

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LOGÍSTICA  
Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS PÚBLICOS**

**LUISA FERNANDA BARRERO RÍOS  
LINA MARÍA VÁSQUEZ RODRÍGUEZ**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
PEREIRA, 2010**

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LOGÍSTICA  
Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS PÚBLICOS**

**LUISA FERNANDA BARRERO RÍOS**

**Cód. 42147077**

**LINA MARÍA VÁSQUEZ RODRÍGUEZ**

**Cód. 24694694**

**Trabajo de Grado para optar el título de  
Ingeniero Industrial**

**Directora**

**MARÍA ESPERANZA LÓPEZ DUQUE**

**Ingeniera Industrial**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA**

**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**PEREIRA, 2010**

## **DEDICATORIA**

"Dedicamos este proyecto a Dios por ser quien ha estado a nuestro lado en todo momento dándonos las fuerzas necesarias para seguir adelante, rompiendo las barreras que se nos presenten. A nuestros familiares y amigos por el apoyo incondicional que nos han brindado estos años de completa alegría y triunfos. También dedicamos este trabajo a todos nuestros profesores de Ingeniería Industrial que nos han apoyado una y otra vez, y a quienes no mencionamos por lo extensa que sería la lista."

Luisa y Lina.

## **AGRADECIMIENTOS**

Las Autoras desean agradecer a:

**MARÍA ESPERANZA LÓPEZ DUQUE**, ingeniera Industrial y Directora del Trabajo de Grado por acompañarnos y ayudarnos en todo momento.

A nuestros padres, familiares y amigos por su apoyo incondicional.

A nuestros profesores de la Facultad de Ingeniería Industrial por sus invaluable conocimientos transmitidos.

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1.RESUMEN	13
1.SUMMARY	15
2. INTRODUCCIÓN	17
3. SITUACIÓN PROBLEMA	20
3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	20
3.2 DIAGNÓSTICO O SITUACIÓN PROBLEMA	21
3.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
3.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	22
4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	23
4.1 CONCEPTUALIZACIÓN	23
4.2 ESPACIO TEMPORAL Y GEOGRÁFICO	23
5. OBJETIVOS	24
5.1 OBJETIVO GENERAL	24
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	24
6. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	26
7. MARCO REFERENCIAL	28
7.1 MARCO TEÓRICO	28
7.2 MARCO CONCEPTUAL	33
7.3 MARCO LEGAL	36
7.4 MARCO SITUACIONAL	36
8. DISEÑO METODOLÓGICO	39
8.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	39
8.2 FASES DE LA INVESTIGACIÓN	40
8.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	40

8.4 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN OPERACIONALIZADAS	42
9. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA	45
9.1 ESTUDIO ESTADÍSTICO	45
9.2 ESTUDIO DE MERCADOS	59
9.2.1 Descripción del Servicio	59
9.2.1.1 El Servicio	59
9.2.1.2 Factores que influyen en la Compra	60
9.2.1.3 Portafolio de Servicios	60
9.2.1.4 Análisis del entorno de Mercado	64
9.2.1.5 Análisis del Mercado	67
9.2.2 Análisis de los Proveedores	69
9.2.2.1 Equipos	70
9.2.2.2 Abastecimientos	71
9.2.3 Análisis del Consumidor	72
9.2.3.1 Características de los Consumidores Actuales o Potenciales	72
9.2.3.2 Sector al cual va dirigido	73
9.2.3.3 Proyección de la Demanda Potencial	74
9.2.4 Análisis de la Competencia	76
9.2.4.1 La Competencia	76
9.2.4.2 Descripción de sus Servicios	77
9.2.4.3 Proyección de la Oferta	81
9.2.5 Determinación de la Demanda Real para el Proyecto	81
9.2.6 Análisis del Precio	82
9.2.6.1 Revisión de Políticas de Protección	82
9.2.6.2 Sistemas de Ventas y de Pagos	83
9.2.7 Sistema de Publicidad y de Promoción	83
9.2.8 Impacto Ambiental del Proyecto	85
9.2.9 Recursos Naturales utilizados para el Proyecto	85
9.2.10 Normas del Medio Ambiente aplicadas al Proyecto	85
9.3. ESTUDIO TÉCNICO	87

9.3.1 Macro y Microlocalización de la Planta	87
9.3.2 Disponibilidad Nacional e Importaciones	88
9.3.2.1 Producción Nacional	88
9.3.2.2 Importaciones	88
9.3.3 Adecuación del Local	88
9.3.4 Necesidades de Equipos	89
9.3.4.1 Descripción de los equipos requeridos para llevar a cabo el servicio	89
9.3.4.2 Costos de Nacionalización	90
9.3.5 Edificios e Instalaciones	90
9.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y JURÍDICO	92
9.4.1 Organización Jurídica	92
9.4.1.1 Sociedad Limitada	92
9.4.1.2 Nombre o Razón Social	92
9.4.1.3 Constitución	92
9.4.1.4 Escrituras Públicas de Constitución	94
9.4.1.5 Pasos a seguir para la Constitución de la Empresa	95
9.4.1.6 Trámites Tributarios del Orden Nacional	96
9.4.1.7 Trámites de Funcionamiento	96
9.4.1.8 Inversión para el Funcionamiento	96
9.4.2 Restricciones Legales	97
9.4.3 Subcontrataciones	97
9.4.4 Caracterización de la Empresa	99
9.4.5 Plan de Acción	102
9.4.6 Organigrama de la Empresa	105
9.4.7 Requerimientos y Costos de Personal Especializado	106
9.4.7.1 Personal Administrativo	106
9.4.7.2 Personal Operativo	109
9.5 Estudio Financiero	116
9.5.1 Cuantificación de la Inversión requerida	117
9.5.1.1 Presupuesto de Inversión	117

9.5.1.2 Presupuesto de Ventas	119
9.5.1.3 Costos de Operación	120
9.5.1.4 Clasificación de los Costos	122
9.5.1.5 Entrada de la Información	123
9.5.1.6 Estado de Resultados Proyectado	125
9.5.1.7 Flujo Neto de Caja	126
9.5.1.8 TIR, VPN y Relación B/C	127
9.5.1.9 Flujo de Caja Operacional	127
9.5.1.10 Balance General Proyectado	129
9.5.1.11 Indicadores Financieros	131
9.5.2 Evaluación	132
9.5.2.1 Rentabilidad	132
9.5.2.2 Riesgo	132
9.5.2.3 Aspectos Cualitativos	133
9.5.2.4 Decisión de Aceptación o Rechazo	134
10. CONCLUSIONES	135
11. RECOMENDACIONES	137
12. BIBLIOGRAFÍA	139
13. ANEXOS	141



## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla No. 01 Actividad Económica	46
Tabla No. 02 Opción en la realización de eventos empresariales	47
Tabla No. 03 Aceptación de la Empresa	48
Tabla No. 04 Contratación de los Servicios	49
Tabla No. 05 Interés de contratación de Servicios	50
Tabla No. 06 Factores importantes en la contratación	51
Tabla No. 07 Época de Eventos	52
Tabla No. 08 Eventos Anuales	53
Tabla No. 09 Cuotas de pago a crédito	54
Tabla No. 10 Dinero invertido en Eventos	55
Tabla No. 11 Tipo de empresas contratadas	56
Tabla No. 12 Los Proveedores	69
Tabla No. 13 Equipos	70
Tabla No. 14 Abastecimientos	72
Tabla No. 15 Demanda potencial del proyecto	75
Tabla No. 16 Proyección de la oferta	81
Tabla No. 17 Demanda real del proyecto	81
Tabla No. 18 Sistema de publicidad y promoción	84
Tabla No. 19 Análisis de localización	87
Tabla No. 20 Maquinaria y Equipo	89
Tabla No. 21 Inversión para el funcionamiento	97
Tabla No. 22 Subcontrataciones	98
Tabla No. 23 Matriz DOFA	100
Tabla No. 24 Plan de Acción	102
Tabla No. 25 Manual de Funciones Gerente	106

Tabla No. 26 Manual de Funciones Asesor Comercial	109
Tabla No. 27 Manual de Funciones Especialista en Eventos	112
Tabla No. 28 Presupuesto de inversión	118
Tabla No. 29 Presupuesto de ventas	119
Tabla No. 30 Costos de operación	121
Tabla No. 31 Clasificación de los costos	122
Tabla No. 32 Entrada de la información	123
Tabla No. 33 Estado de Resultados Proyectado	125
Tabla No. 34 Flujo neto de caja	126
Tabla No. 35 TIR, VPN y Relación B/C	127
Tabla No. 36 Flujo de caja operacional	128
Tabla No. 37 Balance General Proyectado	129
Tabla No. 38 Indicadores financieros	131

## LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico No.01 Actividad Económica	46
Gráfico No. 02 Opción en la realización de eventos empresariales	47
Gráfico No. 03 Aceptación de la Empresa	48
Gráfico No. 04 Contratación de los Servicios	49
Gráfico No. 05 Interés de contratación de Servicios	50
Gráfico No. 06 Factores importantes en la contratación	51
Gráfico No. 07 Época de Eventos	52
Gráfico No. 08 Eventos Anuales	53
Gráfico No. 09 Cuotas de pago a crédito	54
Gráfico No. 10 Dinero invertido en Eventos	55
Gráfico No. 11 Tipo de empresas contratadas	56
Gráfico No. 12 Logo	99
Gráfico No. 13 Organigrama de la Empresa	105

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. Formato de la Encuesta	142
ANEXO B. Listado de la Muestra	146

## 1. RESUMEN

El Proyecto CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LOGÍSTICA Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS PÚBLICOS se resume fácilmente en nueve pasos fundamentales para llevar a cabo su proceso.

En principio los lectores se encontrarán con el Diseño Metodológico en el cual se analiza detalladamente las variables que influirán en la realización del proyecto planteado, igualmente se determina la población objeto de estudio con sus características óptimas para la actividad económica de la Empresa, la cual está representada por 122 medianas y grandes empresas de las ciudades de Pereira y Dosquebradas, las cuales forman parte del listado fiduciario del Banco de Bogotá de Pereira. Por medio del método del Muestreo proporcional se halla el tamaño de la muestra obteniéndose un valor de 98 empresas para encuestar en la ciudades de Pereira y Dosquebradas (Risaralda), para ello se repartieron las encuestas entre las autoras del trabajo, quienes de manera aleatoria realizaron las encuestas necesarias para determinar el nivel de aceptación de la empresa y sus servicios a prestar en el Eje Cafetero, obteniéndose que el 100% de ellas estarían dispuestas a adquirir los servicios ofrecidos en logística y organización de eventos. Toda la información recolectada se procesó estadísticamente en tablas y gráficos explicativos.

Más adelante en el Estudio de Mercados se describe claramente el servicio que se prestará, sus características y usos. El análisis del mercado del proveedor permite determinar su ubicación y tipo de materiales ofrecidos para la empresa, así mismo los abastecimientos requeridos para llevar a cabo el proceso de prestación de servicios por parte de la empresa. El análisis del consumidor, como parte de este importante estudio de mercados, muestra las características de los consumidores actuales o potenciales par la organización, la identificación del área de mercado, el

sector al cual va dirigido y la determinación y proyección tanto de la demanda potencial como de la real, esperándose atender 729 empresas en los cinco años de vida útil del proyecto. Finalizando el capítulo se habla de la información secundaria utilizada, el impacto ambiental del proyecto, los recursos naturales utilizados y las normas del medio ambiente aplicadas para tal fin.

En el Estudio Técnico se analiza el tamaño del proyecto, la disponibilidad nacional e internacional de los materiales directos e indirectos requeridos para la prestación del servicio. La adecuación requerida del local, es parte también de este estudio así como las necesidades de equipos con su descripción, precio de venta y los requerimientos de instalación y montaje. Por último se estima el caso de construir o arrendar el local donde funcionará la empresa.

En el Estudio Administrativo y Jurídico se constituye la empresa jurídicamente mostrando los pasos requeridos para ello, las restricciones legales de pago de mano de obra operativa, administrativa y subcontrataciones en cumplimiento de la Ley. Se elaboran los manuales de funciones específicas y los requisitos mínimos para cada uno de los cargos de la empresa, el organigrama y las inversiones en espacio físico requeridas.

El Estudio Financiero muestra cada uno de los estados financieros proyectados a los cinco años de vida útil del proyecto, allí se determina el presupuesto de inversión por \$85,769,340, con el cual se elabora todo el estudio financiero. Se hallan los principales indicadores del proyecto, el Valor Presente Neto (VPN) de \$39,695,601, la Tasa Interna de Retorno (TIR) de 47.70% y la Relación Beneficio Costo de 167.54%. Con la determinación de los datos anteriores se determina que el Proyecto de creación de la empresa en la ciudad de Pereira es FACTIBLE y rentable para sus accionistas.

## 1. SUMMARY

BUSINESS PLAN Project CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LOGÍSTICA Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS PÚBLICOS easily summarized into nine key steps to carry out the process.

In principle, readers will find the methodological design in which we analyze in detail the variables that influence the implementation of the proposed project also determines the target population with ideal characteristics for the economic activity of the Company. which is represented by 122 medium and large enterprises in the cities of Pereira and Dosquebradas, which form part of the list Trust Banco de Bogota Pereira .Through the proportional sampling method is the size of the sample obtaining a value of 98 companies to visit the cities of Pereira and Dosquebradas (Risaralda), for surveys that were distributed among the authors at work who made randomly necessary surveys to determine the level of acceptance of the company and its services to be provided in the Eje Cafetero. All information collected was processed statistically in tables and explanatory graphics.

Later in the Market Study clearly describes the service being provided, its characteristics and uses. The supplier market analysis to determine the location and type of materials offered for the company, and it supplies required to carry out the process of service delivery by the company. Consumer testing as part of this significant market research, shows the characteristics of current or potential consumers pair the organization, identification of market areas, the industry which is addressed and the identification and projection of both the potential demand and the real. 729 companies expected to attend the five-year life of the project. Completing the chapter discusses secondary data used, the project's

environmental impact, natural resources used and environmental standards applied for this purpose.

In the Technical Study examines the size of the project, national and international availability of direct and indirect materials required for the service. The adequacy of the required local, is also part of this study and the needs of teams with their description, purchase price and installation requirements and setup. Finally, it considers the case of build or lease the building used by the company.

In the Administrative and Legal Studies is the company is showing the steps legally required to do so, the legal restrictions on payment of operational labor, management and subcontractors in compliance with the Act manuals are developed for specific functions and minimum requirements for each of the offices of the company and the organizational investment in physical space required.

The Financial Study shows each of the projected financial statements for the five year life of the project, there is determined the investment budget of \$85,769,340. which makes all of the financial study. They are the main indicators for each type projects such as the Net Present Value (NPV)of \$39,695,601, Internal Rate of Return (IRR) of 47.70% and Benefit Cost Ratio of 167.54%.. With the determination of the above data it is determined that the proposed creation of the company in the city of Pereira is feasible and PROFITABLE for its shareholders.



## 2. INTRODUCCIÓN

Eje Logístico Ltda. es una empresa dedicada a la logística y Organización de eventos públicos, estará ubicada en la Ciudad de Pereira, capital del departamento de Risaralda. La cual tendrá a cargo los siguientes servicios:

- Lanzamiento de productos, Eventos corporativos, Activaciones de marca.
- Organización de Eventos Sociales (Congresos, banquetes, ferias, exposiciones)
- Personal de apoyo logístico
- Mobiliario
- Alquiler de Equipos
- Representación de Artistas

Eje Logístico Ltda. Tendrá una duración indefinida y podrá disolverse según los estatutos Legales de la Empresa.

- **Mercado**

Actualmente en Colombia, la cantidad de personas que asisten a diversos eventos es bastante considerable, razón por la cual es ineludible la necesidad de buscar una serie de elementos para facilitar y estimular el incremento de la asistencia a cada uno de estos espectáculos.

En vista de la carencia de empresas de “Logística y organización de eventos públicos” en el eje cafetero surgió la oportunidad de negocio, ya que es un factor importante para las empresas de hoy, ganar competitividad por medio de una buena organización, servicio y atención al cliente.

Dicho proyecto tendrá como objetivo realizar todos los procedimientos que conllevan a desarrollar cualquier tipo de evento público, haciendo posible obtener experiencias que traerá beneficios a las empresas; dada la importancia que representa agasajar a socios, clientes y empleados ya que son básicos para el desarrollo de las empresas que serán los posibles clientes, y sabiendo la poca organización que se tiene en este tipo de eventos, el proyecto quiere ser la solución para problemas de eventos públicos como: empresariales, integración de personal, capacitación, congresos, reuniones con clientes amigos, conciertos, lanzamientos de productos, pasarelas y eventos de moda; convenciones que resulten simplemente inolvidables y que mantengan el sello de su empresa, logrando así el resultado esperado.

El mercado de la logística y organización de eventos públicos en el eje Cafetero, ha sido poco desarrollado. Actualmente, existen empresas que no brindan una satisfacción completa a sus clientes, por lo cual la organización de eventos no ha sido un factor favorable para que el sector se convierta en una mayor demanda para este tipo de negocios.

Pereira es un eje logístico, por el cual necesariamente se movilizan miles de personas anualmente, es considerado el centro comercial e industrial del Eje Cafetero, lugar que se convierte en el atractivo turístico de muchas personas y que además, es un centro de negocios. Es por ello que en los últimos años, esta ciudad ha sido testigo de varios eventos de alta categoría, pero que lamentablemente, ha sido evidente la baja calidad en la organización de estos espectáculos. La logística de distribución, ingreso, abastecimiento, alimentación y organización, son factores que las empresas actuales no satisfacen a plenitud.

Además, se debe tener en cuenta que los mercados actuales son bastante exigentes, cuando de servicio y calidad al cliente se refieren, así que el propósito

es brindar una solución empresarial que cumpla con las expectativas tanto de los clientes directos como las del consumidor final.

### **3. SITUACIÓN PROBLEMA**

#### **3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Actualmente en Colombia, la cantidad de personas que asisten a diversos eventos es bastante considerable, razón por la cual es ineludible la necesidad de buscar una serie de elementos para facilitar y estimular el incremento de la asistencia a cada uno de estos espectáculos. En vista de la carencia de empresas de “Logística y organización de eventos” en el eje cafetero surgió la oportunidad de negocio, ya que es un factor importante para las empresas de hoy, ganar competitividad por medio de una buena organización, servicio y atención al cliente.

Dicho proyecto tendrá como objetivo realizar todos los procedimientos que conllevan a desarrollar cualquier tipo de evento público, haciendo posible obtener experiencias que traerá beneficios a las empresas; dada la importancia que representa agasajar a socios, clientes y empleados ya que son básicos para el desarrollo de las empresas que serán los posibles clientes, y sabiendo la poca organización que se tiene en este tipo de eventos, el proyecto quiere ser la solución para problemas de eventos públicos como: empresariales, integración de personal, capacitación, congresos, reuniones con clientes amigos, conciertos, lanzamientos de productos, pasarelas y eventos de moda; convenciones que resulten simplemente inolvidables y que mantengan el sello de su empresa logrando así el resultado esperado.

### **3.2 DIAGNÓSTICO O SITUACIÓN PROBLEMA**

El mercado de la logística y organización de eventos públicos en el eje Cafetero, ha sido poco desarrollado. Actualmente, existen empresas que no brindan una satisfacción completa a sus clientes, por lo cual la organización de eventos no ha sido un factor favorable para que el sector se convierta en una mayor demanda para este tipo de negocios.

Como ya se sabe, Pereira es un eje logístico, por el cual necesariamente se movilizan miles de personas anualmente, es considerado el centro comercial e industrial del Eje Cafetero, lugar que se convierte en el atractivo turístico de muchas personas y que además, es un centro de negocios. Es por ello que en los últimos años, esta ciudad ha sido testigo de varios eventos de alta categoría, pero que lamentablemente, ha sido evidente la baja calidad en la organización de estos espectáculos. La logística de distribución, ingreso, abastecimiento, alimentación y organización, son factores que las empresas actuales no satisfacen a plenitud. Además, se debe tener en cuenta que los mercados actuales son bastante exigentes, cuando de servicio y calidad al cliente se refieren, así que el propósito es brindar una solución empresarial que cumpla con las expectativas tanto de los clientes directos como las del consumidor final.

### **3.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo elaborar un Plan de Negocios para la propuesta de creación de una Empresa de Logística y Organización de Eventos Públicos en el Eje Cafetero?

### 3.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Es necesario establecer los canales y estrategias de comercialización que se utilizarán en el proyecto?
- ¿Cuáles son las alternativas de financiación del proyecto, los costos y gastos asociados al mismo?
- ¿Cuál es el mercado potencial para la empresa?
- ¿Cuáles son las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas existentes para la empresa de logística y organización de eventos públicos?
- ¿Qué empresas similares existen en la zona y cómo funcionan?
- ¿Constituir legalmente la empresa?
- ¿Cuál debería ser la estructura administrativa organizacional?
- ¿Qué pasos legales se deben seguir para la constitución de la Empresa?
- ¿Qué valores de TIR, VPN y Relación B/C, se deben obtener para que el Proyecto sea viable?
- ¿Cuáles son los aspectos básico necesarios para tomar la decisión de llevara a cabo el proyecto planeado de creación de Eje Logístico Ltda.?

## **4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **4.1 CONCEPTUALIZACIÓN**

El presente proyecto tiene una cobertura a nivel creación de la Empresa de Logística y Organización de Eventos Públicos en el Eje Cafetero, que pretende desarrollar un adecuado Plan de Negocios.

Académicamente, el proyecto se encuentra enmarcado dentro del área de la Ingeniería Industrial aplicando conocimientos de las siguientes áreas:

- Metodología de la Investigación
- Investigación de Mercados
- Producción de Servicios
- Control Total de Calidad
- Economía
- Administración
- Constitución Política
- Logística y Operaciones
- Formulación y Evaluación de Proyectos
- Matemática Financiera, Costos y Presupuestos

### **4.2 ESPACIO TEMPORAL Y GEOGRÁFICO**

El desarrollo del presente proyecto de investigación fué llevado a cabo durante los meses comprendidos entre Junio de 2009 y Abril del presente año; y específicamente en las empresas medianas y grandes de las ciudades de Pereira y Dosquebradas (Risaralda), en todas sus áreas urbanas.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un detallado Plan de Negocios, con base en la investigación de mercados, la estructura organizacional, los aspectos jurídicos y el sistema financiero, de tal manera que se permita determinar si es posible y rentable llevar a cabo la propuesta de creación de una Empresa de Logística y Organización de Eventos Públicos en la ciudad de Pereira (Risaralda).

