fortalezas y debilidades del equipo actual

Nombre	Foto	Perfil
<p>Leidy Dayyana Almanza Romero</p>		<p>Tecnóloga en administración turística y hotelera y está optando por el grado profesional como administradora turística y hotelera.</p> <p>Tiene la capacidad de comunicación con diferentes tipos de personas, tiene habilidades comerciales que le permiten desenvolverse en cualquier ámbito laboral; actúa con lógica ante cualquier problema que se le presente, sabe manejar cualquier situación de tensión obteniendo el mejor resultado posible.</p>

<p>Wynny Karina Rivera Prada</p>		<p>Tecnóloga en administración turística y hotelera y está optando por el grado profesional como administradora turística y hotelera.</p> <p>Su experiencia es basada frente a organización y asignación de trabajos en específico, y así la estructura de los mismos, lidera cualquier actividad laboral y académica donde recibe datos informáticos muy importantes y sabe cómo utilizarlos analizando la importancia de la información allí suministrada. Tiene habilidades de líder el cual le permite de una manera más fácil el manejo de personas.</p>
<p>Johana Carolina Molina Ramírez</p>		<p>Tecnóloga en administración turística y hotelera y está optando por el grado profesional como administradora turística y hotelera.</p> <p>Tiene la capacidad de adaptarse a los cambios, y trabajo en equipo para llegar a su culminación.</p> <p>Dispuesta adquirir nuevos conocimientos,</p>

		para así ser eficaz en el trabajo asignado, con una disciplina fortalecida
--	--	--

Nota: Elaboración propia (2016).

4.9. Plan de implementación

Tabla N°20

Plan de implementación

Tarea	Plazo	Semanas												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Inicio de Operación	1 semana													
Investigación de mercados	4 semanas													
Inducción y capacitación de socias	2 semanas													
Inducción y capacitación clientes	3 semanas													

Nota: Elaboración propia (2016).

4.10. Plan de compras

En este apartado se da a conocer el plan de compras de Creativity Event On-line, al ser una empresa que comercializa y crea un software para empresas dedicadas a eventos, el siguiente plan de compras se ajusta a las necesidades de esta compañía ya que la producción de este producto no necesita comprar insumos mes a mes, sino solo cuando se desee o necesite una mejor tecnología tal y como se muestra a continuación.

Tabla N°21

Plan de compras

PLAN DE COMPRAS MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINA						
CENTRO DE COSTOS	PRODUCTO	ESPECIFICACIONES	MES PROYECTADO DE COMPRAS 1-12	CANTIDAD	VALOR UNITARIO IVA INCLUIDO	VALOR TOTAL IVA INCLUIDO
Ventas	Tablet	Samsung Galaxy Tab A	1	1	\$ 839.000	\$ 839.000
Producción	Computador A	Lenovo All In one 21,5 c 40-30	1	1	\$ 1.949.000	\$ 1.949.000
Ventas	Computador B	Hp All In one R104 LA (3)	1	1	\$ 1.764.000	\$ 1.764.000
Ventas	Computador C	Hp All In one R104 LA (3)	1	1	\$ 1.764.000	\$ 1.764.000
Admon.	Computador D	Hp All In one R104 LA (3)	1	1	\$ 1.764.000	\$ 1.764.000
Ventas	Celular A	Celular (2)	1	1	\$ 780.000	\$ 780.000
Admon.	Celular B	Celular (2)	1	1	\$ 780.000	\$ 780.000
Admon.	Aseo y cafetería	Aseo y cafetería	Trimestral	4	\$ 50.000	\$ 200.000
Admon.	Papelería	Papelería varia	Trimestral	4	\$ 150.000	\$ 600.000

PLAN DE COMPRAS PARA ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS						
CENTRO DE COSTOS	PRODUCTO	ESPECIFICACIONES	MES PROYECTADO DE COMPRAS 1-12	CANTIDAD	VALOR UNITARIO IVA INCLUIDO	VALOR TOTAL IVA INCLUIDO
Admon. Y Ve	Servicios publicos	Luz, agua, internet	Bimestral	6	\$ 92.500	\$ 555.000
Admon.	Publicidad y propagand	Publicidad varia	12	6	\$ 805.000	\$ 4.830.000

Nota: Elaboración propia (2016).

4.11. Entes y/u organismos que apoyen la gestión y desarrollo del proyecto

En el siguiente apartado se da a conocer las entidades y/u organismos que apoyen a la gestión y el desarrollo de proyectos empresariales, que son:

Fondo emprender SENA, incubadoras de empresas de base tecnológica, universidades - consultorio Gerencial, Universidades de consultorio Jurídico, Fondo nacional de garantías, instituto de fomento industrial, Finamerica, Banco Caja Social, Finagro, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Pro Export, Bancoldex, Dian, Cooperativas, tecnoparques, Centro de ciencia y tecnología de Antioquia CTA, RUTAN, Tecnova, Parquesoft, HubBog, Oppino, Apps.co, Innpulsa, Connect Bogotá, Centro de Innovación y desarrollo tecnologico-País del conocimiento, Gestando, Colombia digital, COLCIENCIAS, La Cámara de Comercio e Industria.

Financia proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que se encuentren en el último año de la carrera profesional) o Profesionales que no superen dos años graduados.

Tabla N°22

Organismos que apoyen la gestión y desarrollo del proyecto

Nombre	Descripción	Forma de apoyo
Sena	Instituto educativo publica d formación académica técnico, tecnólogo y progresivo.	Financia proyectos empresariales provenientes de aprendices, practicantes universitarios (que se encuentren en el último año de la carrera profesional) o profesionales que no superen dos años graduados. Capsula. Fondo Emprender (2015). Recuperado el 30 de enero del 2017 http://www.fondoemprender.com/SitePages/Home.aspx
Apps.co	Entidad que apoya estrictamente emprendimientos digitales y especializadas para celulares, software entre otros.	Apoyados por la entidad de Colciencias realizan un proyecto junto con el acompañamiento de profesionales para crear un nuevo negocio y basados en la idea.
Ministerio	Entidad pública conformada por entidades	Por medio de la idea de negocio que

de Industria y Turismo privadas o públicas de turismo las cuales desarrollan actividades que benefician al sector, las cuales son regidas por esta el Ministerio de Industria y Turismo.

tenga la persona, comienzan un ciclo de emprendimiento apoyados por créditos cubriendo todo lo que el emprendedor necesita para su negocio; esto si es aprobado y demuestre financieramente viabilidad durante un periodo máximo de dos años.