### **5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Elaborar un estudio metodológico basado en la técnica de la encuesta a fin de determinar el nivel de aceptación para la creación la Empresa.
- Determinar por medio del estudio de mercados, quién es el consumidor, la competencia, demanda real y análisis del precio con el cual entrará a competir en el mercado la Empresa de Logística y Organización de Eventos, mediante la observación directa, la entrevista personal y la indagación telefónica.
- Determinar por medio del estudio técnico, los costos de instalación y puesta en marcha de la Empresa en la ciudad de Pereira (Risaralda), a través de cotizaciones de proveedores locales.
- Determinar una estructura organizacional que se ajuste a la capacidad y necesidades de la Empresa, por medio del análisis de las funciones y competencias requeridas en los empleados necesarios.



- Elaborar un Estudio Financiero proyectado durante la vida útil de la propuesta de creación de la empresa, haciendo uso de los estados financieros establecidos para la evaluación económica y financiera.
- Determinar los Indicadores Financieros necesarios para realizar la evaluación del proyecto y concluir así, la factibilidad o no del mismo, a través de la identificación de los valores de la Tasa Interna de Retorno, el Valor Presente Neto y la Relación Beneficio / Costo del Proyecto.

## 6. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Con la elaboración del Trabajo de Grado CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LOGÍSTICA Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS PÚBLICOS EN EL EJE CAFETERO se desea crear una Organización que tenga la capacidad para formalizar y ejecutar una estrategia global que permita más eficiencia en sus procesos, para ello se requiere de los siguientes factores:

- Una Estructura Organizacional, que comprenda las relaciones de mando y dependencia.
- Los Procesos Administrativos, que comprendan actividades de planificación y programación.
- Los Recursos Humanos
- La Cultura, que permite guiar la conducta de operación.

La Empresa requiere una forma de autoridad centralizada que le permita, en cada circunstancia, tomar sus propias decisiones para adaptarse a las condiciones locales<sup>1</sup>.

Por ello, es importante buscar la creación de equipos de trabajo multifuncionales y pluridisciplinarios. El tamaño del proyecto definido como 122 Empresas establecidas en la ciudad de Pereira (Risaralda) y que forman parte del listado de grandes empresas del portafolio de servicios de la Fiducia del Banco de Bogotá, este dato por sí solo es representativo para llevar a cabo la investigación. La

---

<sup>1</sup> BACCA Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, 1997.

determinación de la Muestra define la necesidad de aplicar encuestas a 98 Empresas, para lo cual se requiere de las dos integrantes del Trabajo de Grado quienes recolectarán la información, harán la presentación y el análisis respectivo.

Es muy importante la creación de Eje Logístico Ltda. pues, la organización de eventos es un dominio absolutamente necesario en la sociedad con el fin de reunir a la gente y permitir reencuentros donde a menudo, nuevos proyectos y nuevas relaciones toman nacimiento. La ciudad de Pereira requiere la instalación y puesta en marcha de Eje Logístico Ltda. por que brinda la oportunidad a las empresas de llevar a cabo sus actividades planeadas, contando con una empresa encargada de la logística y organización de los eventos, que sea confiable y garantice el logro de los objetivos propuestos. Lo que cuenta bien es el hecho de poder reunir la mayor cantidad de personas y lograr cubrir y superar sus expectativas en la organización del evento.

## **7. MARCO REFERENCIAL**

### **7.1 MARCO TEÓRICO**

El mundo de la organización de actos ha evolucionado muchísimo en los últimos años, hasta el punto de que las clásicas reglas de protocolo, los conocimientos básicos para llevar a cabo un evento y las normas y tradiciones que se aplicaban hasta hoy ya no son suficientes para culminar con éxito cualquier tipo de celebración. Por ello, es importante aportar nuevas propuestas y actualizar técnicas y teorías obsoletas para meterse de lleno por los derroteros de la comunicación, el diseño, las nuevas tecnologías, la producción, la arquitectura de los escenarios o la escenografía, las cuales marcan pautas imprescindibles para conseguir los objetivos que en estos tiempos buscan las instituciones, ya sean públicas o privadas, cuando organizan sus actos.

Lo que sí resulta una realidad indiscutible es que la logística de eventos se propone conceptualizar lo que en la actualidad es protocolo, tratando de hacer ver a diversos grupos sociales que este término no tiene nada de peyorativo, demostrando que es una disciplina como tal. La proyección, el desarrollo de los preparativos y la puesta en marcha de todo tipo de eventos es de suma importancia en la actualidad. La importancia de la imagen, el diseño y la escenografía, en definitiva, de la proyección exterior en la organización y gestión de eventos en cualquier ámbito de la sociedad (empresarial, cultural, político, oficial o social), obligan a plantear la necesidad de crear empresas especializadas

de alto nivel en estas disciplinas capaces de gestionar y diseñar de manera multidisciplinar cualquier evento.

La organización de eventos es el proceso de diseño, planificación y producción de congresos , festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades. Algunas de las tareas que incluye la organización de un evento , es la de realizar el presupuesto y el cronograma, la selección y reserva del espacio en el que se desarrollará el encuentro, la tramitación de permisos y autorizaciones, la supervisión de los servicios de transporte, los servicios gastronómicos, la coordinación logística integral, entre otros<sup>2</sup>.

Siempre que se tome la determinación de realizar un evento, es importante tener presente, entre otros aspectos, los siguientes:

- Determinar cuál es la auténtica razón por la que quiere organizar un evento, porque ha de estar muy clara antes de emprender la fase de planificación – muchos eventos fracasan debido a unos objetivos mal definidos–. Verificar si es realmente necesario, ya que es posible que haya una manera más barata pero igualmente eficaz de llegar al público beneficiario. La constitución de un Comité de Planificación y el papel del Coordinador, el cual debe incluir al patrocinador o a su representante, además de representantes de todos los implicados (entidades, instituciones, público beneficiario, etc.). Nombrar como miembros del comité a personas que estén acostumbradas al trabajo en equipo y autorizadas para tomar decisiones; y recuerda: "cuanto más, mejor" no es cierto en cuanto a comités de planificación. Nombrar un coordinador que, si procede, esté

---

<sup>2</sup> OTERO ALVARADO, M<sup>a</sup> Teresa (2005). «Los acontecimientos especiales como acciones de relaciones públicas: el ceremonial y el protocolo». En: CASTILLO ESPARCIA, A. (coord.). Comunicación organizacional. Teoría y estudios. Málaga: Ed. Clave, p. 124-131.

autorizado para tomar decisiones y ser la única persona autorizada para ordenar pagos.

- Determinar con precisión cuál es tu público beneficiario y, si desconoces sus necesidades reales, identifícalas mediante una encuesta. o Investiga lo que están haciendo tus competidores directos o asociaciones similares para identificar las tendencias actuales y, consiguientemente, cualquier desequilibrio en la demanda. Si es importante llegar a un público lo más amplio posible, estudia la posibilidad de organizar un evento multidisciplinario, incluir vídeo conferencias o utilizar la difusión por Internet.
- Fijar un presupuesto para el evento, apartando el 10% para imprevistos. Esto es crucial porque los recursos financieros disponibles influirán directamente en las otras decisiones que se van a tomar.
- Determinar quiénes entre el patrocinador y los participantes van a asumir cada capítulo de gastos, si prevén beneficios o cubrir los gastos, identificar todas las fuentes de ingresos.
- Estudiar todos los riesgos potenciales antes de decidir qué tipo de cobertura del seguro vas a necesitar, además de responsabilidad civil, que es imprescindible.
- Decidir qué formato se adapta mejor al público beneficiario.
- Establecer la duración del evento de una manera realista. Al calcular la asistencia prevista, no dejarse llevar por el optimismo.
- Si no hay estadísticas disponibles de experiencias anteriores, realizar investigaciones sobre el mercado o una encuesta (a pesar de ser caro y laborioso, puede ahorrarte mucho dinero y estrés a la larga).

- Decidir si se va a invitar a conferenciantes y/o personalidades, y comprobar si van a necesitar un intérprete.
- Calcular la cantidad de personal que se va a necesitar durante el evento y si se va a utilizar los propios o a trabajadores ocasionales.
- Tener en cuenta que los eventos de envergadura, o aquéllos en los que participan personalidades, exigirán medidas de seguridad.
- Tomar las medidas necesarias para los asistentes con alguna discapacidad.
- Si el evento es de envergadura, organizarlo con al menos 12 meses de antelación.
- Seré flexible en cuanto a las fechas de celebración; si el presupuesto es ajustado, negociar las tarifas más económicas para el alojamiento, billetes de avión (en su caso), comidas, y salas de reunión o lugares de celebración; teniendo en cuenta las fiestas nacionales, regionales y locales, las vacaciones escolares, otros eventos similares que se celebran al mismo tiempo y las condiciones meteorológicas previstas, puesto que todos estos factores pueden influir negativamente en la asistencia, o contratar a los conferenciantes con mucha antelación.
- Decidir dónde va a celebrarse el evento y en qué tipo de lugar de celebración (que desde luego debe adaptarse bien al formato). Si es un evento corto o de un sólo día, elegir un lugar de celebración accesible, cerca de donde vive o trabaja la mayoría de los asistentes. (Con el auge de los vuelos de bajo costo, y mejores enlaces por carretera y ferrocarril, en algunos casos se puede pasar por alto esta recomendación.)
- Hacer una selección de lugares de celebración potenciales, subrayando las ventajas y desventajas de cada uno de ellos.

- Si se va a contratar, parcial o totalmente, a un experto externo, prepara una petición de presupuesto detallada.
- Tener siempre un plan para situaciones imprevistas.
- Aunque la rápida expansión del Internet lo hace innecesario, en el caso de eventos de envergadura sigue siendo una buena idea hacer al menos una visita de inspección al lugar de celebración.
- Dependiendo del tipo de evento, también puede formar parte de la gestión: El desarrollo de una línea temática, el registro previo y la acreditación de los participantes, la coordinación de los oradores o conferencistas, la decoración del lugar, mobiliario, equipamiento audio-visual, entoldados, servicio de seguridad, baños portátiles, planes de contingencia y de evacuación, servicios médicos y limpieza.

La organización de eventos es un campo de estudio relativamente nuevo. Existen diferentes instituciones, en algunos casos universitarios, que capacitan y entrenan a los futuros profesionales en la materia, tanto en aspectos teóricos como técnicos. Si bien en idioma inglés hay diferentes modos de referirse al experto en organización de eventos: conference coordinator, convention planner, special event coordinator, meeting manager, meeting planner, la modalidad más común en español es la denominación organizador de eventos. En algunos países de habla hispana también se utilizan las siglas OPC (organizador profesional de congresos/ certámenes/convenciones) u OPE (organizador profesional de eventos). El mercado de los eventos también es identificado con el acrónimo MICE: Meetings (reuniones), Incentives (incentivos), Conferences (congresos) y Exhibitions (exposiciones)<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> OTERO ALVARADO, M<sup>a</sup> Teresa (2000). Teoría y estructura del ceremonial y el protocolo, Sevilla: Ed. Mergablum, p. 350-361.



## 7.2 MARCO CONCEPTUAL

- **Eventos Corporativos**

Cuando el organizador del evento es una empresa o institución con fines de lucro suele utilizarse la denominación evento corporativo. Un evento corporativo puede ser considerado una poderosa herramienta de comunicación institucional con fines retóricos. Siguiendo esta línea, los contenidos o actividades de un evento constituirían un conjunto de argumentos tendientes a lograr un cierto nivel de persuasión en el público que participa del mismo.<sup>1</sup>

Más que definir, se puede decir que organizar un evento es coordinar de manera precisa y acertada cada ingrediente para que el mismo no sea solo una mera reunión. La diferencia entre “organizar un evento” y “hacer un evento” radica en “la forma” y “el fondo” del mismo, esto quiere decir que no sólo tiene que tener un objetivo claro y estratégico, sino que cada elemento que utilice debe cumplir un objetivo puntual y representar a la empresa en todas sus formas. Un evento es una carta de presentación ante la sociedad, público, medios o prensa; muestra el “quien es” y “como es” una empresa o institución. Existen diferentes tipos y estilos de eventos a realizarse: promocionales, lanzamientos, reuniones laborales, fiestas corporativas, fiestas de fin de año, conmemoraciones, inauguraciones, exposiciones, muestras, eventos privados, reuniones de capacitación, producciones artísticas, congresos, convenciones, conferencias, desayunos de negocios, capacitaciones, etc. Cada uno de los mencionados anteriormente consta de características específicas y que lo difieren a uno de otro, pero existen conceptos generales a tener en cuenta a la hora de realizar y organizar cualquier tipo de evento: como por ejemplo contar con el asesoramiento correspondiente de quienes son los “expertos” de la organización, la idea de este asesoramiento es

---

optimizar lo que se debe planificar junto a la empresa como conseguir los mejores resultados de dicho evento, ya sea respuestas a corto plazo como a lo largo del tiempo. Cada evento consta de una disposición ceremonial y protocolar, y más aún cuando las visitas son autoridades. Otro aspecto a tener en cuenta es la coordinación continua de los organizadores durante el evento, esto debe ser una constante desde que se piensa, se diseña, planifica y lleva a cabo el mismo. En la mayoría de los casos se debe realizar un guión o cronograma a seguir, que debe estar en mano no sólo de organizadores sino de todos los encargados de los diferentes sectores o etapas del evento. Llegando al final se puede afirmar que la decisión de la fecha, hora y lugar son claves frente a la toma de decisiones al organizar un evento. Se puede decir que son cuestiones que marcan la diferencia a la hora de las respuestas por parte del público meta. Resumiendo, la organización de un evento es vital pieza dentro de una planificación comunicacional, y lo marca el éxito de la misma es su “organización”, planificación y las decisiones correctas previas a dar el paso de realizarlo tanto sea una reunión o evento interno como al llevarlo al escenario público.

- **Desmontaje**

Retiro de los materiales y elementos utilizados en la reunión.

- **Diseño y Cotización**

Es en este estadio en el que se establecen los objetivos, el mensaje que comunicar al público participante y las expectativas que el organizador del evento tiene con relación a la realización de la reunión.

- **Ejecución**

Fase en la que, estando los participantes del evento reunidos en el mismo lugar y al mismo tiempo, comparten las actividades planificadas y demás.

- **Evaluación de Resultados**

Momento en el que se establece el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos y la eficiencia de las prestaciones.

- **Montaje**

Disposición de los recursos técnicos y humanos en el lugar donde se llevará a cabo el evento.

- **Producción**

El conjunto de gestiones previas al inicio de la reunión y que tienen por objeto la preparación de los recursos que componen el evento. Preponderantemente se trata de contratación de proveedores y coordinación entre las prestaciones.

- **Ranking ICCA de los países y ciudades con mayor cantidad de Eventos**

La Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA, según sus siglas en inglés) que constituye una de las asociaciones vinculadas a la industria de los eventos más prestigiosas del mundo, elabora anualmente un ránking que cuantifica eventos organizados por asociaciones internacionales, que tengan lugar en diferentes sedes y que hayan rotado por un número mínimo de tres países.

Evento se refiere a cualquier acontecimiento, circunstancia, suceso o caso posible. Así, se dice eventualmente o ante todo evento en previsión de algo que, conjetural o previsiblemente, pudiera ocurrir en una circunstancia determinada y es generalmente un hecho imprevisto<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> MARÍN CALAHORRO, F. (1997). Fundamentos del protocolo en la comunicación institucional. Madrid: Síntesis.

### **7.3 MARCO LEGAL**

- Ley No. 590, de 10 de Julio de 2000: “Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas”.
- Ley 256 de 1996: “El artículo 333 de la Carta Política de 1991 establece que la actividad económica y la iniciativa privada son libres, pero advierte que la libertad a ellas reconocida habrá de ejercerse dentro de los límites del bien común. La libre competencia económica, si bien es un derecho de todos a la luz del mismo precepto, supone responsabilidades, por lo cual la ley delimita el alcance de la libertad económica cuando así lo exija, entre otros factores, el interés social. La Constitución Colombiana de 1991 reconoce el derecho a la propiedad privada y establece garantías para su protección.

### **7.4 MARCO SITUACIONAL**

La celebración de diferentes tipos de eventos, independientemente de cuál sea la razón por la cual se lo esté realizando, es algo muy importante para las personas teniendo en cuenta la importancia que tienen algunos de ellos, por eso es que en los últimos diez años, la moda es contratar a una empresa especializada para la organización de eventos las cuales se denominan productora de eventos. Se debe destacar que dedicarse a este tipo de empresas resulta ser un negocio muy rentable ya que todo el mundo requiere de estos servicios especialmente en aquellos casos de un evento multitudinario. Pero crear una productora de eventos no es un trabajo fácil, ya que requiere de mucha inversión, tiempo y especialmente

publicidad teniendo en cuenta que la mayoría de la gente únicamente contrata aquellas empresas que tienen experiencia en este tipo de trabajo.

Se dice esto porque en muchos casos, los eventos pueden llegar a tener una magnitud muy amplia y lógicamente una empresa inexperta en la planificación de eventos, puede llegar a cometer errores, no obstante es mejor no generalizar, ya que muchas de las empresas de logística y organización de eventos públicos que se crean y que recién comienzan a dar sus primeros pasos son de las mejores, por eso es importante que antes de contratar una empresa productora de eventos informarse acerca de los servicios que ofrece, la manera en la cual trabaja, y especialmente la cantidad de personas que trabajan en cada una de las áreas que se deben atender<sup>5</sup>.

Esto es muy importante considerando el hecho de que siempre que se piensa en crear una empresa de logística y organización de eventos públicos, la misma suele contar con al menos dos especialistas en áreas como por ejemplo: catering, decoración, escenografía y toda la parte técnica y electrónica que se puede encontrar en un evento de grandes magnitudes. La organización de un evento de la mano de las productoras no representa un trabajo fácil en lo absoluto, de hecho, lo común es que la productora de eventos sea contratada con muchos meses de anticipación, para que así pueda abarcar todos los aspectos más importantes de la planificación de todo tipo de eventos, teniendo en cuenta que la empresa podría ser contratada para cualquier evento social que requiera de una organización profesional. Cuando se tiene la idea de crear una empresa de logística y organización de eventos públicos, lo principal a tener en cuenta son todos los aspectos que una empresa de este tipo ha de cubrir, por ejemplo, contar con servicios propios tales como el catering, el entretenimiento, los equipos correspondientes para cualquier tipo de evento, los servicios que se ofrecerán

---

<sup>5</sup> GRUNIG, J. E.; HUNT, T. (2000). Dirección de relaciones públicas. Barcelona: Gestión 2000, p. 236.

durante el evento, la publicidad en el caso de que el mismo se trate de un evento público al que deban asistir muchas personas, y especialmente el lugar en el cual se llevará a cabo, el cual puede ser de la empresa, o bien, también algún salón arrendado. No obstante existen algunos factores que seguramente ayudarán a todas las personas que están pensando en crear una empresa de logística y organización de eventos públicos y precisamente es ofrecer aquellos servicios que no están en el mercado, es decir que lo más conveniente es enfrentarse a la competencia ofreciendo lo que ésta no puede o no ofrece. Lo más duro a la hora de crear la organización, es justamente la experiencia del resto de las empresas, quienes ya tienen una cierta reputación en este negocio y lógicamente la gente se va a inclinar por contratar aquellas que tengan un prontuario impecable; pero no obstante, la empresa que logre cumplir con los objetivos planteados desde el comienzo de la organización de eventos, entrará a ganar sostenidamente participación en el mercado.

## 8. DISEÑO METODOLÓGICO

### 8.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según la metodología a utilizar, se realizará una Investigación Cuantitativa de tipo Descriptiva puesto que se parte de una necesidad - problema y unos objetivos que son claramente definidos por el investigador.

Se utilizarán técnicas estadísticas debidamente estructuradas para la recolección y el análisis de la información. Partiendo de tal punto, específicamente se llevará a cabo una Investigación de Caso donde se investigará a fondo sobre un grupo definido por todas las empresas públicas, privadas, industrial, comercial o de servicios con más de 15 empleados de Dosquebradas y Pereira (Risaralda) a fin de determinar si desean contratar los servicios de logística y organización de eventos públicos.

Los datos que se obtendrán se relacionarán con el estado actual de la población en estudio. Al utilizar este tipo de investigación se espera explorar la propuesta de creación de la empresa, de tal manera que se puedan aclarar conceptos y variables planteadas y determinar la manera de mediarlas<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> BERNAL T, Cesar Augusto. Metodología de la investigación para administración y economía. Prentice Hall, 1999.

## **8.2 FASES DE LA INVESTIGACIÓN**

Prueba piloto: se seleccionó una pequeña muestra puesto que se consideró que es una prueba crucial, ya que permite probar las fortalezas y las debilidades de la encuesta, si se encuentra bien diseñada y si es absolutamente clara para las empresas encuestadas, también ayuda a entrenar a los encuestadores y verificar si el proyecto es bien aceptado y factible para las diferentes empresas. De los resultados de la prueba piloto usualmente sugieren algunas modificaciones antes de aplicar oficialmente la encuesta.

## **8.3 LA POBLACIÓN Y MUESTRA**

Como fuentes primarias de información, para la determinación de la población y la muestra, se tendrá el contacto con las Empresas catalogadas como públicas, privadas, industriales, comerciales y de servicios con más de 15 empleados de Dosquebradas y Pereira (Risaralda). Y como fuentes secundarias se tendrán la División de Sistemas de la Cámara de Comercio de la ciudad de Pereira y Dosquebradas, el DANE y Fiducia del Banco de Bogotá.

- **POBLACIÓN**

La población objeto de este proyecto se definió cuidadosamente de tal manera que la selección fuera factible a lo requerido siendo todas las empresas de Pereira y Dosquebradas, que forman parte de la línea fiduciaria del Banco de Bogotá de la ciudad de Pereira. El grupo poblacional está conformado por 122, de la cual se determinará una porción muestral.



- **MUESTRA**

El marco muestral utilizado para obtener la información de los elementos que son analizados, es de base de datos del Banco de Bogotá de la Ciudad de Pereira, y que están dedicados a la banca fiduciaria, empresarial y corporativa.

Las personas responsables de las encuestas están capacitadas para desarrollar dicha labor y así evitar influencias en el procedimiento de recolección de información.

- **Tipo de Muestreo**

El tipo de muestreo que se aplicó en el desarrollo de este trabajo es Muestreo Aleatorio Simple.

**CONVENCIONES UTILIZADAS:**

z: Nivel de confianza

s: Desviación estándar según nivel de confianza

P: Posibilidad de éxito

Q: Posibilidad de fracaso

e: Margen de error

N: Población

n: Tamaño de la muestra

**SIENDO:**

z = 95%

s = 1,96

P = 50%

$$Q = 50\%$$

$$e = 5\%$$

$$N = 122$$

Estadísticamente, lo anterior significa que se utilizó un nivel de confianza del 95%, lo cual refleja un margen de error del 5% en cada uno de los análisis realizados durante el proceso, y para tal calificación se encuentra en las tablas una desviación estándar de 1,96. Las posibilidades de fracaso o de éxito cuentan con un mismo porcentaje de participación es decir, la probabilidad de tener éxito con el proyecto es igual a la de obtener un fracaso.

HALLANDO:

$$n = [ (s^2) * (P*Q*N) ] / [ (e^2) * (N - 1) + (s^2) * (P*Q) ]$$

$$n = [ (1.96^2) * (0.5*0.5*122) ] / [ (0.05^2) * (121) + (1.96^2) * (0.5*0.5) ]$$

$$n = [117,1688 / 1,1953] = 98,0234 \text{ Empresas}$$

$$= 98 \text{ Empresas}$$

El tamaño de la muestra requerida para llevar a cabo el estudio de factibilidad para la puesta en marcha de la Empresa de Logística y Organización de Eventos Públicos es de 98 empresas, partiendo de una población total de 122 empresas.

#### **8.4 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN OPERACIONALIZADAS**

Con el fin de desarrollar un trabajo investigativo que arroje resultados confiables, con los cuales se puedan alcanzar los objetivos inicialmente propuestos, se ha determinado como población objeto de estudio, a las empresas públicas, privadas,

industrial comercial o de servicios con más de 15 empleados de Dosquebradas y Pereira.

Las variables de la investigación operacionalizadas definidas para la propuesta de creación de la Empresa son:

### 1. Investigar el Mercado

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

Con esta encuesta se busca obtener información veraz y confiable de parte de las empresas de Dosquebradas y Pereira y poder recopilar las bases y los criterios a desarrollar para realizar una investigación de mercado. Con la cual se verifican algunos de los aspectos más importantes para nuestros posibles clientes.

### 2. Situación del Mercado

El mercado de la realización de eventos es un mercado creciente y en desarrollo, debido que en Colombia se realiza un gran número de eventos, en empresas privadas como en empresas públicas; a pesar de la grave situación económica que el país atraviesa, la empresa Eje logístico trabajara con el mercado empresarial ya que se estableció como principal consumidor. Puesto que en la actualidad la sociedad experimenta una gran necesidad de organizadores de eventos, la cual está relacionada directamente con la imagen que otros tengan de nosotros, así como la posición social y económica, hasta el punto que es

indispensable para cualquier tipo de celebración, asesorarse de organizadores de eventos para un manejo adecuado de la imagen.

## **9. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA**

### **9.1 ESTUDIO ESTADÍSTICO**

Con base en las encuestas realizadas en las empresas que formaron parte de la muestra poblacional, se obtuvo la información requerida para ser procesada y analizada y determinar así, las conclusiones respectivas del estudio.

#### **9.1.1 Tabulación y Gráfico de la Información**

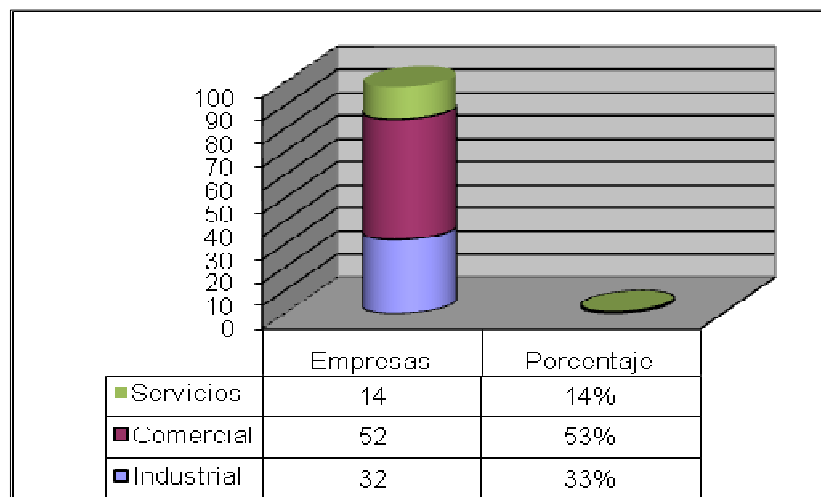
- Qué actividad económica desarrolla su Empresa?

Tabla No. 01 Actividad Económica

OPINIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
Industrial	32	33
Comercial	52	53
Servicios	14	14
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 01 Actividad Económica



Fuente: Trabajo de campo

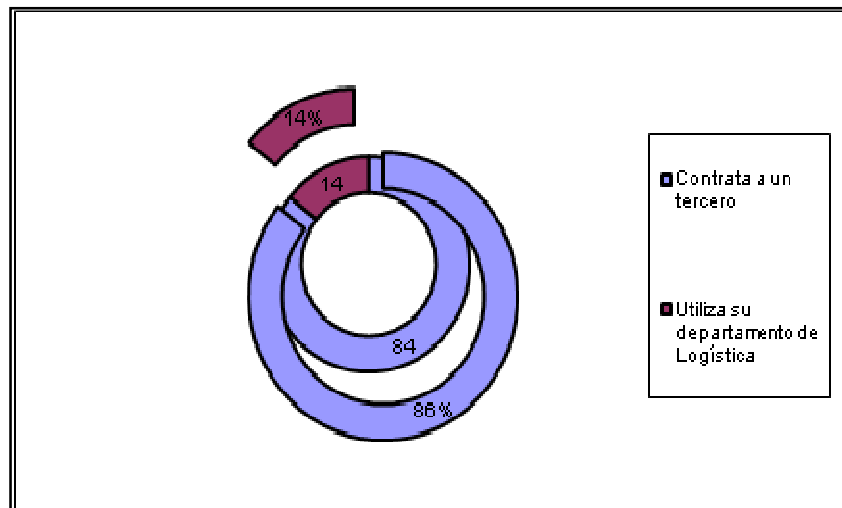
- Qué opción toma al momento de realizar eventos en su empresa?

Tabla No. 02 Opción en la realización de eventos empresariales

OPCIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
Contrata a un tercero	84	86
Utiliza su departamento de Logística	14	14
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 02 Opción en la realización de eventos empresariales



Fuente: Trabajo de campo

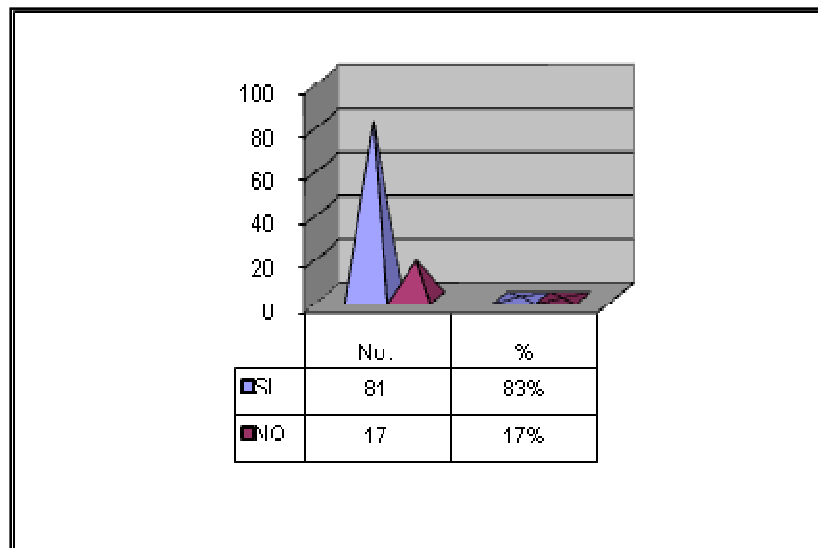
- Le gustaría contar con una empresa dedicada a la organización de logística y eventos públicos?

Tabla No. 03 Aceptación de la Empresa

DECISIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
SI	81	83
NO	17	17
TOTAL	98	100

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 03 Aceptación de la Empresa



Fuente: Trabajo de campo



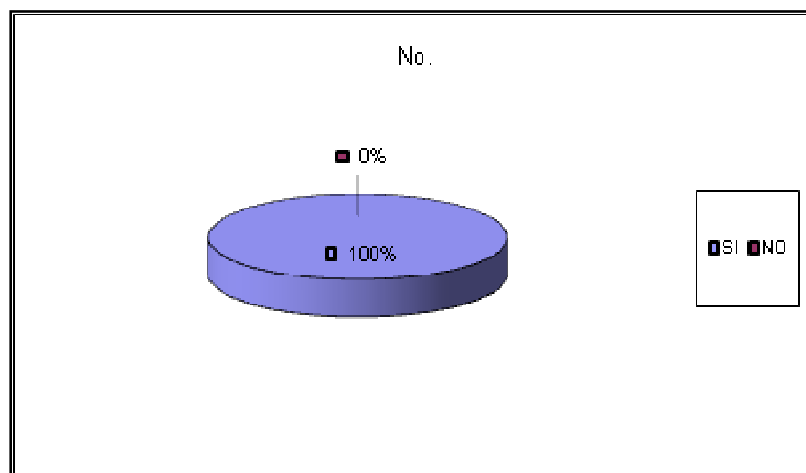
- Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa de logística y organización de eventos?

Tabla No. 04 Contratación de los Servicios

DECISIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
SI	98	100
NO	0	0
TOTAL	98	100

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 04 Contratación de los Servicios



Fuente: Trabajo de campo

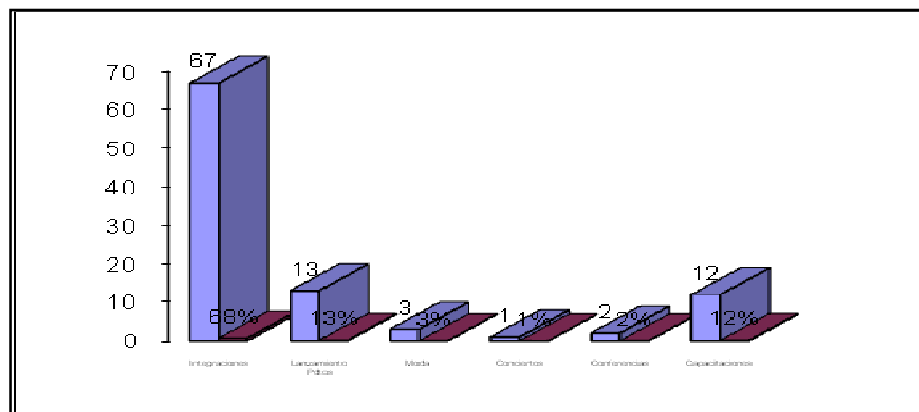
- Cuáles de los siguientes servicios estaría su empresa interesada en contratar?

Tabla No. 05 Interés de contratación de Servicios

OPINIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
<b>Integración de Personal</b>	67	69
<b>Lanzamientos de productos</b>	13	13
<b>Eventos de Moda</b>	3	3
<b>Conciertos</b>	1	1
<b>Conferencias Empresariales</b>	2	2
<b>Capacitaciones</b>	12	12
<b>TOTAL</b>	98	100

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 05 Interés de contratación de Servicios



Fuente: Trabajo de campo

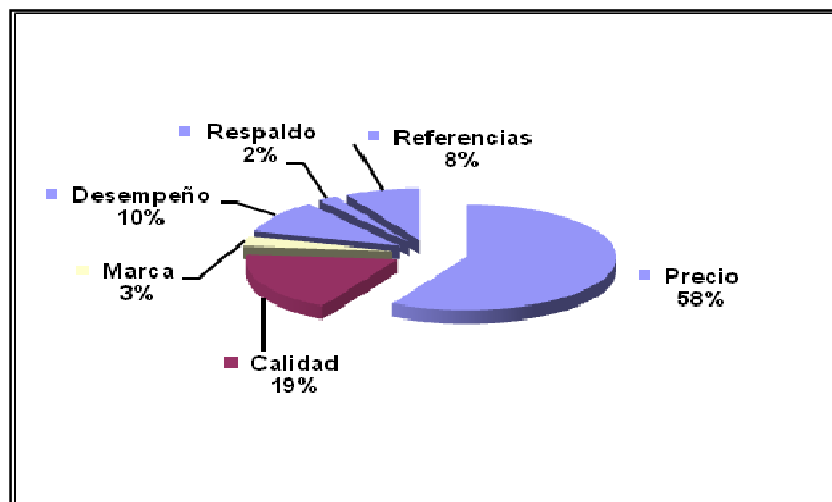
- Qué factores usted tendría en cuenta en el momento de contratar este tipo de servicio?

Tabla No. 06 Factores importantes en la contratación

OPINIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
Precio	57	58
Calidad	18	19
Marca	3	3
Desempeño	10	10
Respaldo	2	2
Referencias	8	8
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 06 Factores importantes en la contratación



Fuente: Trabajo de campo

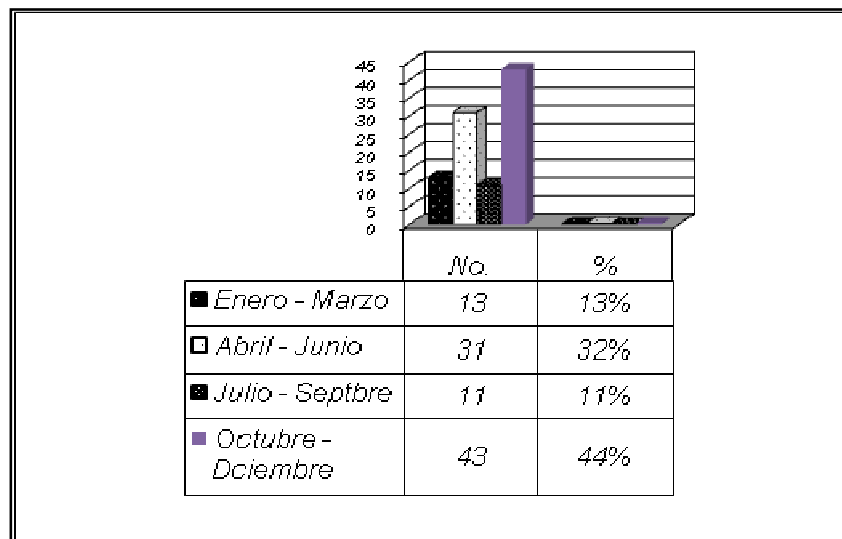
- En que épocas del año realiza mayor cantidad de eventos en su empresa?

Tabla No. 07 Época de Eventos

OPINIÓN	CANTIDAD DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
<b>Enero - Marzo</b>	13	13
<b>Abril - Junio</b>	31	32
<b>Julio - Septiembre</b>	11	11
<b>Octubre - Diciembre</b>	43	44
<b>TOTAL</b>	98	100

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 07 Época de Eventos



Fuente: Trabajo de campo

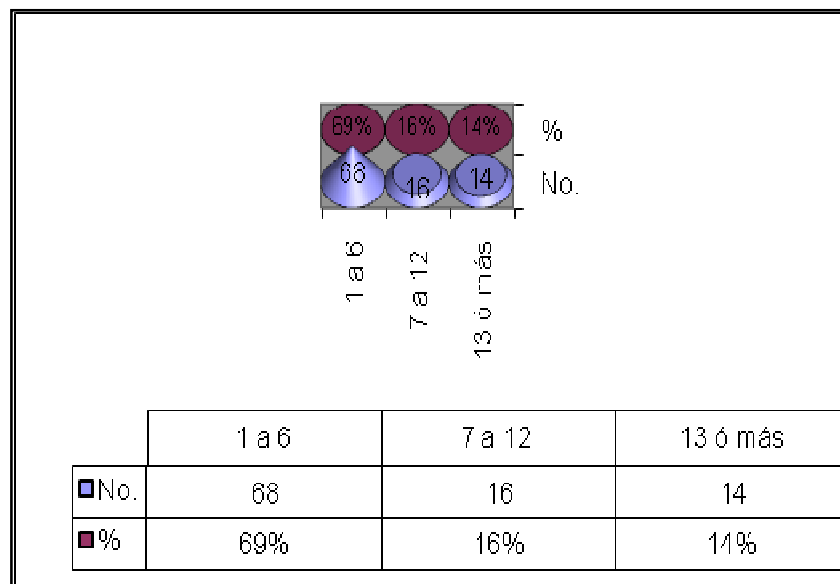
- Al año cuantos eventos realiza en su empresa?

Tabla No. 08 Eventos Anuales

OPINIÓN	CANTIDAD DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
1 a 6	68	69
7 a 12	16	17
13 ó más	14	14
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 08 Eventos Anuales



Fuente: Trabajo de campo

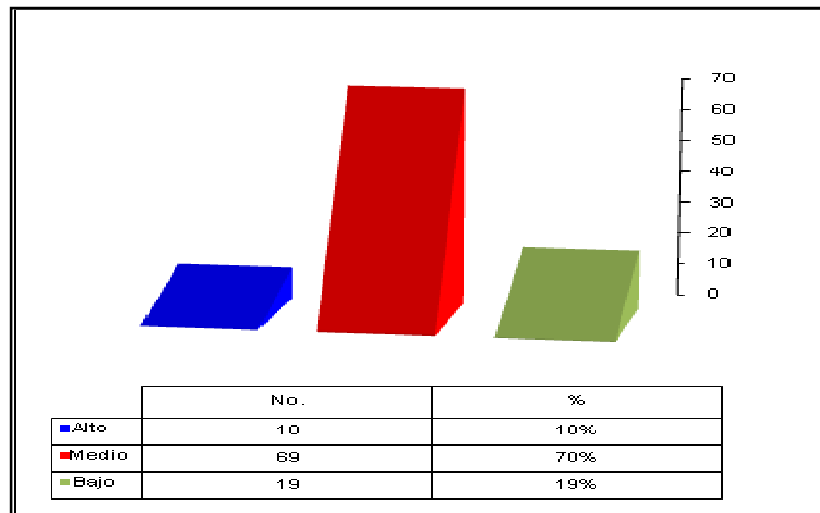
- Cómo considera el presupuesto destinado para este tipo de eventos por parte de su Empresa?

Tabla No. 09 Cuotas de pago a crédito

OPINIÓN	CANTIDAD DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
Alto	10	10
Medio	69	70
Bajo	19	20
<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 09 Cuotas de pago a crédito



Fuente: Trabajo de campo

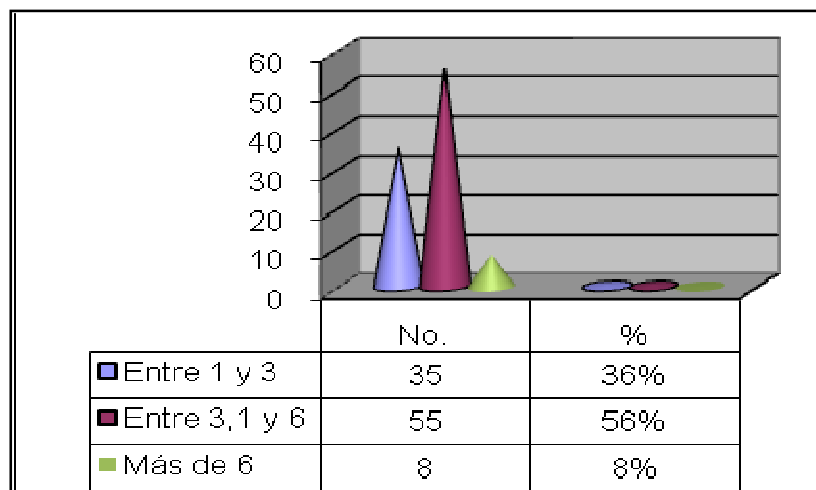
- En el último año su empresa cuánto dinero invirtió en organización de eventos?

Tabla No. 10 Dinero invertido en Eventos

OPINIÓN	CANTIDAD DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
Entre 1 y 3 millones	35	36
Entre 3,1 y 6 millones	55	56
Más de 6 millones	8	8
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 10 Dinero invertido en Eventos



Fuente: Trabajo de campo

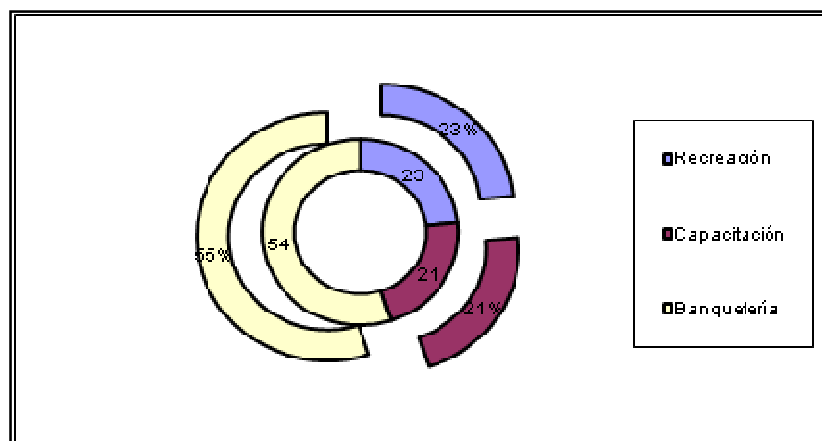
- Qué tipo de empresas contrata para sus eventos?