Colciencias es el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación. Promueve las políticas públicas para fomentar la CTI (Ciencia, Tecnología e Innovación) en Colombia.

Apoyados por la entidad de Apps.com apoyan a los emprendedores por medio de proyectos o ideas, los cuales están acompañados por los profesionales

Colciencias Preguntas Frecuentes. Colciencias (2016). Recuperado el 30 de enero del 2017 <http://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/preguntasfrecuentes-colciencias.pdf>

relacionados con el gremio y la creación de negocio.

Como se ha mencionado anteriormente son apoyados financieramente, siempre y cuando demuestren viabilidad.

5. Viabilidad financiera

5.1. Objetivo a corto, mediano y largo plazo

Objetivo a corto plazo

Finalizar el préstamo que se adquirió con el banco para la primera inversión de la empresa Creativity Event On-line, para así bajar las deudas de la empresa.

Objetivo a mediano plazo

Incrementar las ventas para el segundo año de operación en un 40% y así generar más rentabilidad en la empresa.

Objetivo a largo plazo

Realizar inversiones con un buen margen de retorno para así generar un crecimiento financiero en la empresa.

5.2. Estados de Ingresos y Egresos

Anexo 2. Estado de ingresos y egresos.

5.3. Análisis de costos y gastos

Anexo 3. Análisis de costos y gastos.

5.4. Inversión inicial y retorno sobre la inversión.

Anexo 4. Inversión inicial y retorno sobre la inversión.

5.5. Flujo de efectivo e indicadores financieros.

Anexo 5. Flujo de efectivo e indicadores financieros.

5.6. Estados financieros y Balance General.

Anexo 6. Estados financieros y balance general.

5.7. Análisis de sensibilidad e índices financieros.

Anexo 7. Análisis de sensibilidad e índices financieros.

5.8. Fuentes de apoyo financiero

Como fuentes de apoyo financiero para la realización del proyecto la primera de ellas es Fondo Emprender en la convocatoria 127 que financia iniciativas empresariales en cualquier sector económico para el departamento de Cundinamarca, se eligió esta convocatoria por que este fondo ofrece varios beneficios, el primero de ellos es que el capital entregado por el estado para el emprendimiento empresarial no pagara renta ni ganancia ocasional, lo cual nos ahorrar dinero el momento de la declaración anual de renta y ese dinero se podrá invertir en otros recursos de la empresa, otro beneficio es que la entidad nos acompañara en el proceso de la realización del plan de negocios y luego de eso se tiene el acompañamiento para la constitución de la empresa para que en 12 meses la empresa se encuentre en total funcionamiento en el mercado; por estos beneficios y el monto que se da en esta convocatoria se elige este fondo como una de las fuentes de apoyo financiero.

Otra fuente de apoyo financiero fue de la Cámara de Comercio “cree su empresa” este fondo trae beneficios como la evaluación del proyecto, esta evaluación se hace en línea y con la

idea del negocio, lo que hace el fondo es una evaluación del plan de negocio y que tan viable es, esto es beneficioso para Creativity Event On-line pues nos da más certeza en el momento de ingresar en el mercado, además también hay total acompañamiento del fondo en todo el momento de la constitución de la empresa y durante el primer año de funcionamiento eso también favorece a la empresa. Para este fondo no hay ninguna convocatoria a la cual aplicar solamente es necesario acercarse a la cámara de comercio de Bogotá y presentar la idea negocio o realizar el diagnóstico del proyecto en línea el cual se encuentra publicado en la página oficial de la cámara de comercio e iniciar el proceso.

Mintic también hace lanzamientos de convocatorias enfocadas a nuevas herramientas tecnológicas como lo es la convocatoria “descubrimiento de negocios tic”, la cual se lanzó en el mes de marzo y cerró el mes de mayo del año 2016, así que Creativity Event On-line se encuentra a la espera de una nueva convocatoria como la mencionada anteriormente.

6. Viabilidad legal

6.1. Constitución y legalización de la empresa

Creativity Event On-line decide constituir la empresa por medio de la Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S la cual es una empresa de sociedad comercial de capital, innovadora en el derecho societario Colombiano, la cual según estimula el emprendimiento debido a las flexibilidades y facilidades que posee para su constitución y funcionamiento. Este tipo de sociedad se constituye por una o varias personas sean naturales o jurídicas.

Esta constitución jurídica aplica para la empresa Creativity Event On-Line puesto que el número de socios son tres y su actividad económica es de tipo innovador; la forma de constituir

este tipo de empresa es: nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas

- Razón Social seguida de las letras “SAS”.
- El domicilio principal de la sociedad y las sucursales.
- Término de duración, puede ser a término indefinido
- Enunciación clara de las actividades, puede ser indefinido para realizar cualquier actividad lícita.
- Capital Autorizado, Suscrito y Pagado. Número y clase de acciones, términos y formas en que se pagarán.
- Forma de administrar, con documentos y facultades de los administradores. Cuanto menos un Representante Legal

Anexo a esto Creativity Event On-Line se registra sin ningún inconveniente legal, ayudando a que la organización pueda desarrollar su actividad económica legal dentro de los requisitos y políticas del país.