Tabla No. 11 Tipo de empresas contratadas

OPINIÓN	CANTIDAD DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
De Recreación	23	24
De Capacitación	21	21
De Banquetería	54	55
<b>TOTAL</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 11 Tipo de empresas contratadas



Fuente: Trabajo de campo



### 9.1.2 Conclusiones de la Encuesta

#### Conclusiones Cuantitativas:

- El 53% de las empresas encuestadas se dedican a la actividad comercial, el 33% son industriales y el restante 14% a la prestación de servicios.
- El 86% de las empresas contrata a una empresa dedicada a la logística y organización de eventos al momento de realizar eventos, únicamente el 14% cuenta con un departamento interno de logística que se encarga de sus propios eventos.
- Al preguntarles si les gustaría contar con una nueva empresa dedicada a la logística y organización de eventos empresariales, el 83% contestó que si lo estaría; para el 17% no les gustaría.
- El 100% de las empresas encuestadas están dispuestas a contratar los servicios de la nueva empresa.
- El 69% de las empresas contratarían la empresa para la organización de sus integraciones de personal, el 13% para el lanzamiento de productos y el 12% para capacitaciones.
- Los factores más importante al momento de contratar los servicios, son el precio con una participación del 58%, la calidad con el 19% y el desempeño con el 10%.
- El 44% de la población encuestada realiza sus eventos en el último trimestre del año, mientras que el 32% lo hace entre los meses de abril y junio, el 13% entre enero y marzo y el restante 11% entre julio y septiembre.
- El 69% de las empresas realiza entre 1 y 6 eventos empresariales al año, el 17% realiza entre 7 y 12 eventos anuales y el restante 14% lleva a cabo más de 13 eventos al año.

- El 70% de las empresas considera que la organización cuenta con un presupuesto medio para la realización de sus eventos, el 20% lo considera bajo y el 10% expresa que su presupuesto es alto.
- El 56% de la población encuestada expresó que durante el último año su empresa invirtió entre 3,1 y 6 millones de pesos en realización de eventos, el 36% invirtió entre 1 y 3 millones y más de 6 millones invirtió el 8%.
- Para el 55% de la empresas es muy importante contratar una empresa de Banquetería al momento de requerir logística y organización para sus eventos, el 24% contrataría una de recreación y el 21% una de capacitación.

#### **Conclusiones Cualitativas:**

- Las Empresas de la ciudad de Pereira y Dosquebradas, tienen toda la disponibilidad de contratar la Empresa de Logística y Organización de Eventos, ya que en ocasiones se les hace más fácil la organización de eventos dejando de ser dispendioso para la organización.
- Las empresas que están dispuestas a contratar este servicio se fijan primeramente en el precio, lo que quiere significa que se debe competir con bajos precios y excelente calidad.
- Todo el año las empresas realizan diferentes eventos, lo que significa que es un negocio rentable.
- A través de la encuesta realizada se determinó que la empresa cuenta con competidores a nivel local y nacional, por lo que se determinó que Eje Logístico Ltda. contará con servicios diferentes e innovadores, acordes a la filosofía y la misión empresarial.
- El bajo presupuesto empresarial para realizar los eventos, obligará a Eje Logístico Ltda. a formular estrategias que le permitan realizar los eventos con poco dinero pero sin dejar de lado la excelente calidad.

## **9.2 ESTUDIO DE MERCADOS**

### **9.2.1 Descripción del Servicio**

#### 9.2.1.1 El Servicio

La empresa de logística y organización de eventos estará dedicada a prestar servicios de organización de eventos públicos y ser una guía a las diferentes empresas de Pereira y Dosquebradas que serán los futuros clientes, dirigida específicamente a la integración de personal, capacitación, aniversarios, reuniones con clientes y amigos, conciertos, lanzamientos de productos, pasarelas y eventos de moda y convenciones empresariales, asambleas, conferencias, eventos corporativos.

- Asambleas

La toma de decisiones en una organización, así como los puntos de vista de cada uno de sus integrantes son bases fundamentales para el crecimiento y sostenimiento de la misma. Se realizan eventos de asamblea y conferencia brindándoles servicios profesionales y de calidad afines a sus necesidades.

- Integración del Personal

Celebrar logros alcanzados colectivamente amerita agradecer de una u otra forma el esfuerzo combinado de los participantes. Se realizarán eventos y/o fiestas empresariales de todo tipo con las mejores tendencias reflejando los intereses del cliente y sus invitados

- Eventos Corporativos

Destinado a un mercado con objetivos específicos: Lanzamiento de productos, Seminarios, Asambleas, Nombramientos y Reconocimientos entre otros. Se realizará todo tipo de eventos corporativos ya sean sencillos o de bastante dedicación sin perder el concepto en cada detalle.

#### 9.2.1.2 Factores que influyen en la Compra

El cliente es influenciado por factores culturales y sociales que constituyen un factor determinante en el comportamiento de compra; Estos aspectos son de fundamental importancia debido que la empresa ofrece su servicio para grandes empresas y organizaciones de la ciudad, por tal motivo la empresa tendrá una imagen de exclusividad, estatus, éxito, dinamismo, juventud y creatividad; ya que le da una imagen de la empresa hacia el cliente.

Otro factor importante es la tendencia de orden mundial. En el campo de la imagen corporativa las empresas que acuden a las organizadores de eventos para desarrollar actividades y estrategias para pertenecer a grupos empresariales o sectores a veces cerrados, con el fin de estar presentes en primera en la búsqueda de clientes nuevos.

#### 9.2.1.3 Portafolio de Servicios

- Desayunos de trabajo

Los ejecutivos de las empresas acostumbran comenzar muchas reuniones de trabajo con un desayuno. De esta manera se logra un mejor clima entre los asistentes, ya sean representantes de distintas áreas, sucursales y/o invitados.

Los alimentos que se servirán en el desayuno serán según las necesidades y los requerimientos de cada cliente y por su puesto a su presupuesto.

- Almuerzos de trabajo

El almuerzo puede tener lugar en la misma empresa si las dependencias están perfectamente acondicionadas o fuera de ella. Este tipo de reuniones son fundamentales para la buena imagen de la empresa y para las relaciones públicas con los clientes.

- Fiestas de fin de año (Integración de personal)

A todos los empleados les gusta despedir bien un año, y empezar otro con buen pie y de la mejor manera posible, y una gran fiesta puede hacer que sea una noche inolvidable rodeados de los nuestros y de esta forma agradecer por a los empleados por su buen desempeño durante el año y que sea un buen incentivo para empezar el otro, la empresa se encarga de buscar un sitio adecuado de acuerdo a su presupuesto, decoración para la ocasión o de acuerdo el tema que elijas, realización de un programa para que sus empleados tengan una fiesta inolvidable, compra de los regalos que la empresa elija.

- Seminarios

Se ofrece un servicio integral en la organización de su evento, cuidando siempre los mínimos detalles. Se pone a disposición cualquier sitio dotado de las mejores comodidades y acondicionamientos para la realización de su evento; ofreciéndolo un servicio integral desde la planificación hasta el post – evento, personal expertas en protocolo, transporte, montajes, decoración, traductores y todo lo necesario para lograr sus objetivos.

- Lanzamiento de Productos

Los lanzamientos de productos son la oportunidad de dar a conocer al público los nuevos productos, servicios y tendencias, de las empresas, esto hace que todas sus clientes tengan conocimientos de lo que van a adquirir y de esta manera los ingresos de las empresa mejorarán y convocar los medios de comunicación para que todo sea un éxito.

Diseño de las diferentes fases del lanzamiento del nuevo producto así como la lista optativa de invitados, definiendo un proyecto provisional que será presentado al máximo directivo de la empresa, que lo matizará o bien dará su aprobación.

A partir de ese momento se establecerá un programa previo que se irá convirtiendo en concluyente según se vayan confirmando fechas definitivas, horarios, personalidades, invitados y otros aspectos organizativos. Ayuda en la consecución del posicionamiento de su empresa y conocer sus productos y servicios potenciando la imagen de la misma.

- Capacitaciones

Son de mucha importancia para tratar diferentes asuntos de competencia. En ellas se ponen en marcha complejos, programas sociales, exposiciones y presentaciones. Este tipo de eventos se puede realizar en un local o un salón idóneo, se hace selección de conferencistas y la empresa escogerá el personal más idóneo, se provisionan medios logísticas necesarios para su realización, se hace el diseño mobiliario el stand o lo que la empresa requiera.

- Aniversarios

Siempre hay un día para celebrar un suceso, y tras este un acto conmemorativo para celebrarlo. Se búsqueda un sitio idóneo para la celebración del acto y todo lo que la empresa necesita para la realización de su gran evento.

- Eventos corporativos

Durante el año las empresas puede realizar numerosos actos, aunque muchos de ellos se repitan hay que buscar factores novedosos, lugares diferentes para hacer que cada acto sea diferente. Se realizara la elección del local, de acuerdo a las necesidades que se plantean. Provisión de medios logísticos necesarios para su realización, contratación de servicios necesario: animación, luces, regalos, fotógrafos.

- Juntas de Accionistas

Es un acto que se celebra dentro de las empresas una vez al año, y tiene obligación legal de que se realice. A la vez que tiene una repercusión pública muy importante, dependiendo de la empresa que se trate. Se ofrecerá todo el protocolo necesario para que todos los asistentes se vayan satisfechos por asistir a este gran evento

- Congresos

Son reuniones de personas promovidas generalmente por una empresa o asociación, con la finalidad de sacar algo nuevo dentro del sector. Se hará la búsqueda de patrocinios y colaboradores, contacto con personalidades del gremio, se optimiza el presupuesto, elaboración del programa del congreso y del

programa de los acompañantes, transportes, selección de proveedores con técnicos y equipos con demostrada experiencia y garantía.

Se contará con un excelente personal altamente calificado para realizar un excelente servicio gastronómico que conjuga la imaginación, creatividad y excelentes presentaciones. Cocina nacional e internacional de gran calidad, desde menús más tradicionales hasta los más exóticos; siempre asesorándole para que elija la opción que más se adecue a su evento y a su presupuesto.

#### 9.2.1.4 Análisis del entorno de Mercado

En las empresas que brindan este tipo de servicio de logística y organización de eventos se encuentran pocas, las que existen son pequeñas y son empresas que prestan servicios tradicionales como de banquetearía y alquiler de equipos y no tiene capacidad para salir de la ciudad si la compañía o las empresas lo necesitaran y lo requieren, con esto se refiere a que estas empresas no cuentan con el equipo suficiente para traslado y ni siquiera con el servicio necesario para realizar este tipo de actividad y que pueda llamarse de buena calidad.

El servicio que ofrece la empresa de logística y eventos públicos es diferente para todos los clientes, según el presupuesto y el tipo de evento que ellos requieran para sus empresas. Las empresas de las ciudades de Pereira y Dosquebradas, realizan eventos tienen como hábito hacer contrataciones a terceros, por minimizar costos, por tiempo ya que la organización de eventos es una de las tareas para la que más preparación se requiere ya que se debe tener en cuenta el hecho de que la mayoría de los eventos, sin importar de que tipo se esté hablando, necesita que todo lo que lo compone funcione a la perfección, de esta



manera es mucho más fácil no solo lograr cumplir las expectativas sino también, la de todos aquellos que están presentes en dicho evento.

Entre las ventajas presentadas están que las organizaciones que contratan eventos necesitan una empresa que se convierta en un su mano derecha, y despreocuparse por la planificación y la supervisión de los eventos.

- Entorno Político

En el actual gobierno la política de inversión privada se ve muy bien auspiciada pues es lo que están tratando de generar actividades que fomenten empleo y creen empresa por este lado la empresa es favorecida con este planteamiento ya que se requiere motivar este tipo de actividades y se podría invertir en este tipo de negocios y a nuevos y pequeños empresarios.

- Entorno Económico

El entorno económico del país se está viendo afectado por la crisis económica que atraviesa el mundo, lo cual condujo a una recesión que lleva aproximadamente 2 años. De tal manera a nuestros clientes potenciales no la exime de sufrir o padecer la crisis económica del país, pues esta ha afectado a todos los sectores de la economía y naturalmente a todos tipo de empresas colombianas. Esto origina que nuestros posibles clientes no haga uso de los servicios que presta la empresa de logística y organización de eventos porque están lejanos de sus posibilidades económicas.

Sin embargo las empresas deben de estar dispuesto a gastar el dinero que sea necesario siempre y cuando se motiven a sus clientes como a sus mismos empleados, para que todos puedan tener un nivel de satisfacción y así cumplir a

cabalidad con las metas propuestas y acabar un poco con la crisis económica que está afectando al país.

- Entorno Social - Cultural

La empresa de logística y organización de eventos está altamente comprometida con la realidad social del país.

Debido a la ubicación estratégica de Pereira y a su amplia zona metropolitana, esta ciudad se convierte en un gran centro económico y por supuesto cultural, lo cual la hace una interesante oferta para las personas de localidades contiguas, quienes ven en ella una gran cantidad de ofertas a nivel espectáculos y eventos relacionados con el esparcimiento, los deportes y la cultura.

- Entorno Tecnológico

Nuestro país se encuentra en muy bajo nivel en cuanto a la tecnología, hay que tener en cuenta que como país subdesarrollado la tecnología llega de afuera puesto que no hay suficiente capital y poco recurso humano disponible para la innovación de nuevas tecnologías; pero gracias a la globalización ingresan nuevas tecnologías a las diferentes empresas y hay que saberlas aprovechar al máximo

- Entorno Ecológico

La empresa de logística y organización de eventos está comprometido con el medio ambiente y el planeta, ya que este es muy importante para la humanidad y el cuidado de este mejora la calidad de vida para el hombre; por tal razón actualmente la sociedad y las empresas luchan por proteger y mejorar el medio ambiental.

#### 9.2.1.5 Análisis del Mercado

Después de la recolección de información primaria que se llevó a cabo para determinar quien era la población objetivo y su perfil y en qué magnitud había una demanda insatisfecha de este tipo de servicio, se procedió a optar por un porcentaje de este sector disponible.

- Determinación del Mercado Objetivo

Nuestro mercado objetivo son las empresas dedicadas a todo tipo de actividad económica o personas naturales que requieran de servicios y logística de eventos públicos como: empresariales, integración de personal, capacitación, aniversarios, reuniones con clientes amigos, conciertos, lanzamientos de productos, pasarelas y eventos de moda; convenciones y lo que la empresa necesite.

- Segmentación del Mercado

Empresas que continuamente realizan eventos de cualquier índole.

- Estrategias para el Lanzamiento

La empresa de logística y organización de eventos se encuentra en la etapa de introducción.

Los esfuerzos mayores se concentran en la cobertura de canales de distribución, promoción, precio, capacitación, supervisión de la fuerza de ventas; Distribución

física para su encuentro con los clientes; inicio de la comunicación publicitaria, posicionamiento y diferenciación

- Distribución

Para prestar el servicio al mercado objetivo la distribución de nuestro servicio es de cobertura regional, varía de acuerdo al contratista y la localización donde se preste el servicio ya que la oficina estará ubicada en el municipio de Pereira.

- Canales

El único canal de distribución que tendrá la Empresa será el de la venta directa.

- Precio

Este varía de acuerdo a los gustos, las necesidades y los deseos de los clientes o de las diferentes organizaciones que nos contraten.

- Publicidad

A través de Internet por medio de una página web, cuñas radiales y visitas directas a las empresas para la presentación del portafolio de servicios. Y evento del lanzamiento de la empresa de logística y organización de eventos Eje Logístico.

- Promoción

Por meses del año se realizar promociones y después de cierto número de eventos realizados por la empresa que nos contrata.

- Posicionamiento

Se desea que la empresa de logística y organización de eventos quiere ser sus eventos sean elegantes, sobrios, innovadores y creativos

- Diferenciación

Que la empresa se diferencie de las demás por tener una retroalimentación con los clientes después de realizar los eventos, que se trabaje en equipo y que la empresa de logística y organización de eventos se convierta en parte de la empresa contratada.

## 9.2.2 ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES

Para la compra de los implementos necesarios para el montaje de la empresa y algunos de los cuales nos prestaran el servicio de alquiler, se obtuvo una lista de los posibles proveedores, entre los cuales se encuentran líneas de crédito y de contado:

Tabla No. 12 Los Proveedores

Proveedor	Dirección	Teléfono
ALMACÉN SANTANDER	Cr 9 # 20-25 Pereira	3357356
ALMACÉN EL MOLINO	Cr 9 # 13-40 Pereira	3353626
HOMECENTER	Av Sur Cl 46 Pereira	3138383
DISCONFITES	Cl 100B Cr # 17Bdg-3 y 4 Pereira	3200234
DISTRIBUIDORA DICONSA	Cr 11 # 18-53 L- 4 Pereira	333346

<b>Proveedor</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>
CENTRAL MAYORISTA DE ALIMENTOS MERCASA P.H.	MERCASA Edificio Administrativo Oficina 401 Pereira	3205415
ALTIPAL PEREIRA LTDA.	Vía Turín Antigua Plaza de Ferias Zona Industrial La Macarena Bodega 34 Pereira	3301280
TECHOS Y TARIMAS	Cr 20 # 17-13	3352234
OPRA	Cra 47ª No 97-39 Bogotá	
ABC JARDINES FLORISTERÍA Y EVENTOS	Cr 6 # 23-26 Pereira	3331456
SALÓN COUNTRY CLUB LA ESTACIÓN	Bosques de la Acuarela IV Etapa, Casa 14	3221679
SALÓN CÁMARA DE COMERCIO DE DOSQUEBRADAS	Calle 41 No. 15-7 Dosquebradas	3226711
SALÓN CÁMARA DE COMERCIO DE PEREIRA	Calle 23 carrera 8ª Esquina Pereira	3357680
SALÓN SINDICATO DE TRABAJADORES DE PEREIRA	Calle 33 Carrera 9ª Pereira	3248702
SALÓN SINDICATO DE LA ROSA	Calle 34 calle 15 Dosquebradas	3221073

Fuente: Trabajo de campo

### 9.2.2.1 Equipos

Tabla No. 13 Equipos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sillas	500	13,000	6,500,000
Mesas Rimax	20	45,000	900,000
Mesas Rectangulares de 6 Puestos	10	80,000	800,000
Mesas Rectangulares de 8 Puestos	10	100,000	1,000,000

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mesas Rectangulares de 10 Puestos	10	120,000	1,200,000
Mesas Redondas de 10 Puestos	10	120,000	1,200,000
Manteles Rectangulares	30	15,000	450,000
Manteles Redondos	20	25,000	500,000
Sobre tapas colores surtidos	100	10,000	1,000,000
Plato Buffet	500	7,500	3,750,000
Platos Torta	400	5,500	2,200,000
Cubiertos (Cuchara, cuchillo y tenedor)	1,000	1,000	1,000,000
Carpas de 4x4	10	210,000	2,100,000
Samubares	4	600,000	2,400,000
Vestidos de Silla	500	9,800	4,900,000
Copas	500	1,800	900,000
Vasos	500	1,800	900,000
Antorchas guadua	50	2,000	100,000
Antorchas metalicas	30	1,000	30,000
Cintas	1,500	900	1,350,000
<b>TOTAL</b>			<b>33.180.00</b>

Fuente: Trabajo de campo

Precios de Abril de 2010

#### 9.2.2.2 Abastecimientos

La empresa tendrá su sede en la ciudad de Pereira, específicamente en la calle 16 No. 5-29 Local 105, Centro Comercial Santa Catalina.

La elección de dicho local es debido al hecho de estar estratégicamente localizado en el centro de la ciudad lo que se reflejará en mayor atención de clientes por la facilidad de acceso a la empresa. El ambiente comercial que se vive en el sector trae beneficios de reconocimiento de la labor en el campo de la organización de

eventos además, de rápido contacto con los proveedores que están localizados en la misma área geográfica del municipio.

Los costos de abastecimiento de los servicios públicos pereiranos en este sector son:

Tabla No. 14 Abastecimientos

<b>Tipo de Abastecimiento</b>	<b>Valor Unitario (\$)</b>	<b>Proveedor</b>
Acueducto y Alcantarillado	\$ 989,41 / m3	Aguas y Aguas de Pereira
Aseo	\$19.172,43 mensual	Empresa de Aseo de Pereira
Energía Eléctrica	\$ 379,18 Kwh	Empresa de Energía de Pereira
Telefonía	\$178.000 Cargo Fijo	EPM
Arrendamiento	\$ 1.500.000	Propietario

Fuente: Recibos de Servicios Públicos Domiciliarios del sector  
Precios de abril del año 2010.

### 9.2.3 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

#### 9.2.3.1 Características de los consumidores actuales o potenciales

Las ciudades de Pereira y Dosquebradas representan el mercado global para la actividad económica de la Empresa de Logística y Organización de Eventos, principalmente el mercado que persigue la empresa está determinado por las siguientes características:

- Empresas cuyo registro mercantil, registrado en las Cámaras de Comercio de Pereira y Dosquebradas, cuenten con activos entre \$1.430.286.001 y \$4.290.000.000; y con un total de empleados comprendido entre 51 y 200 en total.



- Empresas cuyo registro mercantil, registrado en las Cámaras de Comercio de Pereira y Dosquebradas, cuenten con activos iguales o superiores a \$4.290.000.001; y con un número de empleados superior a 200.

El total de las empresas que forman parte de este mercado objetivo para la Empresa es de 122 empresas pereiranas y biquebradenses.

#### 9.2.3.2 Sector al cual va dirigido

El servicio de logística y organización de eventos que prestará la empresa está dirigido únicamente a las empresas pereiranas y biquebradenses de más de 15 empleados y que forman parte del listado fiduciario del Banco de Bogotá de la ciudad de Pereira.

- Precio que el consumidor está dispuesto a pagar

El precio que el consumidor del servicio está dispuesto a pagar está determinado por los precios que cobran las demás empresas que forman parte del grupo de competidores, es decir en promedio de \$1.000.000 por evento con servicio de atención completo para 15 personas. Es por ello que la empresa cobrará por el servicio un valor mensual de \$800.000 para lograr posicionamiento en el mercado.

El mercado de este servicio en la ciudad de Pereira, como en el resto del país, es un mercado limpio donde existen demandantes y oferentes, por lo tanto, el precio está sujeto a la relación entre la oferta y la demanda. En todo caso, los precios de la empresa serán para los clientes más económicos que los ofrecidos por la competencia.