7. Viabilidad social

7.1. Delimitación del proyecto en el plan de productividad y competitividad Colombia 2019-2032

Colombia es un país que tiene muchas capacidades para ser un país competitivo frente a otros países, invertir en proyectos o creaciones de empresas hace que la economía del país crezca y asimismo la sociedad se motiva a estudiar y crecer, aunque es importante evidenciar que Colombia ha tenido pasos importantes, puesto que ya existen varias entidades que apoyan esta

clase de proyectos o creaciones, por ende, el documento el “Plan de productividad y competitividad Colombia 2019- 2032” en la siguiente cita se da a conocer el plan de gobierno y el cómo afecta positivamente al proyecto empresarial de Creativity Event On-line, puesto que es una empresa tecnológica y a su vez es una organización dirigida a eventos creada por medio de un grupo de estudiantes de Administración Turística y Hotelera, por esta razón se basa en el documento de plan de productividad y competitividad Colombia 2019- 2032, el cual comenta:

Un piloto de articulación entre la media y la Formación para el Trabajo y el Desarrollo Humano, en el área de las TIC, en desarrollo del Marco Nacional de Cualificaciones. El Subsistema de Educación Superior del Distrito fomentará el establecimiento de clústeres de gestión del conocimiento, cuyo propósito será integrar las apuestas productivas de la región a la cadena de formación, así como la utilización de la investigación aplicada de las IES para dar respuesta a las necesidades de desarrollo de la ciudad. Los recursos del Sistema General de Regalías destinados al Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación deben ser invertidos en proyectos que busquen incrementar la capacidad científica, tecnológica, de innovación y de competitividad de la ciudad. Por ello, en concurrencia con las Secretarías de Planeación Distrital y de Desarrollo Económico, el sector tendrá el desafío de identificar soluciones a retos de ciudad, con el fin de incidir de forma acertada y pertinente en el Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación que se construirá para Bogotá. Mediante una metodología que involucra la participación de las IES y sus investigadores en la formulación de proyectos, el subsistema jugará un rol fundamental en la creación, apropiación y transferencia de conocimiento para la capital. Finalmente, la alianza con el gobierno nacional a través de “Colombia Científica”, aunará esfuerzos en dos

vías, la primera de ellas, desde la investigación en el mejoramiento de la calidad de la educación superior en Bogotá, con más formación de alto nivel en las áreas requeridas, y la segunda para adelantar investigación con aliados internacionales, centros de investigación y universidades de clase mundial, con el fin de dar solución desde el conocimiento y la investigación a los retos que enfrenta la ciudad. (Peñalosa. E, p20, 2016)

7.2. Impacto económico.

Teniendo en cuenta que Colombia a nivel Tecnológico frente a otros países no es competitiva, aun así Colombia ha realizado pequeños cambios con entidades tecnológicas las cuales han ayudado a realizar cambios exitosos frente a la tecnología empresarial, asimismo han dado conocimiento empresarial sobre la innovación dentro de sus organizaciones, de este modo se ayuda a la economía del país y a su competitividad sea nacional o internacional. En el texto Tecnología en Colombia por Solutek, comenta:

En Colombia, el concepto de tecnología y empresas de tecnología, no trascienden más allá de las compañías dedicadas a la distribución y maquila de tecnología. Más sin embargo se han visto los pequeños esfuerzos de algunos pocos colombianos emprendedores que están desarrollado Tecnología en Colombia. (Benavides C, 2015, p.5)

Colombia a medida que ha pasado el tiempo ha evolucionado, no es un porcentaje considerable pero si ha realizado cambios a pequeña escala, como por ejemplo: tecnología biométrica, banco de tejidos, entre otras clases de tecnología.

Por esta razón, Creativity Event On-Line desea ser parte de los cambios económicos e innovadores empresariales, en los cuales el impacto económico en el país que hace esta empresa se verá reflejado en las utilidades de la misma y el reconocimiento internacional que se desea

lograr en el futuro.

7.3. Impacto social.

El impacto social que Creativity Event On-Line desea tener se enfocara en implementar nuevas tecnologías en el sector de eventos lo cual beneficia al sector y ayuda a la mejora del proceso de los insumos y al crecimiento de las empresas del sector.

7.4. Impacto ambiental en la región.

Los Beneficios para la región están enfocados a la utilización correcta de los implementos dado que las empresas estarán seguras que no desperdiciaron materiales y en este orden de ideas podrá reutilizarse materiales El impacto ambiental en la región es mínima puesto que los implementos utilizados dentro de la organización no son muy pocos ya que la empresa es virtual y debido a esto se llevan a cabo todos los procesos internos por medio del software, evitando así pérdidas de información de los clientes (empresarios).

Además también se tendrá en cuenta el concepto de computación verde el cual quiere decir que los recursos físicos que se utilizan en la operación del software tienen materiales reciclables y biodegradables además emite menos CO2.

8. Validaciones

8.1. Validación Técnica

Creativity Event On-line en el año 2015 inició sus primeras validaciones por medio de una encuesta realizada en la tercera edición de “Meetings and Events Forecast” un evento que fue

creado con el propósito de entender lo que vendrá en el 2015 en materia de eventos y reuniones.

En este evento se realizó un prototipo que validó que las empresas se encuentran muy interesadas en adquirir nuevas herramientas tecnológicas para ser más productivos en su operación.

En el evento más del 89% manifestaron utilizar una herramienta así para sus operaciones diarias.

8.2. Validación Financiera

Se relaciona el informe de balance general que relaciona los bienes de las obligaciones, el estado de resultados, operaciones del periodo para comprobar el estado actual de la empresa.

Se entrega información contable comprensible y útil, garantiza que las conclusiones sean pertinentes y confiables que explique las situaciones y circunstancias internas y la evolución y proyección de Creativity Event On-line.

8.3. Validación Comercial

En el año 2015 se celebró la tercera edición de “Meetings and Events Forecast” un evento que fue creado con el propósito de entender lo que vendrá en el 2015 en materia de eventos y reuniones.

En este evento se realizó una encuesta comprobando por medio de esta que las empresas de eventos están dispuestas a pagar por una herramienta tecnológica que les permita que los eventos sean menos costosos y más productivo.

9. Conclusiones y recomendaciones

El estudio de factibilidad realizado en el presente trabajo ayuda a que confirmar la información sobre la generación de ingresos, análisis de mercado objetivo e introducción de nuevas tecnologías dentro de las organizaciones de eventos, dando a conocer algunas modificaciones positivas para el proyecto dado que los resultados de cada una de los ciclos y pruebas por las que el proyecto tuvo que pasar, para poder confirmar cada una de las hipótesis, por medio de campos del mercadeo, técnico, financiero y social.

Por medio de los estudios de mercado se pudo observar el direccionamiento que el equipo de emprendimiento quería dar a conocer y asimismo ayudar a los empresarios de eventos no solamente para mejorar los procesos internos de las organizaciones sino también para capacitar a sus empleados respecto a cada término, movimiento y demás posibilidades de crecimiento dentro del gremio de eventos, como también ayudando a satisfacer a sus propios clientes para que dichas organizaciones se vuelvan reconocidas a nivel nacional y si es posible más, será satisfactorio para el equipo de Creativity Event On-Line.