- Condiciones de pago

La empresa se dedicará a prestar un servicio altamente calificable cumpliendo con las necesidades que desea satisfacer el cliente final. Las condiciones de pago serán de contado o a crédito, de tres o cuatro cuotas mensuales, sin recargo alguno. En caso de incumplimiento en el pago se hará un recargo del 2% mensual.

#### 9.2.3.3 Proyección de la demanda potencial

El total de la demanda potencial esperada en este proyecto está determinada por el número de empresas que existen en Pereira y que cumplen los requisitos para ser parte de la población objetivo, en total son 122 actualmente.

La situación crítica que vive el país y más aún el eje cafetero han cambiado totalmente el rumbo de las empresas locales. El déficit sostenido, las pocas garantías de sobrevivencia y la disminución de sus ventas a causa de la iliquidez general de los ciudadanos, entre otras, son la causa para que cada día sean menos las empresas que pueden subsistir en este mercado. Se espera que estas empresas sean cubiertas en los próximos tres años del proyecto, después del tercer año se espera que se hayan creado nuevas empresas en la ciudad. Se espera una vida útil de 5 años en total, que representa el mediano plazo de cualquier proyecto.

Para la demanda potencial, se espera un crecimiento relativo mínimo debido a la precaria situación económica del país, es por esto que se esperará una atención anual de 20 empresas por año. Este dato inicial está basado en una aceptación del 100%, del total de empresas, las cuales estarían interesadas en adquirir el servicio según el estudio realizado por medio de las encuestas.

Tabla No. 15 Demanda potencial del proyecto

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda	122	142	162	182	202
Crecimiento Relativo (%)		16,39	14,08	12,35	10,99

Fuente: Trabajo de campo

- Factores que inciden en el crecimiento de la demanda:
  - La buena calidad del servicio prestado por la empresa, cumpliendo al 100% las necesidades de los clientes.
  - La disminución de empresas competidoras del mercado.
  - El aumento de las empresas que utilicen cada vez el servicio de logística y organización de eventos.
  - El mejoramiento de la situación económica del país contribuyendo al crecimiento del capital propio de cada empresa pereirana y biquebradense, permitiendo la inversión en eventos.
  - La creación de nuevas empresas en la ciudad de Pereira y Dosquebradas.
  - Posicionamiento en el mercado doméstico de la empresa, consolidándose cada vez mas como una empresa de excelente calidad en sus servicios.
  - Precios más económicos que la competencia en igualdad de condiciones en el servicio.
  - Crecimiento en las ventas de las empresas contratadas para la prestación del servicio de logística y organización de eventos.

- Factores que Inciden en el decrecimiento de la demanda
  - Desaparición o traslado de empresas que existen actualmente.
  - Mala imagen de la empresa en cuanto servicio de logística y organización de eventos.
  - Poca participación en el mercado local.
  - Empeoramiento de la situación económica del país.
  - Aumento de los impuestos a las empresas clientes, obligándolas a tener políticas de restricción en sus gastos.
  - Altos precios en el servicio de logística y organización de eventos en comparación con las empresas que prestan el mismo servicio con igual calidad.
  - Aumento de las empresas competidoras en el mercado pereirano y biquebradense.
  - Baja productividad y pocos ingresos de las empresas clientes.
  - Aumento de dependencias internas, en las empresas, que desarrollen sus propios eventos empresariales.

## **9.2.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

### 9.2.4.1 La Competencia

La competencia directa de la empresa en el mercado de logística y organización de eventos; son las empresas que organizan eventos, tales como: La promotora de Eventos, Recepciones Festejar, Banquetes Cinco Estrellas, Banquetes y Recepciones D'buffet, Eventos Sociales Hotel el Lago, Motivos, Alquiler y Banquetes Elite. Cada competidor tiene características específicas, un objetivo reconocido y una trayectoria en el mercado.

#### 9.2.4.2 Descripción de sus Servicios

- **Promotora de Eventos**

De acuerdo a las investigaciones realizadas en la ciudad de Pereira, la empresa contará con un competidor Fuerte, llamado PROMOTORA DE EVENTOS, ubicada en la ciudad de Pereira, con operación nacional y quienes se dedican a Organizar todo tipo de eventos de manera integral, es decir, a crear, generar y producir eventos de alta calidad visual y fácil recordación, mediante la utilización de tecnologías avanzadas. Además ofrece los siguientes servicios:

- Alquiler de Equipos
- BTL-Below the Line
- Boutique Creativa (Piezas promocionales)
- Eventos Sociales
- Personal de apoyo logístico Mobiliario
- Representación de Artistas
- Diseño de Stands

Dichos servicios los ofrecen con la mayor calidad y utilizando tecnología avanzada. Es una empresa poseedora de gran parte de la oferta actual, dado que es una empresa que cuenta con características y técnicas exclusivas en este mercado. Atienden el mercado empresarial, además de la organización de eventos como seminarios, congresos, convenciones, entre otros.

Entre sus estrategias están la alta calidad en la prestación de sus servicios, así como utilización de últimas tecnologías, exclusividad y utilización de modernas técnicas de marketing. Su ubicación es: Av Sur No 23-165 Pereira.

- **Recepciones Festejar**

Recepciones Festejar presta en la ciudad de Pereira el servicio de elegantes banquetes con un equipo humano altamente calificado a partir del año 2004. Posicionándonos como una empresa líder que garantiza el éxito de sus eventos sociales.

La coordinación general de los eventos esta única y exclusivamente a cargo de los propietarios de la empresa, con el fin de transmitir total seguridad y confianza a los clientes durante todo el evento. Cuenta con 5 años de experiencia a nivel local, ofrece una variedad de planes con “Todo Incluido” que se ajustan al presupuesto de todos los clientes.

Cuentan con un Coordinador General de eventos con 3 años de experiencia en la prestigiosa casa de banquetes Bretton Woods, New Jersey, Estados Unidos. Su ubicación es: Av 30 de Agosto No 32-21 Pereira.

- **Banquetes Cinco Estrellas**

Banquetes cinco estrellas, empresa líder en la organización de eventos sociales a nivel familiar y empresarial, ofrece servicios profesionales en la planeación, organización y ejecución de eventos como: Seminarios, Cocteles, Lanzamientos, Cumpleaños, Grados, Matrimonios y Primeras Comuniones entre otros, cuentan con una excelente infraestructura y personal altamente capacitado. Así mismo ofrece alquiler de salones, mesas, sillas, vajillas, mantelería, cubiertería y cristalería. Preparación de buffets, pasabocas, refrigerios, desayunos y coffe break, amplificación musical, servicio de meseros etc.

Cuenta con quince años de experiencia en el mercado, que permite brindar seguridad, confianza, calidad y cumplimiento a los mejores precios; convirtiéndose así en la principal casa banquetera del municipio de Dosquebradas y aliado estratégico en la realización de los eventos. Su ubicación es: Av. Simón Bolívar No. 26-40 Dosquebradas.

- **Banquetes y Recepciones D`BUFFET**

Es una empresa que se preocupa de manera constante por brindar servicios de alta calidad, conociendo en detalle cada una de las necesidades de sus clientes para ofrecerle la oportunidad de realizar un evento inolvidable y que al final cumpla con el objetivo de resaltar la imagen personal o corporativa que el cliente busca al hacer este tipo de inversión, bien sea con sus invitados, si se trata de una reunión social o familiar, o si se trata de clientes en el caso de las empresas. Su ubicación: Av. 30 de agosto No 42-267 Pereira.

- **Eventos Sociales Hotel El Lago**

Ofrece a sus clientes y empresas los servicios de atención y servicio para toda clase de Eventos sociales y empresariales tales como desayunos de trabajo, cócteles, coffee breaks, almuerzos, cenas, despedidas de empresas, entre otros. Cuenta con los mejores Bartender, Meseros, Baristas, Show Barman Working Flair y Sommelieres pueden satisfacer sus necesidades de servicio en las empresas.

Ofrece personal profesional confiable, puntual y honesto en sus áreas de operación para atender sus reuniones, con una amplia variedad de coctelería

internacional, vinos y licores importados de alta gama. Están comprometidos desde todos los frentes de negocios tales como, Capacitación y Formación, Atención de Eventos Empresariales, Organización de Torneos Nacionales e Internacionales con las marcas mas prestigiosas de licores. Su ubicación: Carrera 8 No 23-20 Pereira.

- **Motivos**

Ofrece un servicio integral para reuniones y eventos sociales de toda índole, bien sea en sus sedes o fuera de ellas. Tiene 20 años de experiencia en la ciudad, orientada bajo los principios de calidad y excelente servicio por el que siempre se ha caracterizado y con los cuales ha ganado la preferencia de un selecto grupo de clientes y amigos.

Cuenta con un equipo de profesionales altamente calificados, quienes prestan un servicio ejemplar, los cuales se destacan por su honradez y su trato amable y respetuoso, lo que garantiza la calidad de los servicios que ofrecen. Su ubicación: Av. Circunvalar No 10-18 Pereira.

- **Alquiler y Banquetes Élite**

Reconocida por ofrecer el servicio de organización de eventos familiares y empresariales, con excelente calidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes brindando soluciones para poder cumplir con sus expectativas.

Organiza y atiende de eventos, diseña el Menú de forma creativa de acuerdo a las necesidades y con precios competitivos. Su puntualidad y tiempo de reacción, aseguran el éxito de los eventos. Su ubicación: calle 38 No 7b-12 Pereira.



### 9.2.4.3 Proyección de la Oferta

Durante los cinco años, comprendidos en el corto plazo, que se esperan de vida útil del proyecto se estima la atención de 729 empresas grandes de las ciudades de Pereira y Dosquebradas, representando el 100% de atención al tamaño muestral obtenido. De esta manera, se espera que la empresa gane año a año una mayor participación en el mercado de la logística y organización de eventos públicos. El primer año la oferta está dada por el 100% de aceptación por parte de la población en cuanto a la aceptación de la empresa, para la muestra obtenida de 98 empresas.

Tabla No. 16 Proyección de la oferta

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Oferta	98	118	141	169	203
Crecimiento Relativo (%)		20,00	20,00	20,00	20,00

Fuente: Trabajo de campo

### 9.2.5 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA REAL PARA EL PROYECTO

Cantidades de la demanda real en el período inicial y ritmo de crecimiento en los períodos siguientes, los cuales representan el 100% de la proyección de la oferta:

Tabla No. 17 Demanda real del proyecto

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Demanda	98	118	141	169	203
Crecimiento Relativo (%)		20,00	20,00	20,00	20,00

Fuente: Trabajo de campo

La empresa espera atender para el primer año un total de 98 empresas, un promedio de 8 mensuales, y continuar con un crecimiento porcentual anual sostenido, durante los cinco años de vida útil del proyecto, del 20,00%. En total se esperan atender 729 empresas en los cinco años.

## **9.2.6 ANÁLISIS DEL PRECIO**

### **9.2.6.1 Revisión de Políticas de Protección**

El gobierno colombiano exige el cumplimiento de normas legales para garantizar la honestidad en la prestación de los servicios de las empresas en su actividad comercial. Las principales restricciones que se tienen son:

- Compra de la materia prima y materiales auxiliares en centros debidamente autorizados, que cumplan el requisito de venta con factura.
- Adquirir legalmente la maquinaria y equipos que se van a utilizar en la prestación de los servicios.
- Está totalmente prohibido por Ley la reproducción parcial o total de software utilizados por la empresa pues atenta con la integridad de los derechos de autor.
- El Estado es enfático al no crear restricciones en la fijación de los precios de prestación del servicio de logística y organización de eventos públicos, dejando a libre decisión de los propietarios una vez se haya establecido el análisis de costos pertinente.

#### 9.2.6.2 Sistemas de Ventas y de Pagos (de contado y a crédito)

- Sistema de Ventas

La empresa se encargará de hacer sus ventas por medio de los canales de distribución citados: Anuncio en las Páginas Amarillas del Directorio Telefónico de la ciudad, volantes informativos y visitas a las empresas, además de la atención a los clientes en las instalaciones de la empresa.

- Sistema de Pagos

- Contado

Por la logística y organización de eventos públicos, el cliente deberá cancelar en efectivo el total del valor que adeuda a la empresa por su atención y satisfacción de sus requerimientos.

- Crédito

Consiste en 3 ó 4 pagos mensuales por parte de las empresas clientes. Para llevar a cabo esta modalidad de pago por parte de una empresa, ésta deberá solicitar la documentación requerida para dicho fin; en caso de morosidad la empresa recargará un interés del 3% mensual sobre el valor adeudado.

#### **9.2.7 SISTEMA DE PUBLICIDAD Y DE PROMOCIÓN**

Para la óptima prestación del servicio de logística y organización de eventos se utilizarán el aviso en las Páginas Amarillas del Directorio Telefónico de Pereira en

la sección de Organización de Eventos, el cual consta de un recuadro de 1,25 cm X 1 columna a una sola tinta y publicado anualmente.

Se utilizará la propaganda impresa en volantes de media página a una sola tinta donde se describan los servicios que ofrece la empresa. Estos volantes serán entregados directamente en las empresas que cumplan los requisitos para ser consideradas parte de la población objetivo, según el listado de empresas que forman parte de la fiduciaria del Banco de Bogotá de la ciudad de Pereira.

Además, se llevará a cabo visitas por parte de los propietarios de la empresa a cada una de las empresas objetivo de la actividad económica donde se expondrán los beneficios que ofrece la empresa en términos de logística y organización.

El valor estimado de la publicidad es:

Tabla No. 18 Sistema de publicidad y promoción

<b>Tipo de Publicidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Mensual (\$)</b>	<b>Costo Anual (\$)</b>
Páginas Amarillas	Aviso	1	32.150	385.800
Volantes	Informativo	10.000		350.000
<b>Total</b>				<b>\$ 735.800</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Precios de abril de 2009

### **9.2.8 IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO**

Llevar a cabo la instalación y puesta en marcha de la empresa prestadora de servicios de logística y organización de eventos no trae consecuencias nocivas en el medio ambiente. En el desarrollo de las tareas no se utilizan herramientas, máquinas, materiales auxiliares ni suministros o partes que puedan desprender tóxicos para el medio ambiente en que se labora.

Los asesores y el propietario que laborarán en la empresa contarán con un ambiente laboral sano y libre de factores de riesgo para su salud. Con la ayuda de la Entidad Administradora de Riesgos Profesionales (ARP) se liderarán programas de Salud Ocupacional a fin de contar siempre con la buena salud del personal de la empresa.

### **9.2.9 RECURSOS NATURALES UTILIZADOS PARA EL PROYECTO**

El proyecto no afecta el medio ambiente del sistema. Los recursos utilizados en las funciones no destruyen los recursos naturales. El uso del agua para la empresa es importante para las necesidades físicas de los empleados y por lo mismo se velará por que no haya contaminación de la misma.

### **9.2.10 NORMAS DEL MEDIO AMBIENTE APLICADAS AL PROYECTO**

Se aplicarán todas las normas requeridas por el Ministerio del Medio Ambiente Nacional para el funcionamiento de una empresa.

Se utilizarán diferentes recipientes para los distintos desechos que se produzcan en la empresa como son:

- Papeles
- Cartones
- Plásticos y
- Vidrios

Además se atenderán todas las observaciones en términos de protección del Medio Ambiente externo e interno, como son la Higiene Industrial, la Seguridad Industrial y la Medicina Industrial.

## 9.3 ESTUDIO TÉCNICO

### 9.3.1 MACRO Y MICROLOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

- **Macrolocalización**

La empresa estará ubicada en el triángulo de negocios conocido como el Eje Cafetero, en el municipio de Pereira, Departamento de Risaralda.

- **Microlocalización**

Para definir el punto exacto de la ciudad donde se situará la empresa, se manejó el método de calificación por puntos.

Se tienen tres alternativas: Armenia, Manizales y Pereira.

Tabla No. 19 Análisis de localización

Factor Relevante	Peso	Pereira	Armenia	Manizales
Transporte	30%	4	3	3
Mano de Obra	20%	4	4	4
Sitios ciudad	40%	4	2	3
Hoteles	10%	3	4	3
Total Puntuación	100%	15	13	13

Fuente: Trabajo de campo

Se eligió como sitio de localización de la planta la ciudad de Pereira, dado que esta ciudad obtuvo la mayor puntuación según los factores relevantes.

### **9.3.2 DISPONIBILIDAD NACIONAL E IMPORTACIONES**

#### 9.3.2.1 Producción Nacional

En Colombia son muchos los proveedores que abastecen de materia prima, maquinaria y equipo el mercado de la Empresa. Los principales vendedores se localizan en las ciudades de Bogotá D.C., Medellín y Cali por ser polos de desarrollo nacional y contar con mercados mas amplios y competitivos.

#### 9.3.2.2 Importaciones

Como es fácil conseguir en la ciudad y en el país la materia prima, maquinaria y equipo que se requiere para llevar a cabo las funciones de la empresa, no se requiere del comercio internacional de ella.

### **9.3.3 ADECUACIÓN DEL LOCAL**

La adecuación que requiere es:

- Escritorio con computador, teléfono y silla para la ejecución de las funciones gerenciales.
- Mostrador para atención inmediata de clientes.
- Dos mesas escritorios con sus respectivas sillas para los asesores.

La inversión en adecuaciones estructurales es nula ya que, el local siempre ha sido ocupado por empresas comerciales y por lo tanto presenta las características físicas óptimas para ser ocupado por la empresa, acomodándose a las necesidades locativas que tiene la empresa.



### 9.3.4 NECESIDADES DE EQUIPOS

Los activos fijos son lo que se utilizarán para la generación de utilidades en el desarrollo de las operaciones, una parte de la inversión inicial total será destinada a la adquisición de éstos, el tipo y la cantidad de activos fijos se determino con base en la demanda calculada y la capacidad de producción.

#### 9.3.4.1 Descripción de los equipos requeridos para llevar a cabo el servicio

A continuación se detallan los equipos requeridos:

Tabla No. 20 Maquinaria y Equipo

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Escritorio	2	110,000	220,000
Sillas Secretaria	2	98,000	196,000
Archivadores	2	100,000	200,000
TOTAL			616,000
<b>EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACIÓN</b>			
Computador	4	1,100,000	4,400,000
Fax	1	350,000	350,000
Línea Telefónica	2	-	-

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Celulares	3	75,000	225,000
TOTAL			4,975,000
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			
Camioneta	1	35,000,000	35,000,000
TOTAL			35,000,000

Fuente: Trabajo de campo  
Precios de Abril de 2010

#### 9.3.4.2 Costos de Nacionalización

Como los equipos serán adquiridos directamente con proveedores nacionales, serán ellos quienes requieran importarlos del extranjero y cubrir sus costos de nacionalización.

#### 9.3.5 EDIFICIOS E INSTALACIONES

- Construir versus Arrendar

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

La mejor opción es la escogida con anterioridad es decir arrendar el Local 105 del Centro Comercial Santa Catalina de la ciudad de Pereira, ubicado en la calle 16 No. 5-29. Es importante anotar que la ubicación de la empresa es estratégica para la prestación del servicio y un sitio así no se conseguiría fácilmente para construir una nueva instalación.

## **9.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y JURÍDICO**

### **9.4.1 ORGANIZACIÓN JURÍDICA**

#### 9.4.1.1 Sociedad Limitada

La Empresa EJE LOGÍSTICO LTDA. estará constituida como una Empresa Comercial, tipo Sociedad de Responsabilidad Limitada formada por dos socias, las cuales aportarán cuotas de igual valor para la conformación del capital. Se hace necesario llenar una serie de requisitos legales para acreditar la empresa como legal y por lo tanto poder ofrecer sus servicios al público.

#### 9.4.1.2 Nombre o razón social

La empresa contará con la razón social EJE LOGÍSTICO LTDA. para su constitución las propietarias realizarán los trámites legales y exigidos por Ley para la puesta en funcionamiento de la empresa.

#### 9.4.1.3 Constitución

- **Objeto**

Eje Logístico Ltda. es una empresa dedicada a la logística y Organización de eventos públicos, estará ubicada en la Ciudad de Pereira, capital del departamento de Risaralda. La cual tendrá a cargo los siguientes servicios:

- Lanzamiento de productos, Eventos corporativos, Activaciones de marca.
- Organización de Eventos Sociales (Congresos, banquetes, ferias, exposiciones)
- Personal de apoyo logístico
- Mobiliario
- Alquiler de Equipos
- Representación de Artista.

- **Duración y Domicilio**

Eje Logístico Ltda. Tendrá una duración indefinida y podrá disolverse según los estatutos Legales de la Empresa.

El domicilio de la empresa será en la ciudad de Pereira, específicamente en el local 105 del Centro Comercial Santa Catalina ubicado en la calle 16 no. 5-29. De acuerdo a las necesidades de la empresa para futuros negocios se deja abierta la posibilidad para desarrollar actividades fuera de la ciudad.

- **Régimen Jurídico**

Como persona jurídica la Empresa Eje Logístico Ltda. se constituirá como una sociedad limitada, la cual consta de dos socias y sus aportes podrán ser realizados en especie o en efectivo.

- **Políticas de Dividendos**

Durante los tres primeros años, se tiene previsto reinvertir las utilidades obtenidas en la empresa y distribuir dividendos a partir del cuarto año semestralmente. El

monto de los dividendos se establecerá en un 60% para la Empresa y un 40% para repartir en los socios.

- **Políticas de Liquidación**

Para esta eventualidad, se asignará a una o dos personas de la empresa, las cuales reunirán todos los activos tangible e intangible que Eje Logístico Ltda. posea, para así concluir todas las obligaciones de la Empresa y llevar a cabo su liquidación.

Para llevar a cabo la constitución de la empresa EJE LOGÍSTICO LTDA. se exige la elaboración de la Minuta de Constitución requerida para la Escritura Pública de Constitución.

#### 9.4.1.4 Escrituras públicas de constitución

Contenido:

- ◇ Nombres de los Otorgantes
- ◇ Nombre de la Sociedad
- ◇ Naturaleza Jurídica
- ◇ Nacionalidad
- ◇ Domicilio
- ◇ Objeto Social
- ◇ Capital Autorizado y Pagado
- ◇ Acciones. Características de las acciones (Nominativas, No Nominativas, Negociables o No Negociables)
- ◇ Accionistas

- ◇ Dirección de la Empresa (Gerente, Presidente, Representante Legal, Atribuciones, Composición y Períodos de Vigencia)
- ◇ Administración ( Junta Directiva, Asamblea de Socios, Atribuciones, Composición y Períodos de Vigencia)
- ◇ Reuniones ( Ordinarias, Extraordinarias, Lugar)
- ◇ Quórum (Liberatorio y Decisorio)
- ◇ Revisoría Fiscal
- ◇ Ejercicio Social
- ◇ Utilidades ( Distribución, Reservas y Pago de Dividendos)
- ◇ Disolución y sus Causales
- ◇ Pérdidas y Cancelación
- ◇ Liquidación (Distribución del Remanente y Normas para Liquidación)
- ◇ Otros aspectos que sean de interés para la sociedad y sus participantes

#### 9.4.1.5 Pasos a seguir para la constitución de la empresa

- ◇ Reunión de los socios con el fin de decidir sobre la constitución de la empresa y el tipo de sociedad jurídica
- ◇ Verificación del nombre o razón social en las dependencias de la Cámara de Comercio de Pereira
- ◇ Elaboración de la Minuta para la creación de Escritura Pública de Constitución
- ◇ Autenticación de la Escritura Pública de Constitución por parte de un Notario
- ◇ Matrícula de la Sociedad en el Registro Mercantil, con la siguiente documentación: Copia de la Escritura Pública de Constitución, Formulario diligenciado de Matrícula para Establecimientos de Comercio, obtención del Certificado de Existencia (en caso de Personas Jurídicas), obtención de la Matrícula Mercantil (en caso de Personas Naturales), registro del Libro de Diario, Libro de Mayor, Libro de Inventario y Balances y las Actas.

- ◇ Renovación del Registro Mercantil durante los tres últimos días hábiles de la fecha en que fue registrada inicialmente la Empresa.

#### 9.4.1.6 Trámites tributarios del orden nacional

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

#### 9.4.1.7 Trámites de funcionamiento

- Constitución de la Escritura Pública, ante un notario del Círculo de Notarios de Pereira
- Registro Mercantil en las Cámara de Comercio de Pereira
- Nit ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)
- Registro de Industria y Comercio en la Secretaría de Hacienda Municipal
- Visto bueno del Comando de Bomberos
- Inscripción de Libros de Contabilidad ante la Cámara de Comercio de Pereira.

#### 9.4.1.8 Inversión para el funcionamiento

Con el objetivo de poder dar inicio a las labores de servicio logístico, la empresa debe cubrir los gastos requeridos para la legalidad del funcionamiento, exigidos por Ley, como son :



Tabla No. 21 Inversión para el funcionamiento

<b>Número</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo ( \$ )</b>
2	Formularios para Inscripción de Cámara y Comercio	15.500
1	Inscripción ante la Cámara y Comercio	189.240
1	Visto bueno del Cuerpo de Bomberos	123.000
1	Extintor de 10 Libras	94.800
<b>Total</b>		<b>\$ 422.540</b>

Fuente: Trabajo de campo  
Precios de Abril de 2010

#### **9.4.2 RESTRICCIONES LEGALES**

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

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

La empresa no incurrirá en gastos de franquicias, patentes ni de otras propiedades industriales puesto que no las utilizará por ahora.

#### **9.4.3 SUBCONTRATACIONES**

La Empresa deberá subcontratar un Asesor Contable con título de Contador Público, por un valor mensual de \$250.000.

El único pago que se deberá efectuar será el Impuesto de Retención en la Fuente del 10%, por ser servicio profesional, y el cual se descontará del salario del Asesor Contable, para su pago al Gobierno.

Tabla No. 22 Subcontrataciones

<b>Cargo</b>	<b>Salario (\$)</b>	<b>Total Dedución Retefuente (10%) (\$)</b>	<b>Total a Pagar (\$)</b>
Asesor Contable	\$250.000	\$25.000	\$225.000

Fuente: Trabajo de campo

### Funciones Específicas

- Analizar, registrar y actualizar los soportes contables de la empresa.
- Presentar informes periódicos del estado financiero de la empresa ante el administrador y socios de la empresa.
- Elaborar mensualmente los informes contables.
- Legalizar los Estados Financieros con la firma y matrícula profesional.
- Recomendar soluciones a los problemas contables que se presenten a la empresa.
- Elaborar análisis y pruebas financieras a los estados contables que permitan detectar déficits y ganancias; y plantear soluciones y planes de contingencia en caso de encontrarse pérdidas.
- Cumplir con el horario de trabajo y tener disponibilidad inmediata ante cualquier tarea a realizarse.

#### 9.4.4 CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

- **RAZÓN SOCIAL**

EJE LOGÍSTICO LTDA.

- **LOGO**

Gráfico No. 12 Logo



Fuente: Trabajo de campo

- **MISIÓN**

Satisfacer las necesidades y expectativas en la operación logística de eventos con soluciones integrales creativas e innovadoras, que requieren los clientes, brindando un excelente servicio con el apoyo de un personal excelentemente calificado.

- **VISIÓN**

El propósito es ser una empresa líder en logística y organización de eventos públicos, en el mediano plazo, caracterizándonos por una alta calidad en la prestación de los servicios.

Así mismo se contará con los recursos necesarios para brindarles a los clientes, un servicio de la manera más eficaz.

- **VALORES CORPORATIVOS**

- Responsabilidad
- Honestidad
- Respeto
- Compromiso
- Excelencia
- Ética
- Trabajo en equipo
- Creatividad e innovación
- Puntualidad

- **MATRIZ DOFA**

Tabla No. 23 Matriz DOFA

	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENZAS</b>
	1. Amplia demanda potencial e insatisfecha	1. Competencia
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
1. Cumplimiento cabal de los requerimientos de Ley para la prestación del Servicio.	1. Desarrollar nuevos productos acorde con las necesidades del cliente e Innovar.	1. Crear un buen programa de penetración en el mercado con ofertas y tener actividades diferentes a las de la competencia.
2. Disponibilidad de talento humano para la organización de eventos	2. Afianzar la ventaja competitiva relación costo / producto.	2. Diseñar un programa de servicio al cliente para mantener su lealtad.

3. Habilidad para competir con precios	3. Enfocarnos en los puntos débiles de la competencia para sacar mayor beneficio de ello.	3. Llegar a mercados que la Competencia no ha llegado como empresas pequeñas a bajos costos con actividades sencillas pero que impacten.
4. Amplios contactos con empresas del sector público y privado	4. Averiguar cuáles son las debilidades de la competencia y mejorar en ellas.	4. Crear servicios adicionales para que el cliente encuentre en la empresa lo que necesita.
5. Horarios y disponibilidad del servicio para cuanto los clientes crean conveniente adquirir el servicio	5. Realizar un estudio y saber cuál es el grado de insatisfacción de los clientes	5. Crear un programa para encontrar nuevos clientes y saber cuáles son sus principales necesidades.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
1. Gran necesidad de capital para inversión	1. Buscar financiaciones con entidades públicas o gubernamentales para la creación de nuevos proyectos.	1. Implementación de base de datos, para identificar clientes potenciales.
2. Dificultades administrativas, especialmente en cuanto a calidad del Servicio, para lo cual es necesario llevar a cabo un programa permanente de capacitación del personal.	2. Crear alianzas estratégicas para fortalecer el capital ya existente. 3. Llevar a cabo un programa permanente de capacitación del personal	2. Realizar seguimiento a los clientes actuales para crear fidelización cliente - empresa. 3. Realizar una estricta selección de personal, para lograr alta calidad en la prestación del servicio

Fuente: Trabajo de campo

### 9.4.5 PLAN DE ACCIÓN

Tabla No. 24 Plan de Acción

ACTIVIDADES	RESPONSABLE	RECURSOS	METAS	INDICADOR
Asesoría Empresarial	Especialista en Eventos	Humanos Financieros Técnicos	$\geq 70\%$ del total de Empresas de la Población	No. Empresas asesoradas / No. Empresas de la población
Diseño de Eventos Empresariales	Especialista en Eventos	Humanos Financieros Técnicos	$\geq 70\%$ del total de Empresas contactadas	No. Eventos empresariales diseñados / No. Empresas asesoradas
Logística y Timing de Actividades Públicas	Gerente General	Humanos Financieros Técnicos	$\geq 70\%$ del total de Empresas de la Población	No. Actividades públicas realizadas / No. Empresas contratantes
Decoración Escenográfica para realización de Eventos	Especialista en Eventos	Humanos Financieros Técnicos	$\geq 80\%$ del total de Empresas atendidas	No. Decoraciones escenográficas realizadas / No. Empresas contratantes

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADOR</b>
Planeación de transporte a y desde el lugar del Evento	Asesor Comercial	Humanos Financieros Técnicos	>=80% del total de Empresas atendidas	No. planeaciones de transporte realizadas / No. Empresas contratantes
Envío y confirmación de Invitaciones	Asesor Comercial	Humanos Financieros Técnicos	>=90% del total de Empresas atendidas	No. Envíos y confirmaciones de invitaciones realizadas / No. Invitados a eventos empresariales
Contratación de Salones, Hospedaje, Alimentación y Tours o Actividades para Asistentes	Especialista en Eventos	Humanos Financieros Técnicos	100% del total de Empresas atendidas	No. Contrataciones de Salones, Hospedajes, Alimentaciones, Tours y Actividades para Asistentes a eventos realizadas / No. Empresas contratantes

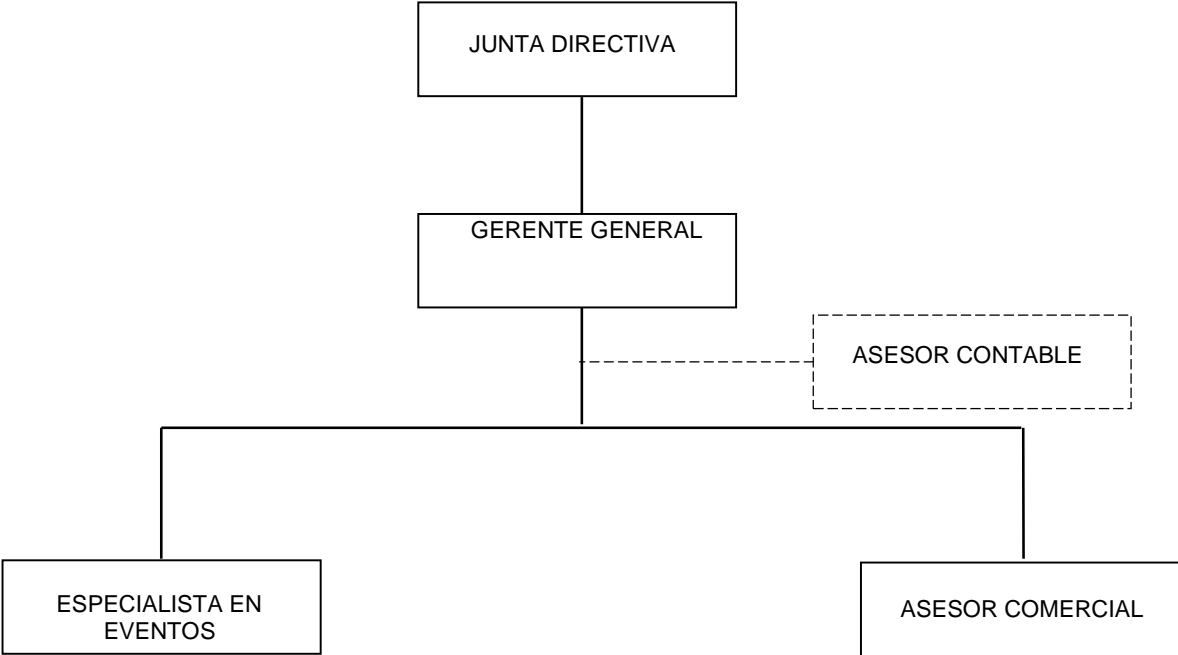
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADOR</b>
Coordinación de las áreas y servicios Audiovisuales y Actividades del personal del Evento	Asesor Comercial	Humanos Financieros Técnicos	100% del total de Empresas atendidas	No. Coordinaciones de áreas y servicios audiovisuales realizadas / No. Empresas contratantes
Supervisión en sitio	Gerente General	Humanos Financieros Técnicos	100% de supervisiones en sitio realizadas	No. Actividades de supervisión en sitio realizadas / No. Actividades de supervisión en sitio programadas
Evaluación del Evento	Gerente General	Humanos Financieros Técnicos	100% de satisfacción del total de Empresas atendidas	Eventos realizados satisfactoriamente / Eventos contratados

Fuente: Trabajo de campo



**9.4.6 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA**

Gráfico No. 13 Organigrama de la Empresa



Fuente: Trabajo de campo

## 9.4.7 REQUERIMIENTOS Y COSTOS DE PERSONAL ESPECIALIZADO

### 9.4.7.1 Personal Administrativo

Comprende los cargos que se relacionan con la dirección, coordinación, supervisión y control de las áreas internas encargadas de ejecutar y desarrollar las políticas, planes, programas y proyectos de la empresa y cuyas funciones implican el ejercicio de actividades de orden administrativo.

- GERENTE

Tabla No. 25 Manual de Funciones Gerente

I. IDENTIFICACION DEL CARGO				
DIA:01	MES:08	ANO:2010	NOMBRE DEL CARGO: GERENTE	CODIGO: 001
CARGO DEL JEFE INMEDIATO:			JORNADA DE TRABAJO: 8 HORAS	SUELDO: \$ 1.500.000=
II. NATURALEZA DEL CARGO				
Controlar, dirigir, planear y organizar las diferentes actividades con las que debe cumplir el personal a su cargo, y optimizarlas.				
III. FUNCIONES DEL CARGO				
a) Permanentes:				
Controlar las actividades de la organización, analizando posibles problemas, alternativas y tomando decisiones para garantizar un buen servicio, con respecto a las políticas de la empresa.				
Realizar una evaluación permanente, para asegurar una excelente atención al cliente.				
Asignar las tareas al personal directamente a su cargo.				
Dirigir y organizar los planes de incentivos para el talento humano a su cargo.				

Planear, organizar, coordinar y controlar los recursos humanos, financieros y materiales de la empresa buscando cumplir con los objetivos establecidos.			
b) Periódicas:			
Presentar informes mensuales, por escrito y oralmente, en las juntas directivas, sobre el desempeño de la organización.			
IV. ESPECIFICACIONES DEL CARGO			
1. CONOCIMIENTOS , EXPERIENCIAS Y HABILIDADES			
EDUCACIÓN	Titulado, con experiencia en formulación y evaluación de proyectos, logística.		
EXPERIENCIA	Tres (3) años de experiencia.		
HABILIDADES	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Destreza manual	X		
Elaboración de informes	X		
Toma de decisiones	X		
Atención y concentración	X		
Aptitud verbal	X		
Aptitud escrita	X		
Razonamiento numérico	X		
Capacidad analítica	X		
Liderazgo y dirección del personal	X		
Manejo de equipos y programas de computación	X		
2. RAZGOS DE PERSONALIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Orden en el desarrollo de las actividades	X		
Compromiso y motivación hacia resultados	X		

Adaptación a cambios del entorno y la organización	X		
Buenas relaciones interpersonales	X		
Trabajo en equipo	X		
Creatividad e innovación	X		
Puntualidad	X		
Interés por la calidad	X		
Actitud de servicio al cliente	X		
<b>3. ESFUERZO</b>	<b>NIVEL REQUERIDO</b>		
MENTAL	Alto, debe planear, dirigir, controlar y organizar todos los proyectos de la empresa.		
VISUAL	Medio, debido a que el cargo involucra cierta atención visual.		
FÍSICO	Bajo, debido a que se manejan objetos de poco peso, además se mantiene frecuentemente en la misma posición.		
<b>V. RESPONSABILIDADES</b>			
POR INFORMACIÓN	Alta, debido a que maneja gran cantidad de información confidencial de la empresa.		
POR ARCHIVOS Y REGISTROS	Alta, debido a que tiene acceso a los archivos y registros de la empresa.		
POR BIENES	Media, tiene responsabilidad con el sistema operativo de la empresa.		
POR DINERO	Alto, tiene acceso directo al dinero de la empresa.		
<b>VI. CONDICIONES DE TRABAJO</b>			
FACTORES	<b>CONDICIONES AMBIENTALES</b>		
	ALTO	NORMAL	MEDIO

Iluminación		X		
Calor		X		
Frio		X		
Humedad		X		
Ruido		X		
Polvo		X		
Ventilación		X		
Olores		X		
Congestión		X		
Suciedad		X		
Riesgo				X
Otros				

Fuente: Trabajo de campo

#### 9.4.7.2 Personal Operativo

Comprende los cargos cuyas funciones implican el ejercicio de las labores que se caracterizan por el predominio de actividades manuales.

- **ASESOR COMERCIAL**

Tabla No. 26 Manual de Funciones Asesor Comercial

I. IDENTIFICACION DEL CARGO				
DIA:01	MES:08	ANO:2010	NOMBRE DEL CARGO: ASESOR COMERCIAL	CODIGO: 001
CARGO DEL JEFE INMEDIATO: GERENTE			JORNADA DE TRABAJO: 8 HORAS	SUELDO: \$ 600.000
II. NATURALEZA DEL CARGO				
Atender y aumentar el nivel de ventas que genere incremento en los				

ingresos de la empresa			
III. FUNCIONES DEL CARGO			
a) Permanentes:			
Vender los productos de la empresa			
Brindar información de las promociones y descuentos de los productos de la empresa			
Dar a conocer los productos que ofrece la empresa			
Brindar un servicio eficiente al cliente			
Prestar atención a las opiniones de los clientes			
b) Periódicas:			
Presentar informes mensuales, por escrito y oralmente, en las juntas directivas, sobre el desempeño de la organización.			
IV. ESPECIFICACIONES DEL CARGO			
1. CONOCIMIENTOS , EXPERIENCIAS Y HABILIDADES			
EDUCACIÓN	Bachiller , curso de mercadeo Y/o atención al cliente		
EXPERIENCIA	Tres (3) años de experiencia.		
HABILIDADES	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Destreza manual	X		
Elaboración de informes		X	
Toma de decisiones	X		
Atención y concentración	X		
Aptitud verbal	X		
Aptitud escrita	X		
Razonamiento numérico	X		
Capacidad analítica		X	
Liderazgo y dirección del personal		X	
Manejo de equipos y programas de computación		X	
2. RAZGOS DE PERSONALIDAD	NIVEL REQUERIDO		

	ALTO	MEDIO	BAJO
Orden en el desarrollo de las actividades	X		
Compromiso y motivación hacia resultados	X		
Adaptación a cambios del entorno y la organización	X		
Buenas relaciones interpersonales	X		
Trabajo en equipo	X		
Creatividad e innovación	X		
Puntualidad	X		
Interés por la calidad	X		
Actitud de servicio al cliente	X		
Deseo de superación	X		
<b>3. ESFUERZO</b>	<b>NIVEL REQUERIDO</b>		
MENTAL	Medio, debe de estar atento a todas las necesidades de los clientes y crear nuevas necesidades		
VISUAL	Medio, debido a que el cargo involucra cierta atención visual.		
FÍSICO	Medio, debido a que se manejan objetos de poco peso, se mantiene frecuentemente en la misma posición, se camina para poder visitar los clientes		
<b>V. RESPONSABILIDADES</b>			
POR INFORMACIÓN	Alta, debido a que maneja gran cantidad de información confidencial de la empresa.		
POR ARCHIVOS Y REGISTROS	Alta, debido a que tiene acceso a los archivos y registros de la		

	empresa.			
POR BIENES	Media, tiene responsabilidad con el sistema operativo de la empresa.			
POR DINERO	Alto, tiene acceso directo al dinero de la empresa.			
<b>V.CONDICIONES DE TRABAJO</b>				
<b>FACTORES</b>	<b>CONDICIONES AMBIENTALES</b>			
	<b>ALTO</b>	<b>NORMAL</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>
Iluminación		X		
Calor		X		
Frio		X		
Humedad		X		
Ruido		X		
Polvo		X		
Ventilación		X		
Olores		X		
Congestión		X		
Suciedad		X		
Riesgo		X		
otros				

Fuente: Trabajo de campo

- **ESPECIALISTA EN EVENTOS**

Tabla No. 27 Manual de Funciones Especialista en Eventos

<b>I. IDENTIFICACION DEL CARGO</b>				
DIA:01	MES:08	ANO:2010	NOMBRE DEL CARGO: ESPECIALISTA EN EVENTOS	CODIGO: 002



CARGO DEL JEFE INMEDIATO: GERENTE	JORNADA DE TRABAJO: 8 HORAS	SUELDO: \$ 1.000.000	
II. NATURALEZA DEL CARGO			
Coordinar la realización de los eventos públicos que realice la empresa, a fin de lograr una plena satisfacción del cliente.			
III. FUNCIONES DEL CARGO			
a) Permanentes:			
Visitar los clientes de la empresa			
Brindar información de las promociones y descuentos de los productos de la empresa			
Dar a conocer los productos que ofrece la empresa			
Brindar un servicio eficiente al cliente			
Prestar atención a las opiniones de los clientes			
b) Periódicas:			
Presentar informes mensuales, por escrito y oralmente, en las juntas directivas, sobre el desempeño de la organización.			
IV. ESPECIFICACIONES DEL CARGO			
1. CONOCIMIENTOS , EXPERIENCIAS Y HABILIDADES			
EDUCACIÓN	Bachiller , curso de mercadeo Y/o atención al cliente		
EXPERIENCIA	Tres (3) años de experiencia.		
HABILIDADES	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Destreza manual	X		
Elaboración de informes		X	
Toma de decisiones	X		
Atención y concentración	X		
Aptitud verbal	X		
Aptitud escrita	X		
Razonamiento numérico	X		

Capacidad analítica		X	
Liderazgo y dirección del personal		X	
Manejo de equipos y programas de computación		X	
2. RAZGOS DE PERSONALIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Orden en el desarrollo de las actividades	X		
Compromiso y motivación hacia resultados	X		
Adaptación a cambios del entorno y la organización	X		
Buenas relaciones interpersonales	X		
Trabajo en equipo	X		
Creatividad e innovación	X		
Puntualidad	X		
Interés por la calidad	X		
Actitud de servicio al cliente	X		
Deseo de superación	X		
3. ESFUERZO	NIVEL REQUERIDO		
MENTAL	Medio, debe de estar atento a todas las necesidades de los clientes y crear nuevas necesidades		
VISUAL	Medio, debido a que el cargo involucra cierta atención visual.		
FÍSICO	Medio, debido a que se manejan objetos de poco peso, se mantiene frecuentemente en la misma posición, se camina para poder visitar los clientes		

V. RESPONSABILIDADES					
POR INFORMACIÓN		Alta, debido a que maneja gran cantidad de información confidencial de la empresa.			
POR ARCHIVOS Y REGISTROS		Alta, debido a que tiene acceso a los archivos y registros de la empresa.			
POR BIENES		Media, tiene responsabilidad con el sistema operativo de la empresa.			
POR DINERO		Alto, tiene acceso directo al dinero de la empresa.			
V.CONDICIONES DE TRABAJO					
FACTORES		CONDICIONES AMBIENTALES			
		ALTO	NORMAL	MEDIO	BAJO
Iluminación			X		
Calor			X		
Frio			X		
Humedad			X		
Ruido			X		
Polvo			X		
Ventilación			X		
Olores			X		
Congestión			X		
Suciedad			X		
Riesgo			X		
otros					

Fuente: Trabajo de campo

## **9.5 ESTUDIO FINANCIERO**

Con la presentación de este capítulo se desea mostrar amplia y rigurosamente los elementos que participan en la formulación financiera del proyecto de creación de la empresa EJE LOGÍSTICO LTDA. en la ciudad de Pereira, Departamento de Risaralda.