Se comprueba junto con el equipo emprendedor, que esta clase de software ayudaría al crecimiento de las organizaciones a nivel de conocimientos, procesos operativos y administrativos; sin dejar de lado lo importante que es la implementación de la tecnología dentro de las organizaciones, pero en esta fase no es solamente la inclusión de un sistema de software, sino también su buena manipulación dentro de cada uno de los procesos internos, puesto que es oportuno aclarar que los errores humanos no serán corregidos por un sistema de información el cual, si, es una ayuda para cada uno de los empleados de las organizaciones, pero es importante saber manipular y trabajar adecuadamente dentro de estos tipos de software, por esta razón se

evidencia positivamente lo bueno que sería tener capacitaciones constantes sobre las actualizaciones que se realizan del software de Creativity Event On-line y asimismo la ayuda que puede ser la revista publicitaria, para informarse sobre las nuevas tendencias para crear eventos.

Por medio del valor agregado que tiene la empresa de Creativity Event On-Line, da a conocer las buenas expectativas que tienen los empresarios, puesto que no hay un software que dé a mostrar antes de ejecutar un evento las decisiones tomadas por los clientes finales, de esta forma ayuda un proceso muy importante dentro de la organización como lo es, la comunicación entre cada una de los departamentos y asimismo entre los asesores comerciales y clientes finales; pero es importante resaltar a los clientes finales, puesto que la satisfacción de observar por medio de una herramienta tecnológica el evento deseado y no dejándolo a decisión de la imaginación y experiencia de otra persona, agregando a esto que la facilidad de toma de decisiones que tienen los clientes finales es notorio y positivo para el proyecto.

Finalmente se tiene en cuenta que este tipo de software ayuda a tener aliados estratégicos, el cual ayuda a las organizaciones de eventos a implementar dentro de cada uno de sus productos este tipo de empresas, agregando que existen beneficios mutuos puesto que las empresas de eventos tienen mayor facilidad de conseguir y revender estos productos y asimismo promocionan sus empresas por medio del software, de este modo se evidencia la facilidad de trabajo en uno de los procesos internos que puede tener el empresario a la hora de cumplir una solicitud de su cliente final, satisfaciendo así la necesidad de su cliente justo en el momento que lo necesite sin tener un tiempo determinado de espera haciendo que se pierda la venta de algún producto.

10. Bibliografía

García de la Granja Pilar. (2015). El auge del negocio de las bodas en internet. Volumen (2), p.6

OEI. (2014). Informe del Sistema Nacional de Cultura – Colombia. Bogotá. Recuperado de <http://www.oei.es/historico/cultura2/colombia/09.htm>

Agüero. G. M. (2015). Definiciones y tendencias del Turismo en eventos. Cuba. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>

ABC. (2016). Congreso Latinoamericano de bodas y eventos. México. Recuperado de <http://www.mewedevents.com/congreso-latinoamericano-de-bodas-y-eventos.htm>

Amadeus. (2015). América Latina tiene un crecimiento constante en la Industria de Turismo, según Amadeus. Miami. Recuperado de http://www.amadeus.com/web/amadeus/es_CO-CO/P%C3%A1gina-inicial-de-Amadeus/Noticias-y-eventos/Noticias/Am%C3%A9rica-Latina-tiene-un-crecimiento-consistente-en-la-Industria-de-Turismo,-seg%C3%BAn-Amadeus/1259076730895-PageAMAD_DetailPpal?assetid=1319625695388&assettype=PressRelease_C

Mendoza. C. O. (2015) Tendencias que darán forma a la industria de eventos del 2015. Bogotá. Recuperado de <http://es.meetingsimagined.com/tips-trends/trends-will-shape-2015-events-industry>

Ramírez. G. P (2013). Colombia Crece como destino de turismo corporativo. Bogotá. Recuperado de <http://www.portafolio.co/tendencias/colombia-crece-destino-turismo-corporativo-73470>

ABC. (2016). Definición de evento. Bogotá. Recuperado de

<http://www.definicionabc.com/social/evento.php>

Correal D.A. (2016). Eventos Finca Hotel la Gran Bélgica. Bogotá. Recuperado de. <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/11692/1075249016-2016.pdf?sequence=1>

García. T.H. (2014). Gestión Tecnológica y desarrollo tecnológico. Antioquia. Recuperado de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/203029/contenidos%20gestion%20tecnologica/GESTION_TECNOLOGICA_Y_DESARROLLO_TECNOLOGICO.pdf

Cerezo. G.A. (2013). La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing. Málaga. Recuperado de. <http://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/356/5/978-84-9747-609-6.pdf>

IDT. (2016). Informe Ejecutivo de Gestión del IDT 2015. Bogotá. Recuperado de http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/informe_ejecutivo_de_gestion.pdf

Desconocido. (2014). Diez pasos para crear una empresa en Colombia. Bogotá. Recuperado de. <https://mprende.co/legal/10-pasos-para-crear-una-empresa-en-colombia>

Desconocido. (2014). Como hacer una campaña publicitaria paso a paso. Bogotá. Recuperado de. <http://www.altonivel.com.mx/47456-como-hacer-una-campana-publicitaria-paso-a-paso/>

11. Anexos

Anexo 1. Encuestas y tabulación.

Investigación de mercados

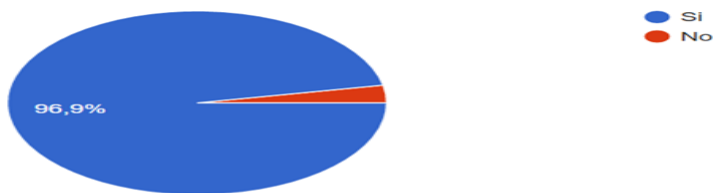
Se realizó la siente investigación de mercados por medio de una encuesta con el objetivo de indagar si la idea de negocio es viables.