Es importante anotar que los rubros de las proyecciones están en pesos corrientes, usando un índice inflacionario del 6%, basado en el Índice de Precios al Consumidor (IPC) de los últimos años y en la proyección realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

## **9.5.1 CUANTIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN REQUERIDA**

### **9.5.1.1 Presupuesto de Inversión**

En la siguiente tabla se muestra el total de la inversión que deben realizar las socias de la empresa EJE LOGÍSTICO LTDA. antes de iniciar sus operaciones comerciales. El capital inicial de \$85,769,340 será aportado en cuotas iguales de \$ 42,884,670 por cada una de las dos socias del proyecto

En el año 0 se dan los valores de las inversiones requeridas para la instalación y puesta en marcha. Los valores registrados en el año 5 corresponden a los valores de recuperación del 50% de los activos fijos y del 100% del capital de trabajo invertido, al momento de liquidar el proyecto.

La estimación del efectivo se realizó para los primeros 90 días, siendo el 10% de los ingresos por ventas, y el inventario de materiales directos se realizó para atender las necesidades de producción para el primer trimestre del año de operaciones. Un exceso de efectivo puede acarrear un lucro cesante innecesario y un valor insuficiente puede generar disminución en el ritmo de la producción.

**Tabla No. 28 Presupuesto de Inversión**

<b>Período</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
1. Inversiones Fijas	73.771.000					36.885.500
1.1 Depreciables	73.771.000					36.885.500
1.1.1 Equipo de Computo	4.975.000					
1.1.2 Muebles y Enseres	616.000					
1.1.3 Maquinaria y Equipo	68.180.000					
2. Inversiones Diferidas	3.858.340					
2.1 Gastos de Estudios	700.000					
2.2 Gastos de Organización	1.000.000					
2.3 Gastos de Capacitación	1.000.000					
2.4 Publicidad Prepagada	735.800					
2.5 Gastos de Constitución	422.540					
3. Capital de Trabajo	8.140.000					8.140.000
3.1 Efectivo	7.840.000					
3.2 Inventario de M.P.	300.000					
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>85.769.340</b>					<b>45.025.500</b>

Fuente: Trabajo de campo

### 9.5.1.2 Presupuesto de Ventas

Para el presupuesto de ventas se estimó para el primer año una oferta de 98 empresas, cuyo número se incrementará en un 20% cada año durante la vida del proyecto; mientras que el valor del servicio para el mismo año será de \$800.000 para un evento para 15 personas con servicio general completo, valor que se incrementará en un 10% para cada uno de los años siguientes.

**Tabla No. 29 Presupuesto de Ventas**

<b>Período</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Número de Empresas	98	118	141	169	203
Valor Servicio	800.000	880.000	968.000	1.064.800	1.171.280
IVA 16%	12.544.000	16.558.080	21.856.666	28.850.799	38.083.054
Ingresos + IVA (Facturados)	90.944.000	120.046.080	158.460.826	209.168.290	276.102.143
Ventas de Contado (70% )	63.660.800	84.032.256	110.922.578	146.417.803	193.271.500
Ventas a Crédito (30% )	27.283.200	36.013.824	47.538.248	62.750.487	82.830.643
<b>TOTAL VENTAS (Sin IVA)</b>	<b>78.400.000</b>	<b>103.488.000</b>	<b>136.604.160</b>	<b>180.317.491</b>	<b>238.019.088</b>

Fuente: Trabajo de campo

### 9.5.1.3 Costos de Operación

El costo de operación presenta un listado completo de todos y cada uno de los costos que concurren a la prestación del servicio publicitario.

Para las depreciaciones se utilizó el Método de la Línea Recta, donde se supone una depreciación constante a través de los cinco años de la vida útil del activo, esto con el fin de acelerar la depreciación de él.

La amortización de la publicidad se efectuó a un año, para el primer año de operaciones por un valor de \$735.800, los siguientes años la empresa continuó invirtiendo en publicidad el valor del año inmediatamente anterior con un incremento inflacionario del 6% anual, dichos valores se amortizaron igualmente a un año.



Tabla No. 30 Costos de Operación

Período	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>1. Costos de Operación</b>	42.651.615	44.801.632	47.080.650	49.496.409	52.057.113
1.1 Costos Directos	31.133.615	33.001.632	34.981.730	37.080.634	39.305.472
1.1.1 Materia Prima	1.200.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
1.1.2 Salario Mano de Obra Directa	29.933.615	31.729.632	33.633.410	35.651.414	37.790.499
1.2 Costos Indirectos de Fabricación	3.500.000	3.710.000	3.932.600	4.168.556	4.418.669
1.2.1 Materiales Indirectos	1.000.000	1.060.000	1.123.600	1.191.016	1.262.477
1.2.2 Mantenimiento Maquinaria y Equipos	1.000.000	1.060.000	1.123.600	1.191.016	1.262.477
1.2.3 Arrendamiento de Local	1.500.000	1.590.000	1.685.400	1.786.524	1.893.715
1.3 Otros Costos Indirectos de Fabricación	8.018.000	8.090.000	8.166.320	8.247.219	8.332.972
1.3.1 Depreciación de Maquinaria y Equipos	6.818.000	6.818.000	6.818.000	6.818.000	6.818.000
1.3.2 Servicios Públicos	1.200.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
2. Gastos de Administración	31.997.708	33.813.008	35.737.226	37.776.897	39.938.948
2.1 Salario Personal Adtvo	18.000.000	19.080.000	20.224.800	21.438.288	22.724.585
2.2 Prestaciones Sociales Personal Adtvo	9.255.000	9.810.300	10.398.918	11.022.853	11.684.224
2.3 Depreciación Administrativa	1.118.200	1.118.200	1.118.200	1.118.200	1.118.200
2.4 Amortizacion de Diferidos	624.508	624.508	624.508	624.508	624.508
2.5 Honorarios Profesionales	3.000.000	3.180.000	3.370.800	3.573.048	3.787.431
3. Gastos por Ventas	4.335.800	4.595.948	4.871.705	5.164.007	5.473.848
3.1 Amortización Publicidad Diferida	735.800	779.948	826.745	876.350	928.931
3.2 Distribución y Comercialización	3.600.000	3.816.000	4.044.960	4.287.658	4.544.917
<b>TOTAL COSTO DE OPERACIÓN</b>	<b>78.985.123</b>	<b>83.210.588</b>	<b>87.689.581</b>	<b>92.437.313</b>	<b>97.469.909</b>

Fuente: Trabajo de campo

#### 9.5.1.4 Clasificación de los Costos

Esta tabla muestra los mismos valores de la tabla de Costos de Operación pero discriminados en Costos Fijos y Costos Variables, lo cual permitirá mas adelante calcular e interpretar el Punto de Equilibrio de la empresa.

**Tabla No. 31 Clasificación de los Costos**

Período	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Costo Total					
1.1 Costos Variables	31.133.615	33.001.632	34.981.730	37.080.634	39.305.472
1.1.1 Materia Prima	1.200.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
1.1.2 Salario de Mano de Obra Directa	29.933.615	31.729.632	33.633.410	35.651.414	37.790.499
1.2 Costos Fijos	47.851.508	50.208.956	52.707.851	55.356.679	58.164.438
1.2.1 Materiales Indirectos	1.000.000	1.060.000	1.123.600	1.191.016	1.262.477
1.2.2 Mantenimiento Maquinaria y Equipo	1.000.000	1.060.000	1.123.600	1.191.016	1.262.477
1.2.3 Arrendamiento de Local	1.500.000	1.590.000	1.685.400	1.786.524	1.893.715
1.2.4 Depreciación de Maquinaria y Equipo	6.818.000	6.818.000	6.818.000	6.818.000	6.818.000
1.2.5 Servicios Públicos	1.200.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
1.2.6 Salario Personal Adtvo	18.000.000	19.080.000	20.224.800	21.438.288	22.724.585
1.2.7 Prestaciones Sociales Personal Adtvo	9.255.000	9.810.300	10.398.918	11.022.853	11.684.224
1.2.8 Depreciación Administrativa	1.118.200	1.118.200	1.118.200	1.118.200	1.118.200
1.2.9 Amortizacion de Diferidos	624.508	624.508	624.508	624.508	624.508
1.2.10 Honorarios Profesionales	3.000.000	3.180.000	3.370.800	3.573.048	3.787.431
1.2.11 Amortización Publicidad Diferida	735.800	779.948	826.745	876.350	928.931
1.2.12 Distribución y Comercialización	3.600.000	3.816.000	4.044.960	4.287.658	4.544.917
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>78.985.123</b>	<b>83.210.588</b>	<b>87.689.581</b>	<b>92.437.313</b>	<b>97.469.909</b>

Fuente: Trabajo de campo

### 9.5.1.5 Entrada de la Información

En la entrada de la información se encuentran los valores correspondientes a las inversiones fijas, diferidas, capital de trabajo, además los costos fijos sin financiación y los costos variables con sus correspondientes desagregados, ubicándolas en el período que se espera se produzca su erogación.

Tabla No. 32 Entrada de la Información

Período	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Inversiones Fijas	73.771.000	-	-	-	-	36.885.500
1.1 Depreciables	73.771.000	-	-	-	-	36.885.500
1.1.1 Equipo de Computo	4.975.000	-	-	-	-	-
1.1.2 Muebles y Enseres	616.000	-	-	-	-	-
1.1.3 Maquinaria y Equipo	68.180.000	-	-	-	-	-
2. Inversiones Diferidas	3.858.340	-	-	-	-	-
2.1 Gastos de Estudios	700.000	-	-	-	-	-
2.2 Gastos de Organización	1.000.000	-	-	-	-	-
2.3 Gastos de Capacitación	1.000.000	-	-	-	-	-
2.4 Publicidad Prepagada	735.800	-	-	-	-	-
2.5 Gastos de Constitución	422.540	-	-	-	-	-
3. Capital de Trabajo	8.140.000	-	-	-	-	8.140.000
3.1 Efectivo	7.840.000	-	-	-	-	-
3.2 Inventario de M.P.	300.000	-	-	-	-	-
1. Costo Total		-	-	-	-	-
1.1 Costos Variables		31.133.615	33.001.632	34.981.730	37.080.634	39.305.472
1.1.1 Materia Prima		1.200.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
1.1.2 Salario de Mano de Obra Directa		29.933.615	31.729.632	33.633.410	35.651.414	37.790.499
1.2 Costos Fijos		47.851.508	50.208.956	52.707.851	55.356.679	58.164.438

1.2.1 Materiales Indirectos		1.000.000	1.060.000	1.123.600	1.191.016	1.262.477
1.2.2 Mantenimiento Maquinaria y Equipo		1.000.000	1.060.000	1.123.600	1.191.016	1.262.477
1.2.3 Arrendamiento de Local		1.500.000	1.590.000	1.685.400	1.786.524	1.893.715
1.2.4 Depreciación de Maquinaria y Equipo		6.818.000	6.818.000	6.818.000	6.818.000	6.818.000
1.2.5 Servicios Públicos		1.200.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
1.2.6 Salario Personal Adtvo		18.000.000	19.080.000	20.224.800	21.438.288	22.724.585
1.2.7 Prestaciones Sociales Personal Adtvo		9.255.000	9.810.300	10.398.918	11.022.853	11.684.224
1.2.8 Depreciación Administrativa		1.118.200	1.118.200	1.118.200	1.118.200	1.118.200
1.2.9 Amortizacion de Diferidos		624.508	624.508	624.508	624.508	624.508
1.2.10 Honorarios Profesionales		3.000.000	3.180.000	3.370.800	3.573.048	3.787.431
1.2.11 Amortización Publicidad Diferida		735.800	779.948	826.745	876.350	928.931
1.2.12 Distribución y Comercialización		3.600.000	3.816.000	4.044.960	4.287.658	4.544.917

Fuente: Trabajo de campo

### 9.5.1.6 Estado de Resultados Proyectado (P Y G)

Este estado permite analizar al final de cada año de operación de la empresa, si se presentaron utilidades o pérdidas en el desarrollo de sus actividades operativas.

Tabla No. 33 Estado de Resultados Proyectado ( P Y G )

Período	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	78.400.000	103.488.000	136.604.160	180.317.491	238.019.088
(-) Costos de los Productos Vendidos	42.651.615	44.801.632	47.080.650	49.496.409	52.057.113
(=) Utilidad Bruta	35.748.385	58.686.368	89.523.510	130.821.082	185.961.975
(-) Gastos Administrativos	31.997.708	33.813.008	35.737.226	37.776.897	39.938.948
(-) Gastos de Ventas	4.335.800	4.595.948	4.871.705	5.164.007	5.473.848
(=) Utilidad Neta Operacional	(585.123)	20.277.412	48.914.579	87.880.178	140.549.179
(+) Otros Ingresos	-	-	-	-	-
(-) Otros Egresos	-	-	-	-	-
(-) Gastos Financieros	-	-	-	-	-
(=) Utilidad Antes de Impuestos	(585.123)	20.277.412	48.914.579	87.880.178	140.549.179
(-) Impuesto de Renta (38,5%)	(225.272)	7.806.804	18.832.113	33.833.869	54.111.434
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>(359.851)</b>	<b>12.470.608</b>	<b>30.082.466</b>	<b>54.046.310</b>	<b>86.437.745</b>

Fuente: Trabajo de campo

### 9.5.1.7 Flujo Neto de Caja

Es la resultante del Flujo Neto de Inversiones y el Flujo de Operación, representa las salidas y las entradas de dinero a la empresa, permitiendo aplicar criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto. En este caso la empresa presenta en el año 0 la inversión inicial realizada por los socios de la empresa por \$85.769.340. Para todos los años se registran utilidades por \$8.711.385, \$29.618.068, \$58.302.0328, \$97.317.2368 y \$195.064.318 respectivamente.

Tabla No. 34 Flujo Neto de Caja

Periodo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta		(359.851)	12.470.608	30.082.466	54.046.310	86.437.745
(+) Depreciaciones		7.936.200	7.936.200	7.936.200	7.936.200	7.936.200
(+) Amortización		1.360.308	1.404.456	1.451.253	1.500.858	1.553.439
(+) Impuestos		(225.272)	7.806.804	18.832.113	33.833.869	54.111.434
(-) Pagos de Capital		0	0	0	0	0
(-) Corrección Monetaria		0	0	0	0	0
(=) Flujo de Caja (1)	0	8.711.385	29.618.068	58.302.032	97.317.236	150.038.818
Presupuesto de Inversiones	85.769.340					
(-) Recursos del Crédito						
(=) Inversiones Netas (2)	85.769.340	-	-	-	-	-
Activo Fijo Final						36.885.500
(+) Recuperación Capital de Trabajo						8.140.000
(=) Liquidación del Negocio (3)	0	0	0	0	0	45.025.500
<b>FLUJO NETO DE CAJA (1 - 2 + 3)</b>	<b>(85.769.340)</b>	<b>8.711.385</b>	<b>29.618.068</b>	<b>58.302.032</b>	<b>97.317.236</b>	<b>195.064.318</b>

Fuente: Trabajo de campo

### 9.5.1.8 TIR, VPN y Relación B/C

Tabla No. 35 TIR, VPN y Relación B/C

Tasa Interna de Retorno ( TIR )	47.70%
Valor Presente Neto (VPN al 30%)	39,695,601
Relación Beneficio/Costo (R B/C)	167.54%

Fuente: Trabajo de campo

### 9.5.1.9 Flujo de Caja Operacional

El Flujo de Caja Operacional presenta el movimiento de la cuenta Caja durante los cinco años de vida del proyecto. Se establecen los ingresos y egresos de la empresa, se da el saldo inicial de caja y finalmente el saldo final de la misma para cada uno de los años.

Tabla No. 36 Flujo de Caja Operacional

Período	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	-	8.140.000	7.554.877	28.057.561	69.165.337	138.213.402
(+) Aportes	85.769.340	-	-	-	-	-
(+) Ventas de Contado	-	78.400.000	103.488.000	136.604.160	180.317.491	238.019.088
(+) Recuperación de Cartera	-	-	-	-	-	-
(+) Recursos del Crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(+) Recursos del Crédito L.P.	-	-	-	-	-	-
(+) Otros	-	-	-	-	-	-
(=) Total Disponible	85.769.340	86.540.000	111.042.877	164.661.721	249.482.828	376.232.491
(-) Total Inversiones	77.629.340	-	-	-	-	-
(-) Compras de Contado	-	360.000	381.600	404.496	428.766	454.492
(-) Pago a Proveedores	-	840.000	890.400	943.824	1.000.453	1.060.481
(-) Pago a M.O.D	-	29.933.615	31.729.632	33.633.410	35.651.414	37.790.499
(-) Pago a C.I.F.	-	11.518.000	11.800.000	12.098.920	12.415.775	12.751.642
(-) Pago a Gastos Administrativos	-	31.997.708	33.813.008	35.737.226	37.776.897	39.938.948
(-) Pago a Gastos de Ventas	-	4.335.800	4.595.948	4.871.705	5.164.007	5.473.848
(-) Pago a Crédito C.P.	-	-	-	-	-	-
(-) Pago a Crédito L.P.	-	-	-	-	-	-
(-) Pago de Impuestos	-	-	(225.272)	7.806.804	18.832.113	33.833.869
(-) Otros	-	-	-	-	-	-
(=) Total Egresos	77.629.340	78.985.123	82.985.316	95.496.384	111.269.426	131.303.778
<b>(=) SALDO FINAL EN CAJA</b>	<b>8.140.000</b>	<b>7.554.877</b>	<b>28.057.561</b>	<b>69.165.337</b>	<b>138.213.402</b>	<b>244.928.713</b>

Fuente: Trabajo de campo



### 9.5.1.10 Balance General proyectado

Una vez finalizado cada uno de los ciclos de operaciones del Proyecto, es necesario elaborar un diagnóstico financiero general de él.

La elaboración del Balance General permite determinar cuáles fueron los movimientos y el estado de los activos, los pasivos y el patrimonio durante dicho período, y así determinar si existió o no crecimiento económico de la empresa.

Tabla No. 37 Balance General proyectado

Período	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>1. Activo</b>						
<b>1.1 Activo Corriente</b>	8.140.000	16.262.745	45.473.297	95.288.941	173.044.874	288.468.053
1.1.1 Caja y Bancos	8.140.000	7.554.877	28.057.561	69.165.337	138.213.402	244.928.713
1.1.2 Clientes	-	-	-	-	-	-
1.1.3 Inventarios	-	8.707.868	17.415.736	26.123.604	34.831.472	43.539.340
1.1.4 Inversiones	-	-	-	-	-	-
<b>1.2 Activo Fijo</b>	73.771.000	65.834.800	57.898.600	49.962.400	42.026.200	34.090.000
1.2.1 Equipo de Cómputo	4.975.000	4.975.000	4.975.000	4.975.000	4.975.000	4.975.000
1.2.2 Muebles y Enseres	616.000	616.000	616.000	616.000	616.000	616.000
1.2.3 Maquinaria y Equipo	68.180.000	68.180.000	68.180.000	68.180.000	68.180.000	68.180.000
1.2.4 (-) Depreciación Acumulada	-	7.936.200	15.872.400	23.808.600	31.744.800	39.681.000
<b>1.3 Diferido</b>	3.858.340	3.086.672	2.315.004	1.543.336	771.668	-
1.3.1 Estudios	700.000	560.000	420.000	280.000	140.000	-
1.3.2 Organización	1.000.000	800.000	600.000	400.000	200.000	-
1.3.3 Capacitación	1.000.000	800.000	600.000	400.000	200.000	-
1.3.4 Publicidad Prepagada	735.800	588.640	441.480	294.320	147.160	-

1.3.5 Constitución	422.540	338.032	253.524	169.016	84.508	-
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>85.769.340</b>	<b>85.184.217</b>	<b>105.686.901</b>	<b>146.794.677</b>	<b>215.842.742</b>	<b>322.558.053</b>
<b>2. Pasivo</b>						
<b>2.1 Pasivo Corriente</b>	-	(225.272)	7.806.804	18.832.113	33.833.869	54.111.434
2.1.1 Proveedores	-	-	-	-	-	-
2.1.2 Obligaciones Bancarias	-	-	-	-	-	-
2.1.3 Impuestos por Pagar	-	(225.272)	7.806.804	18.832.113	33.833.869	54.111.434
2.1.4 Gastos por Pagar		-	-	-	-	-
<b>2.2 Pasivo No Corriente</b>	-	-	-	-	-	-
2.2.1 Obligaciones Bancarias	-	-	-	-	-	-
2.2.2 Otros	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>-</b>	<b>(225.272)</b>	<b>7.806.804</b>	<b>18.832.113</b>	<b>33.833.869</b>	<b>54.111.434</b>
<b>3. Patrimonio</b>						
3.1 Aportes de Capital	85.769.340	85.769.340	85.769.340	85.769.340	85.769.340	85.769.340
3.2 Utilidades Retenidas	-	-	(359.851)	12.110.758	42.193.224	96.239.534
3.3 Utilidad del Ejercicio	-	(359.851)	12.470.608	30.082.466	54.046.310	86.437.745
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>85.769.340</b>	<b>85.409.489</b>	<b>97.880.098</b>	<b>127.962.564</b>	<b>182.008.874</b>	<b>268.446.619</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>85.769.340</b>	<b>85.184.217</b>	<b>105.686.901</b>	<b>146.794.677</b>	<b>215.842.742</b>	<b>322.558.053</b>

Fuente: Trabajo de campo

### 9.5.1.11 Indicadores Financieros

Los indicadores Financieros que se describen en la siguiente tabla permiten analizar los estados financieros de la empresa, determinar fallas en el desempeño de sus funciones, organizar procesos improductivos y proponer planes de acción para aumentar la productividad de la empresa.