COMPRADOR	
Objetivo: conocer si las personas necesitan una herramienta que facilite la comunicación con empresas de organización de eventos sociales.	
Instrucciones:	
<ol style="list-style-type: none"> 1- Esta encuesta está dirigida a las personas que comprarían el evento. 2- En las siguientes preguntas por favor marque una sola opción de respuesta según lo que usted considere. 3- No olvide diligenciar los campos de las preguntas abiertas. 	
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Ha asistido usted a cualquier tipo de evento? a. Si b. No. 	<ol style="list-style-type: none"> 2. ¿A los eventos que usted ha asistido vio o tuvo algún tipo de problema durante la organización del evento? a. Si b. No

<p>3. Si su respuesta anterior fue afirmativa, indique que clase de incidente o inconformidad se presentó.</p>	
<p>4. ¿De acuerdo a la situación presentada hubo alguna solución de momento?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p>	
<p>5. ¿Alguna vez fue anfitrión de un evento?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p>	<p>6. ¿Tuvo problemas para hacerse entender con el prestador de servicio que contrató?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p>
<p>7. ¿Cuál fue el motivo de su inconveniente con el prestador de servicios que contrató?</p> <p>a. Se le olvido lo que usted le pidió.</p> <p>b. Se cumplieron solo algunas especificaciones.</p> <p>c. El operador no pudo cumplir las solicitudes indicadas.</p> <p>d. Otros. _____</p>	

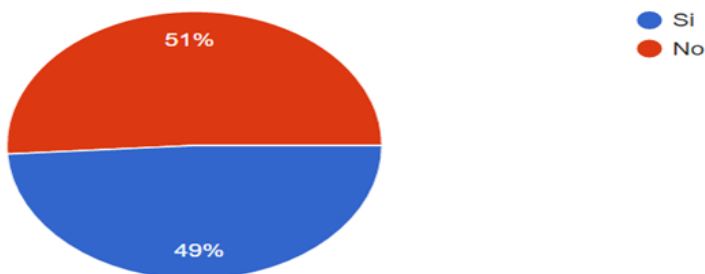
TABULACIÓN

1. ¿Ha asistido usted a cualquier tipo de evento?



Lectura: Del total de la muestra el 96,9% ha asistido a eventos y el 3,1 % no ha asistido a un evento.

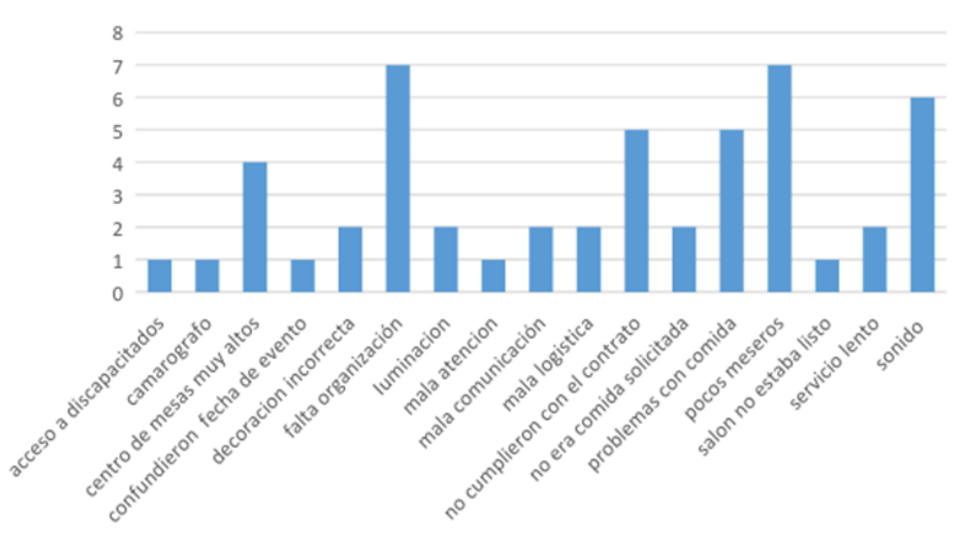
2. ¿A los eventos que usted ha asistido vio o tuvo algún tipo de problema durante la organización del evento?



Lectura: El 51% de los usuarios encuestados no vio ningún problema, y el 49% si vio problemas durante la organización del evento.

Análisis: De acuerdo a la respuesta de los usuarios se vio que es casi la mitad de personas están percibiendo problemas en la organización del evento, y de esta misma forma así se también se encontrarán en la ejecución del evento.

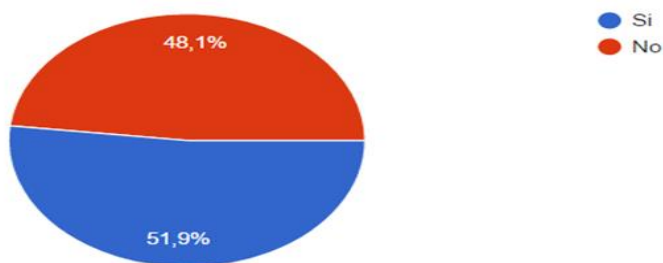
3. Si su respuesta anterior fue afirmativa, indique qué clase de incidente o inconformidad se presentó.



Lectura: Para esta pregunta que era abierta se agrupó en 20 variables las respuestas de los encuestados de acuerdo a su similitud en la respuesta. Las 20 opciones fueron: Acceso a discapacitados, camarógrafos, centros de mesas muy altos, confusión en la fecha del evento, decoración incorrecta, falta de organización, iluminación, mala atención, mala comunicación, , mala logística, no cumplieron con el contrato, no era la comida solicitada, poca comida, pocos meseros, regaron la comida, retraso en la comida, salón no estaba listo, servicio lento, sonido.

Análisis: Para este caso se puede ver que aunque los encuestados mencionaron varios problemas ocurridos en su evento, se pueden destacar algunas que sobresalen como lo son falta organización, poco meseros, sonido, problemas con la comida y no cumplieron con lo que estaba en el contrato. Estos son problemas que se deben buscar una pronta solución, que se derivan en general del no cumplimiento con el contrato hecho al momento de llegar a una negociación entre cliente y operador.

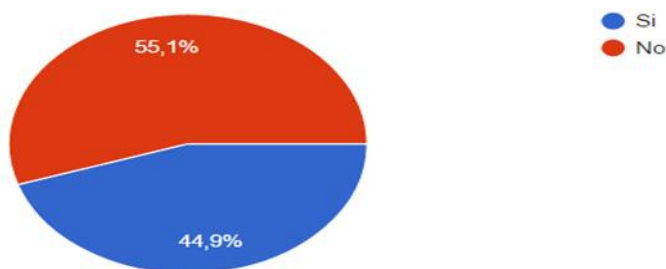
- ¿De acuerdo a la situación presentada hubo alguna solución de momento?



Lectura: De acuerdo a las personas que sí tuvieron problemas, solo al 51,9% si se le dio una solución de momento, y al otro 48,1% no les dieron ninguna solución.

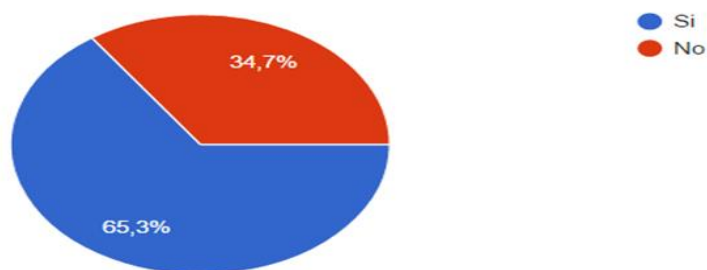
Análisis: Se puede ver que un gran porcentaje no tuvo una solución inmediata, y esto hace que el cliente quede inconforme, y también los asistentes del evento pueden llegar a quedar también inconforme; situación que no desea vivir el anfitrión ya que este desea que cada mínimo detalle salga según lo esperado.

5. ¿Alguna vez fue anfitrión de un evento?



Lectura: El 44,9% si ha sido anfitrión de un evento, por otro lado el 55,1% no ha sido anfitrión de un evento.

6. ¿Tuvo problemas para hacerse entender con el prestador de servicio que contrató?



Lectura: De las personas que han sido anfitrionas de un evento el 65,3% de la muestra tuvo problemas para hacerse entender y el otro 34,7% no tuvo problemas para hacerse entender.

Análisis: 44,9% de las personas que han sido anfitriones de un evento el 65,3% ha tenido que es un porcentaje alto.

7. ¿Cuál fue el motivo de su inconveniente con el prestador de servicios que contrató?



Lectura: De los motivos de los inconvenientes se encontró que el 31,4% el operador no pudo cumplirle las solicitudes indicadas, al 28,6 se le cumplieron algunas especificaciones, a otro 28,6% se le olvido al operador lo que le habían pedido y el 11,4% corresponde a otro inconveniente diferente.

Análisis: Se puede ver que hay falencias por parte de los operadores a cumplir con las solicitudes, y más profundamente al cumplir con los contratos dado a que los porcentajes son casi iguales a las opciones dadas.

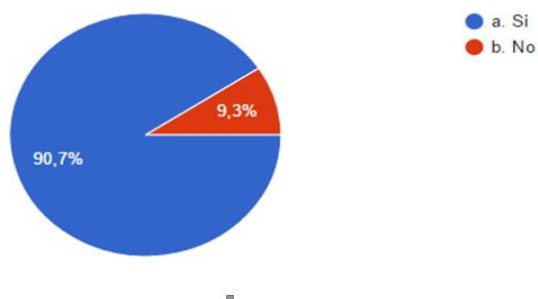
<p>CLIENTE POTENCIAL – EMPRESARIOS</p>	
<p>Objetivo: conocer si las personas necesitan una herramienta que facilite la comunicación con empresas de organización de eventos sociales</p>	
<p>1. ¿Ha tenido algún tipo de problema con el anfitrión del evento?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p>	<p>2. ¿Qué tipo de problema se le ha presentado por los errores de comunicación entre el asesor y el usuario?</p> <p>a. Problemas con el personal.</p> <p>b. Ubicaciones específicas de cada uno de los elementos y lugares específicos.</p> <p>c. Tipo de comida.</p> <p>d. Tiempos acordados de cada una de las actividades dentro del evento.</p> <p>e. No cumplió con el presupuesto establecido para el evento.</p> <p>f. Todas las anteriores.</p>
<p>3. ¿De qué forma muestra su portafolio de servicios?</p> <p>a. en un computador.</p> <p>b. Por medio de un folder.</p> <p>c. Por medio de un celular</p> <p>d. Por medio del correo electrónico.</p>	
<p>4. Como creería que podría mejorar la comunicación con sus clientes</p>	

5. Cuando usted hace el presupuesto del evento. ¿Con que frecuencia este se cumple?

- a. Siempre
- b. Casi siempre.
- c. Nunca.
- d. No maneja presupuestos.

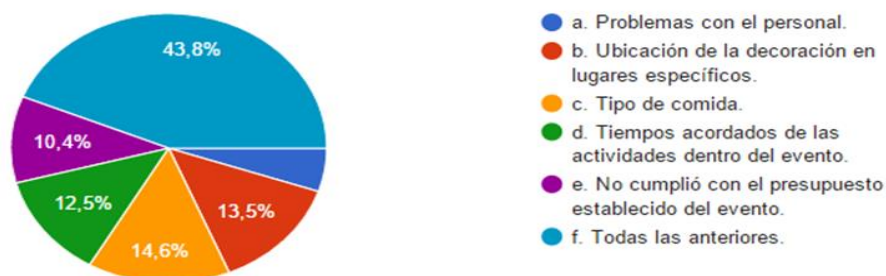
TABULACIÓN

1. ¿Ha tenido algún tipo de problema con el anfitrión del evento?



Lectura: El 90,7% de los encuestados ha tenido problema con el anfitrión y el 9,3% no ha tenido problemas con el anfitrión

2. ¿Qué tipo de problema se le ha presentado por los errores de comunicación entre el asesor y el usuario?