Tabla No. 38 Indicadores Financieros

Período	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>1. LIQUIDEZ</b>					
1.1 Capital de Trabajo	69.655.122,0	37.666.493,8	76.456.828,1	139.211.005,6	234.356.618,7
1.2 Liquidez	6,360	5,825	5,060	5,115	5,331
<b>2. ACTIVIDAD</b>					
2.2 Rotación de Patrimonio	91,79%	105,73%	106,75%	99,07%	88,67%
2.4 Rotación Activo Fijo	119,09%	178,74%	273,41%	429,06%	698,21%
2.5 Rotación Activo Total	92,04%	97,92%	93,06%	83,54%	73,79%
<b>3. ENDEUDAMIENTO</b>					
3.1 Endeudamiento	12,37%	7,39%	12,83%	15,68%	16,78%
3.2 Solvencia Total	808,24%	1353,78%	779,49%	637,95%	596,10%
<b>4. RENTABILIDAD</b>					
4.1 Margen de Utilidad Bruta	45,60%	56,71%	65,53%	72,55%	78,13%
4.2 Margen de Utilidad Neta	-0,46%	12,05%	22,02%	29,97%	36,32%
4.3 Rentabilidad Neta	-0,75%	19,59%	35,81%	48,74%	59,05%

Fuente: Trabajo de campo

## **9.5.2 EVALUACIÓN**

### **9.5.2.1 Rentabilidad**

Después de haber realizado un profundo análisis financiero al proyecto de creación de la empresa EJE LOGÍSTICO LTDA. y con base en datos reales y verídicos, se concluyó lo siguiente sobre su rentabilidad:

Si para la instalación de la empresa los socios optan por aportar cada uno, en cuotas iguales, el capital requerido para iniciar las operaciones, existirá una inversión inicial de \$85.769.340 en el año 0, al finalizar el año 1 la empresa registra una pérdida de \$359.851, pero a partir del segundo año la empresa inicia el período de utilidades hasta el final de su vida útil, sumando un total de \$183.037.129. La rentabilidad del proyecto está calculada en \$182.677.279.

### **9.5.2.2 Riesgo**

El factor riesgo es un componente siempre presente durante la instalación, puesta en marcha y vida útil de cualquier proyecto, es imposible contar con una confiabilidad del 100% en estos casos. Los riesgos más relevantes para la creación de la empresa EJE LOGÍSTICO LTDA. son:

- Que las tasas de interés del mercado aumenten a causa de una política monetaria o cambiaria por parte del Banco de la República, caso que afectaría en forma sustancial la economía del proyecto.

- Que la oferta de empresas del sector sea menor que la planeada por la empresa, por diversas causas: Poca liquidez de los consumidores, desinterés de los clientes por el servicio, dificultad para el contacto con los clientes, mercado saturado del servicio, entre otras.
- Que la oferta de la empresa no cumpla con los estándares proyectados por diversas razones: Fallas en la operación, aumento de los costos de los materiales directos, maquinaria, equipo y muebles y enseres, exceso de demanda, mala planeación de la operación, entre otras.

#### 9.5.2.3 Aspectos Cualitativos

- De los compradores potenciales para la empresa

La población escogida para la prestación del servicio de logística y organización es una población que abarca una gran área comercial de las ciudades de Pereira y Dosquebradas, lo cual significa que el mercado es amplio y permitirá el crecimiento económico de la empresa como tal.

- Factibilidad de adquisición de recursos, materias y otros elementos

El Área Metropolitana del Centro Occidente Colombiano es una zona creciente y pujante, cuenta con una gran variedad de industrias de diversos sectores económicos que asegurarán proveer constantemente a EJE LOGÍSTICO LTDA. de maquinaria, materiales directos, insumos, materiales indirectos y cualquier otro

elemento que se requiera para la producción del servicio y así asegurar la continuidad de las labores de la empresa.

- La Demanda y los ingresos que generan

La empresa ha proyectado una demanda potencial ajustada, planear mayor número de empresas puede acarrear costos elevados innecesarios y una planeación menor puede ocasionar pérdidas. La demanda se espera cumplir y si es del caso aumentarla cada año, los ingresos que generaría son suficientes como para dar la rentabilidad que se expuso anteriormente.

#### 9.5.2.4 Decisión de aceptación o rechazo

Con base en todos los estudios anteriores: Metodológico, de Mercados, Técnico, Administrativo, Jurídico y Financiero, son suficientes herramientas para determinar que la creación de la empresa EJE LOGÍSTICO LTDA. si es factible y que a pesar de los posibles riesgos que afronte, los beneficios son mayores para sus accionistas.

**POR LO TANTO SE CONCLUYE QUE ES FACTIBLE LLEVAR A CABO EL PROYECTO PLANEADO.**

## 10. CONCLUSIONES

- Existen suficientes empresas instaladas en las ciudades de Pereira y Dosquebradas como para dar oportunidad a la empresa EJE LOGÍSTICO LTDA. de entrar de manera participativa en el mercado de la ciudad.
- El 100% de las empresas que formaron parte de la población objetivo están interesadas en adquirir los servicios de logística y organización de eventos públicos con la empresa EJE LOGÍSTICO LTDA., confirmando la necesidad de crearse otra empresa que satisfaga esta necesidad.
- Los materiales requeridos en la prestación de los servicios se consiguen fácilmente en el mercado pereirano. La empresa no puede adquirir artículos en mayor cantidad a la definida en el Estudio Técnico, mientras no esté consolidada en el mercado local y se garantice la demanda requerida para hacer este tipo de compras.
- Los proveedores son locales, permitiendo contar con los insumos inmediatamente se requieran. Los precios de venta de los equipos requeridos para la prestación del servicio son altos pero se espera que en el corto plazo se pueda contar con líneas de financiación que permitan optimización en el uso del capital corriente.

- Se constituyó y estructuró legal y administrativamente la empresa **EJE LOGÍSTICO LTDA.**, para fines reales de puesta en marcha para la prestación del servicio de logística y organización de eventos públicos. De igual manera se demostró la legalidad y la verificación de las actividades comerciales de la empresa y de los componentes que en ella intervienen.
- Se elaboraron los estudios financieros y con base en ellos se concluyó que el proyecto es viable en cuanto representa utilidad a sus socias durante su vida útil de cinco (5) años.
- Cada uno de los Estados Financieros muestran claramente, el mejoramiento de sus resultados para cada uno de los años de vida útil del proyecto.
- El proyecto es factible y rentable para las inversionistas.
- La TIR del 47,70% significa que el proyecto es viable ya que es mayor que la Tasa de Interés Corriente del Mercado del 8% EA. El VPN hallado arrojó un valor positivo de \$39.695.601, lo cual significa que el proyecto es rentable al traer hasta el presente cada uno de los valores del Flujo Neto de Caja hallados durante cada año de la vida útil del proyecto a una Tasa Representativa del 8% EA, rata utilizada actualmente en el mercado nacional.
- En cuanto a la Relación Beneficio/ Costo fué de 167,54%, es decir por cada peso invertido en el proyecto se obtendrá una ganancia de 67.54 centavos. Lo anterior demuestra que el proyecto asegura el cubrimiento de los costos totales por parte de los ingresos y que además se obtendrán utilidades.



## 11. RECOMENDACIONES

- El Estudio Metodológico y el Estudio de Mercados del presente proyecto solamente toma como población objeto a las Empresas que forman parte del listado fiduciario del Banco de Bogotá de la ciudad de Pereira. Sería muy importante continuar con el estudio abarcando una mayor población que permita dar un mayor horizonte al proyecto. Se recomienda iniciar abarcando las medianas y grandes empresas de las ciudades del Eje Cafetero Colombiano, pasando por las del Centro Occidente Colombiano hasta llegar a las de todo el país.
- Con una mayor participación en el mercado local, regional y nacional, EJE LOGÍSTICO LTDA. podrá prestar el servicio de logística y organización de eventos públicos de las empresas que lo requieran. Se podrán atender servicios complementarios que requieran el nuevo mercado y la mayor población objeto de estudio.
- Es recomendable crear un organigrama empresarial que se ajuste a las necesidades creadas con las nuevas actividades. Un mayor número de asesores especializados, al igual que personal contable y administrativo.
- Crear nuevas estrategias de mercado que permita una mayor participación de la empresa en el campo de la logística. Dar a conocer los servicios de organización de eventos públicos a un mayor número de clientes permitirá a EJE LOGÍSTICO LTDA. contar con más empresas comprometidas con el servicio.

- Financieramente se recomienda tratar de incrementar los valores de la TIR, VPN y Relación Beneficio / Costo por medio de estrategias financieras que permitan un mejor horizonte a la empresa EJE LOGÍSTICO LTDA.
- Se debe tratar de utilizar el sistema de financiamiento del 100% de la inversión inicial requerida para llevar cabo el proyecto o ya sea como inyección de liquidez una vez se logre mayor participación en el mercado y los costos de producción así lo requieran. Demostrar que el apalancamiento financiero por medio de una entidad crediticia puede llegar a ser ventajoso siempre y cuando la rentabilidad del proyecto supere el costo del crédito, para este caso se debe efectuar un análisis financiero que establezca si es necesario obtener o continuar obteniendo recursos externos. Si la tasa de interés del crédito desciende entonces la rentabilidad del proyecto aumenta y si la tasa de interés del crédito aumenta entonces la rentabilidad del proyecto desciende.

## 12. BIBLIOGRAFÍA

- B.K.R., Watts. Elementos de Finanzas para Gerentes, Edaf , Madrid, 1992.
- BACCA Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, 1997.
- BERNAL T, Cesar Augusto. Metodología de la investigación para administración y economía. Prentice Hall, 1999.
- CORAL, Gudiño. Contabilidad Universitaria, Mc Graw Hill,1999.
- DIEZ de Castro, Luis. Ingeniería Financiera: La Gestión en los Mercados Financieros. Mc Graw - Hill. Madrid. 1994.
- GARCÍA Rojas, Bianor. Análisis Financiero, Costos y Presupuestos, Universidad Simón Bolívar, Medellín, 1978.
- GRUNIG, J. E.; HUNT, T. (2000). Dirección de relaciones públicas. Barcelona: Gestión 2000, p. 236.
- JOHNSON, Gerry. Dirección estratégica. Análisis de la estrategia de las organizaciones: 3ª ed. Prentice Hall. 1997.
- KLEPPNER, Otto. Cómo Hacer Propaganda, Dike ediciones, 1999.
- MARÍN CALAHORRO, F. (1997). Fundamentos del protocolo en la comunicación institucional. Madrid: Síntesis.
- OTERO ALVARADO, Mª Teresa (2000). Teoría y estructura del ceremonial y el protocolo, Sevilla: Ed. Mergablum, p. 350-361.

- OTERO ALVARADO, M<sup>a</sup> Teresa (2005). «Los acontecimientos especiales como acciones de relaciones públicas: el ceremonial y el protocolo». En: CASTILLO ESPARCIA, A. (coord.). Comunicación organizacional. Teoría y estudios. Málaga: Ed. Clave, p. 124-131.
- SARMIENTO, Euclides. Los Presupuestos, Ed. Ecoe, Bogotá, 1989.
- VARELA Parache, Manuel. Organización Económica Internacional, Ed. Ecoe, Barcelona, 1985.
- VENKATRAMAN, N., Henderson. Estrategias reales para una organización. En Harvard- Deusto Business Review, n.96, mayo junio 2000. pp 4-22.
- WELLS William, Burnett John y Moriarty Sandra. Publicidad Principios y Prácticas, Prentice - Hall Hispanoamericana S.A., 1997.
- WESTON, J. Fred. Finanzas en Administración, Mc Graw – Hill, Méjico, 1996.
- WESTON, J.Fred y Copeland Thomas. Manual de Administración, McGraw – Hill, Octava edición, Bogotá, 2000.
- Direcciones en Internet:
  - [www.hotmail.com](http://www.hotmail.com)
  - [www.google.com](http://www.google.com)
  - [www.latinmail.com](http://www.latinmail.com)
  - [www.altavista.com](http://www.altavista.com)

## **13. ANEXOS**

## ANEXO A. Formato de la Encuesta

### UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

#### ENCUESTA

**OBJETIVO:** Determinar el nivel de aceptación por parte de las Medianas y Grandes Empresas de las ciudades de Pereira y Dosquebradas (Risaralda) en relación con la propuesta de crear una Empresa de Logística y Organización de Eventos Públicos en Pereira.

RAZÓN SOCIAL \_\_\_\_\_

1. Qué actividad económica desarrolla su Empresa?

<b>Industrial</b>	
<b>Comercial</b>	
<b>Servicios</b>	

2. Qué opción toma al momento de realizar eventos en su empresa?

<b>Contrata a un tercero</b>	
<b>Utiliza su departamento de Logística</b>	

3. Le gustaría contar con una empresa dedicada a la organización de logística y eventos públicos?

<b>SI</b>	
<b>NO</b>	

4. Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa de logística y organización de eventos?

<b>SI</b>	98
<b>NO</b>	0

5. Cuáles de los siguientes servicios estaría su empresa interesada en contratar?

<b>Integración de Personal</b>	
<b>Lanzamientos de productos</b>	
<b>Eventos de Moda</b>	
<b>Conciertos</b>	
<b>Conferencias Empresariales</b>	
<b>Capacitaciones</b>	

6. Qué factores usted tendría en cuenta en el momento de contratar este tipo de servicio?

<b>Precio</b>	
<b>Calidad</b>	
<b>Marca</b>	
<b>Desempeño</b>	
<b>Respaldo</b>	
<b>Referencias</b>	

7. En que épocas del año realiza mayor cantidad de eventos en su empresa?

<b>Enero - Marzo</b>	
<b>Abril - Junio</b>	
<b>Julio - Septiembre</b>	
<b>Octubre - Diciembre</b>	

8. Al año cuantos eventos realiza en su empresa?

<b>1 a 6</b>	
<b>7 a 12</b>	
<b>13 ó más</b>	



9. Cómo considera el presupuesto destinado para este tipo de eventos por parte de su Empresa?

<b>Alto</b>	
<b>Medio</b>	
<b>Bajo</b>	

10. En el último año su empresa cuánto dinero invirtió en organización de eventos?

<b>Entre 1 y 3 millones</b>	
<b>Entre 3,1 y 6 millones</b>	
<b>Más de 6 millones</b>	

11. Qué tipo de empresas contrata para sus eventos?

<b>De Recreación</b>	
<b>De Capacitación</b>	
<b>De Banquetería</b>	

Gracias,

LUISA FERNANDA BARRERO – LINA MARÍA VÁSQUEZ  
Estudiantes Ingeniería Industrial - JE  
Trabajo de Grado  
Universidad Tecnológica de Pereira – 2010

## ANEXO B. Listado de la Muestra

CIUDAD	RAZÓN SOCIAL	TELÉFONO
DOSQUEBRADAS	ALFREDO EMILIO HOYOS MAZUERA	3301300
DOSQUEBRADAS	ALUMINIOS DE COLOMBIA S.A.	3281422
DOSQUEBRADAS	CADENA CENTRALES S.A.	3300727
DOSQUEBRADAS	GUILLERMO PULGARIN Y CIA S.A.- KOSTAZUL	3135500
DOSQUEBRADAS	PROCESADORA AVICOLA DE RDA - ZARPOLLO	3130851
DOSQUEBRADAS	PRODEX S.A.	3228243
DOSQUEBRADAS	R.G. DISTRIBUCIONES .	3301216
DOSQUEBRADAS	TECNODIESEL LTDA	3306102
PEREIRA	ALEJANDRO QUICENO TRIANA	3357529
PEREIRA	AUDIFARMA S.A.	3137800
PEREIRA	AUTOMOTORA DE OCCIDENTE S.A.	3379568
PEREIRA	AYCO LTDA	3373555
PEREIRA	BUSSCAR DE COLOMBIA SA	3379500
PEREIRA	CALDAS MOTOR S.A.	3260017
PEREIRA	CAMINOS S.A.	3135199
PEREIRA	CAMARA DE COMERCIO DE PEREIRA	3387800
PEREIRA	CASA COLOMBO SUIZA	3400215
PEREIRA	CASA DEL BOMBILLO No.3	3314531
PEREIRA	CENTRACOM SA	3359911
PEREIRA	CERCAFE - COOPERAT DE PORCICULTORES	3155211
PEREIRA	CI COPRUCOL SA	3344646
PEREIRA	CI GRUPO GEMA	3452349
PEREIRA	CLINICA RISARALDA LTDA	3341719
PEREIRA	CLINICA LOS ROSALES	3330380
PEREIRA	COATS CADENA	3398200
PEREIRA	COMERCIALIZADORA CAMPO Y CAMPO	3205263
PEREIRA	COMERCIALIZADORA SANTANDER	3315200
PEREIRA	COMFAMILIAR RISARALDA	3135611
PEREIRA	CORALGAS	3376555
PEREIRA	CRISALLTEX S.A.	3363579
PEREIRA	DISTRIBUCIONES GYG	3202450
PEREIRA	EFIGAS	3257813

PEREIRA	ELECTROGAS S.A.	3335000
PEREIRA	ESTACION DE SERVICIOS PEREIRA	3348163
PEREIRA	ESTACION DE SERVICIOS CORALES	3270730
PEREIRA	ESTACION DE SERVICIOS FONDA CENTRAL	3379041
PEREIRA	ESTACION DE SERVICIO LA TRACTOMULA	3286422
PEREIRA	EMPRESA DE ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO	3151300
PEREIRA	EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE PEREIRA	3151228
PEREIRA	EVE DISTRIBUCIONES S.A.	3253121
PEREIRA	EXCO COLOMBIANA S.A.	3379538
PEREIRA	FERRETERIA TAMA S.A.	3350691
PEREIRA	FIBRAS NACIONALES SA	3694993
PEREIRA	FIDUCIARIA DE OCCIDENTE	3256775
PEREIRA	GERMAN GAVIRIA Y CIA LTDA-DISTRIMOTOS	3354522
PEREIRA	INDUSTRIA COLOMBIANA DE CONFECCIONES	3135400
PEREIRA	INDUSTRIA COLOMBIANA DE CONFECCIONES	3135400
PEREIRA	INGENIO RISARALDA S.A.	3679910
PEREIRA	INSTITUTO FINANCIERO PARA EL DESARROLLO DE RDA	3355827
PEREIRA	INTEGRANDO LTDA	3152324
PEREIRA	INVERSIONES EL CARMEN S.C.A.	3132277
PEREIRA	JUGOZA S.A.	3200221
PEREIRA	JOTA REPUESTOS	3260412
PEREIRA	LA INTEGRIDAD S.A.	3205111
PEREIRA	MOTOS HONDA	3332149
PEREIRA	MOTOS KAWASAKI	3332149
PEREIRA	MOVITIERRA	3205218
PEREIRA	PAPELES NACIONALES S.A. (FIBRAS NALES)	2147500
PEREIRA	PAPELES REGIONALES S.A.	3226031
PEREIRA	PIMPOLLO S.A.	3316888
PEREIRA	RECISA	3136100
PEREIRA	SUZUKI MOTOR DE COLOMBIA SA	3139600
DOSQUEBRADAS	TEXTILES DEL RISARALDA	3303550
PEREIRA	TODO FRESCO PEREIRA EU	3205319
PEREIRA	UNIVERSIDAD LIBRE	3366034
PEREIRA	UNIVERSIDAD LIBRE	3200112
PEREIRA	VIDRIERA DE CALDAS LTDA	3366479

PEREIRA	VILLEGAS Y CIA SCS	3298181
PEREIRA	MUEBES BL	3249087
DOSQUEBRADAS	COMESTIBLES LA ROSA	3356710
DOSQUEBRADAS	SALTIRICAS	3338033
DOSQUEBRADAS	SERVIENTREGA	3342299
DOSQUEBRADAS	MOTOS PREMIUN DE OCCIDENTE	3210741
DOSQUEBRADAS	ALCALDIA DE DOSQUEBRADAS	3220800
DOSQUEBRADAS	BANCO COLPATRIA SUCURSAL D/DAS	3322426
PEREIRA	PINARES MEDICA	3440102
DOSQUEBRADAS	PRODUCTOS LA NIÑA	3226631
PEREIRA	CREM HELADO	3357678
PEREIRA	LOS OLIVOS	3361939
PEREIRA	LA OFRENDA	3294060
PEREIRA	MOTEL CASABLANCA	3213745
PEREIRA	BUCANERO	3304222
PEREIRA	ALMACEN CASA RENAULT	3361016
PEREIRA	INDUSTRIAS CAMPEON	3312256
PEREIRA	PIOLA	3252917
DOSQUEBRADAS	ARTURO CALLE	3164290
PEREIRA	SUPER INTER	3231453
PEREIRA	MOVITIENDA	3332224
PEREIRA	COORDINADORA	3370440
PEREIRA	ARQUITECTURA LA MONTAÑA	3347992
PEREIRA	BOLIVAR PLAZA	3340922
PEREIRA	PEREIRA PLAZA	3251585
PEREIRA	CORALPA	3294747
PEREIRA	OSPIMUEBLES	3331055
PEREIRA	ESTACION DE SERVICIO DEL CAFÉ	3221056
PEREIRA	ALMACEN PARIS CONSTRUCTOR	3339426
PEREIRA	PROTECCION	3350212
PEREIRA	GRUPOS ATLAS	3367800