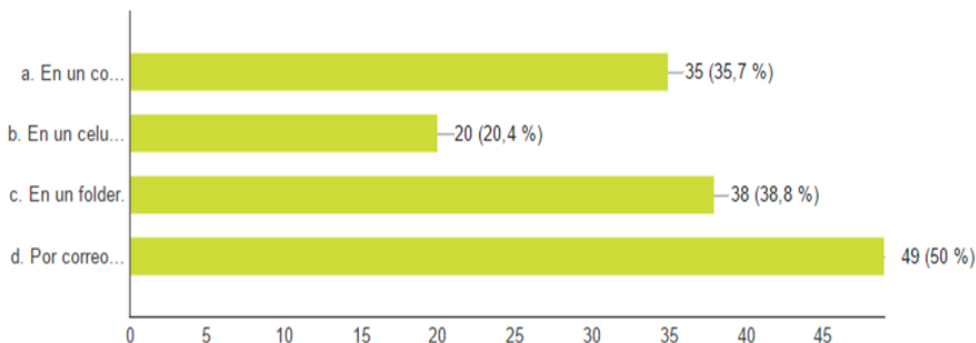


Lectura: el 43,8% de los operadores presentó todos los errores de comunicación, el 14,6%, tuvo problemas por la comida, el 13,5% problemas por la decoración en lugares específicos, el 12,5% Tiempos acordados de las actividades dentro del evento, el 10,4% de los operadores no cumplió con el presupuesto y el 5,3% problemas con el persona

Análisis: Del 907% de los operadores que han tenido problemas con sus clientes el 43,8% presenta todos los problemas anteriormente mencionados es por esto que se debe buscar una solución que ayude con los problemas de comunicación que se están presentando, y exista una mejor comunicación entre cliente y vendedor. Es importante tener en cuenta que a veces no se ven respuestas si se trata de pensamientos o sentimientos que el usuario esté teniendo y no los pueda transmitir para dar a entender que desea encontrar en su evento.

Si estos operadores tuvieran una buena comunicación daría mejores resultados, no se tergiversarían los mensajes.

3. ¿De qué forma muestra su portafolio de servicios?



Lectura: El 50% de los operadores envía su portafolio por correo electrónico, el 38,8% lo muestra por medio de un folder, el 35,7% muestra su portafolio por medio de un computador y el otro 20,4% lo muestra en el celular.

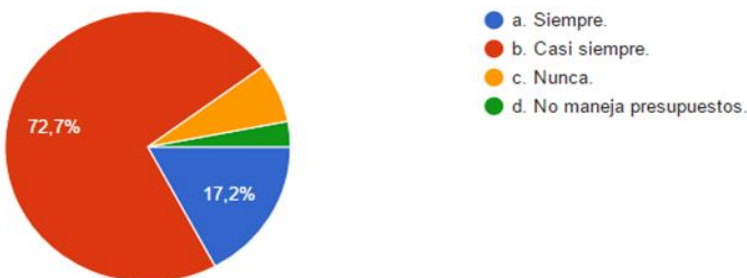
Análisis: Con estos resultados se puede descubrir que las empresas cada vez están optando por utilizar más medios tecnológicos y ente caso para mostrar el portafolio de servicios al futuro cliente. Ya no se está requiriendo tanto de tener toda la información en folder.

4. Cómo creería que podría mejorar la comunicación con sus clientes

Análisis: de acuerdo a la pregunta anterior, aquellos operadores consideran que el cliente le entiende algunas veces o difícilmente, los operadores consideraron que las posibles soluciones para mejorar la comunicación serían: Con un contrato mayor detallado, mostrando la información más clara, contratando mejor personal como comerciales, capacitar mejor a los asesores, explicarle varias veces las cosas de diferente manera, explicándole con videos detallados, por medios digitales, haciendo seguimientos, teniendo paciencia y comprensión con el cliente.

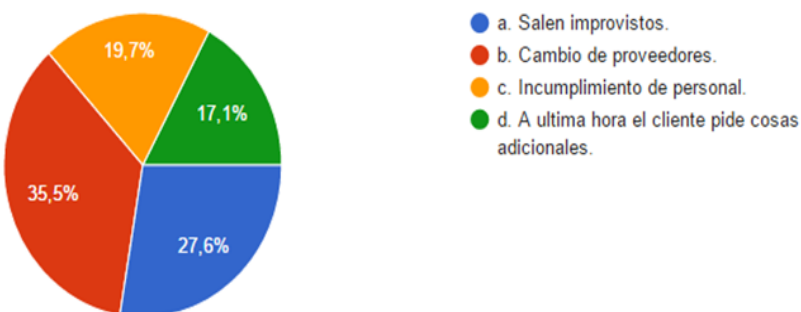
En la mayoría de ocasiones los clientes entienden, fácilmente en el momento de una charla, pero siempre sus preguntas vienen después cuando han pensado más sobre el tema o cuando han indagado en otros lugares que les generan otra expectativa.

5. Cuando usted hace el presupuesto del evento. ¿Con qué frecuencia este se cumple?



Lectura: Al 72,7% de los operadores casi siempre cumple con los presupuestos, el 17,2% siempre, 7,1% nunca y por último el 3% no maneja presupuestos

6 Si su respuesta anterior fue casi siempre o nunca. ¿Por qué cree que no cumple con los presupuestos que tienen sus clientes?



Lectura: Las razones por las que los operadores creen que no cumplen con los presupuestos son por 35,5% por cambio de operadores, 27,6% salen imprevistos de última hora.

Análisis: Si desde el comienzo se planeará muy bien cada detalle no habría necesidad que hubiesen imprevistos, hubiese incumplimiento de personal, o que el cliente cambiará cambio de cosas. Para esto se necesita asesorar muy bien al usuario para no darle lugar a cambios innecesarios, de igual forma si este desea hacer cambios debe informarles que posiblemente va a tener cambios en el valor pactado inicialmente.

Anexo 2. Estado de ingreso y egresos.

CREATIVITY EVENT ONLINE	
ESTADO DE RESULTADOS	
1 de Enero de 2017 a 31 de Diciembre de 2017	
Expresado en Pesos Colombianos	
INGRESOS	
Ventas	168.583.333,33
(=) INGRESOS OPERACIONALES	168.583.333,33
(-) Costo de ventas	19.496.509,86
(=) UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	149.086.823,48
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	
Gasto de personal	50.698.300,73
Depreciación	1.538.380,00
Honorarios Ingeniero	2.800.000,00
Gastos notariales	694.000,00
Adecuaciones	1.297.800,00
Aseo y cafetería	200.000,00
Papelería	600.000,00
Servicios públicos	1.110.000,00
Servicio de transporte	1.800.000,00
Honorarios Contador	7.200.000,00
Publicidad y propaganda	4.830.000,00
Impuestos	2.327.490,00
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	81.148.342,74
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y RESERVAS	
(-) Impuesto de renta (*)	-
(-) Impuesto CREE (9%)	7.303.350,85
(=) UTILIDAD LIQUIDA	73.844.991,89
(-) Reserva Legal	7.384.499,19
(-) Reserva estatutaria	-
(=) UTILIDAD NETA	66.460.492,71

() Formalización de empresas Ley 1429/2010*

COSTO TOTAL DEL PRODUCTO EN EL MES

-

	Cálculo	Unid	
Mes 1	1.404.709,15		1,00
Mes 2	1.404.709,15		1,00
Mes 3	1.484.709,15		2,00
Mes 4	1.484.709,15		2,00
Mes 5	1.564.709,15		3,00
Mes 6	1.644.709,15		4,00
Mes 7	1.644.709,15		4,00
Mes 8	1.724.709,15		5,00
Mes 9	1.724.709,15		5,00
Mes 10	1.724.709,15		5,00
Mes 11	1.804.709,15		6,00
Mes 12	1.884.709,15		7,00
Total año	19.496.509,86		

Anexo 4. Inversión inicial y retorno sobre la inversión.

5. INVERSION

Capital propio		Capital aportado	
Socio/Accionista			
Socio A		1.500.000,00	
Socio B		1.500.000,00	
Socio C		1.500.000,00	
Endeudamiento		Prestamo	Valor cuota
Bancos		39.375.900,00	1.364.978,51
Capital		872.779,76	
Interes		492.198,75	
Cuota		1.364.978,51	-

Saldo inicial	39.375.900,00
Tiempo	36,00
Tasa	15,00% Anual

	<i>Mensual</i>	<i>Anual</i>
TIR	1,77%	21,22%

Si, la TIR > CPPC es viable el proyecto

<i>Concepto</i>	<i>Mensual</i>	<i>Anual</i>
CPPC	1,31%	15,72%

Anexo 5. Flujo de efectivo e indicadores financieros.

Flujo de efectivo anual

FLUJO DE EFECTIVO
CREATIVITY EVENT ONLINE

Concepto	PERIODO 0	AÑO 1
Actividades de operación		
PARTIDAS NO MONETARIAS		
(-) Depreciación		- 1.928.180,00
(-) Reservas (legal y estatutaria)		- 7.384.499,19
Recaudos de cartera		168.583.333,33
(-) Gastos administración y ventas		(73.957.590,73)
(-) Compra de materia prima		-
(-) Mano de obra		(12.586.709,86)
(-) Costos indirectos de fabricación		(6.909.800,00)
(=) EGO. Efectivo Generado de la operación	-	65.816.553,55
Actividades de financiación		
(+/-) Préstamos y obligaciones financieras (FE)		24.361.136,40
(-) Aportes de capital	- 4.500.000,00	
(=) EGF. Efectivo Generado de la financiación	(4.500.000,00)	24.361.136,40
Actividades de inversión		
(-) Adquisición de Propiedad planta y equipo- Licencias		- 33.640.900,00
(=) EGI. Efectivo Generado de la Inversión	-	- 33.640.900,00
Aumento o disminución de la caja	-	56.536.789,96
(+) Efectivo inicial		
(=) Efectivo disponible	- 4.500.000,00	56.536.789,96

Anexo 6. Estados financieros y balance general.

BALANCE GENERAL

CREATIVITY EVENT ONLINE

BALANCE GENERAL

A 31 de Diciembre de 2017

Expresado en Pesos Colombianos

ACTIVO

Activo Corriente

<i>Disponible</i>	
Caja y Bancos	62.615.304,15
<i>Deudores</i>	
Cuentas por cobrar	18.781.455,00
<i>Inventarios</i>	
Mercancía no fabricada por la empresa	-

Total Activo Corriente 81.396.759,15

Activo no corriente

<i>Propiedad, planta y equipo</i>	
Maquinaria y equipo	-
Muebles y enseres	-
Equipo de cómputo y comunicación	9.640.900,00
Vehículo	-
Depreciación acumulada	- 1.928.180,00
<i>Intangibles</i>	
Licencias	24.000.000,00
Contratos	-
Seguros	-
Diferidos	-
Amortización	- 1.600.000,00

Total Activo no corriente 30.112.720,00

TOTAL ACTIVO 111.509.479,15

PASIVO

Pasivo corriente

<i>Proveedores</i>	-
<i>Otros costos y gastos por pagar</i>	-
<i>Impuestos por pagar</i>	7.303.350,85

Total Pasivo Corriente 7.303.350,85

Pasivo no corriente

<i>Obligaciones financieras</i>	24.361.136,40
---------------------------------	---------------

Total pasivo no corriente 24.361.136,40

TOTAL PASIVO

31.664.487,25

PATRIMONIO

<i>Aportes Sociales</i>	4.500.000,00
<i>Reserva legal</i>	7.384.499,19
<i>Utilidad del ejercicio</i>	66.460.492,71

TOTAL PATRIMONIO 78.344.991,89

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO 110.009.479,15

1.500.000,00

Anexo 7. Análisis de sensibilidad e índices financieros.

CREATIVITY EVENT ONLINE	
ESTADO DE RESULTADOS	
1 de Enero de 2017 a 31 de Diciembre de 2017	
Expresado en Pesos Colombianos	
INGRESOS	
Ventas	168.583.333,33
(=) INGRESOS OPERACIONALES	168.583.333,33
(-) Costo de ventas	19.496.509,86
(=) UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	149.086.823,48
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	
Gasto de personal	50.698.300,73
Depreciación	1.538.380,00
Honorarios Ingeniero	2.800.000,00
Gastos notariales	694.000,00
Adecuaciones	1.297.800,00
Aseo y cafetería	200.000,00
Papelería	600.000,00
Servicios públicos	1.110.000,00
Servicio de transporte	1.800.000,00
Honorarios Contador	7.200.000,00
Publicidad y propaganda	4.830.000,00
Impuestos	2.327.490,00
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	81.148.342,74
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y RESERVAS	
(-) Impuesto de renta (*)	-
(-) Impuesto CREE (9%)	7.303.350,85
(=) UTILIDAD LIQUIDA	73.844.991,89
(-) Reserva Legal	7.384.499,19
(-) Reserva estatutaria	-
(=) UTILIDAD NETA	66.460.492,71
(*) Formalización de empresas Ley 1429/2010	