

Plan de Negocios para una Empresa de Organización de Eventos Sociales y Empresariales en el
Oriente Antioqueño

ALEJANDRA ESCOBAR PUERTA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RIONEGRO – ANTIOQUIA

2021

Plan de Negocios para una Empresa de Organización de Eventos Sociales y Empresariales en el
Oriente Antioqueño

ALEJANDRA ESCOBAR PUERTA

Trabajo de grado para optar al título de:

Administrador (a) de Empresas

Asesor

Bernardo Andrés Patiño Valencia

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RIONEGRO – ANTIOQUIA

2021

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Rionegro – Antioquia, enero de 2021

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, a todas las personas que han participado en el desarrollo de mi carrera profesional, tanto a mi familia, como a todo el equipo docente, que me ha permitido adquirir el conocimiento necesario en temas Administrativos, para crear este plan de negocio.

Gracias, a la Universidad Católica de Oriente, por estar comprometidos con la educación de los jóvenes de la región.

A Dios, por darme la fuerza y la salud, a mi familia, por el apoyo económico y moral, y a los docentes, por compartir su conocimiento; Dios les bendiga.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|----|
| LISTA DE TABLAS | 6 |
| LISTA DE FIGURAS | 7 |
| LISTA DE ANEXOS..... | 7 |
| 1. RESUMEN EJECUTIVO | 8 |
| 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO | 8 |
| 3. SISTEMA DE NEGOCIO | 12 |
| 3.1. Misión | 13 |
| 3.2. Visión | 13 |
| 3.3. Valores | 14 |
| 4. LIENZO CANVAS DE LA EMPRESA LOGISTICA Y EVENTOS S.A.S | 15 |
| 4.1. Aspectos constitucionales | 18 |
| 4.2. Aspectos Legales | 19 |
| 4.3. Descripción De Cargos | 21 |
| 5. PLAN DE MERCADEO | 24 |
| 5.1. Análisis de la competencia..... | 28 |
| 5.2. Banquetes..... | 29 |
| 5.3. Decoración y floristerías | 30 |
| 5.4. Estrategia de producto o servicio..... | 45 |
| 5.5. Estrategias comerciales | 47 |
| ➤ En la etapa de introducción al mercado Logística y Eventos S.A.S. | 47 |
| ➤ En la etapa de crecimiento Logística y Eventos S.A.S. | 47 |
| ➤ En la etapa de madurez Logística y Eventos S.A.S. | 48 |
| ➤ En la etapa de declinación de las ventas Logística y Eventos S.A.S. | 49 |
| 6. ANALISIS DE RIESGO..... | 50 |
| 6.1. Mal servicio al cliente | 50 |
| 6.2. Incumplimiento por parte de proveedores | 51 |
| 6.3. Baja calidad en los productos y servicios | 51 |
| 7. PLAN DE IMPLEMENTACION | 54 |

| | | |
|------|----------------------------|----|
| 8. | PLAN FINANCIERO | 56 |
| 9. | ENTIDADES DE APOYO | 63 |
| 9.1. | Corporación Ventures | 63 |
| 9.2. | Fondo Emprender..... | 63 |
| 9.3. | Cámaras de Comercio | 63 |
| 10. | CONCLUSIONES | 64 |
| 11. | RECOMENDACIONES | 65 |
| 12. | REFERENCIAS | 66 |
| 13. | ANEXOS | 68 |

LISTA DE TABLAS

| | | |
|-----------|---|----|
| Tabla 1. | Tabla de servicios | 9 |
| Tabla 2. | Sistema de negocio Logística y Eventos S.A.S | 12 |
| Tabla 3. | Lienzo Canvas Logística y Eventos S.A.S..... | 15 |
| Tabla 4. | Beneficios de la empresa | 19 |
| Tabla 5. | Requisitos para constituir una S.A.S en Colombia | 20 |
| Tabla 6. | Descripción cargo. Administrador | 21 |
| Tabla 7. | Descripción del cargo. Jefe de mercadeo..... | 22 |
| Tabla 8. | Descripción del cargo. Transportista | 23 |
| Tabla 9. | Clasificación de afiliados por organización..... | 24 |
| Tabla 10. | Clasificación de afiliados por ubicación geográfica | 25 |
| Tabla 11. | Actividades económicas empresariales en el Oriente Antioqueño | 25 |
| Tabla 12. | Segmentación de clientes..... | 28 |
| Tabla 13. | Competidores de la empresa | 28 |
| Tabla 14. | Listado de empresas de banquetes del Oriente antioqueño..... | 29 |
| Tabla 15. | Lista de empresas de arreglos florales y decoración de eventos sociales y empresariales en el oriente antioqueño..... | 30 |
| Tabla 16. | Empresas de Catering del oriente antioqueño..... | 31 |
| Tabla 17. | Salones de reuniones y eventos en el Oriente Antioqueño | 31 |
| Tabla 18. | Estudio de mercado..... | 32 |
| Tabla 19. | Ficha técnica de la encuesta..... | 32 |
| Tabla 20. | Número de respuestas pregunta 1 | 33 |
| Tabla 21. | Número de respuestas pregunta 2 | 34 |
| Tabla 22. | Número de respuestas pregunta 3 | 35 |
| Tabla 23. | Numero de respuestas pregunta 4 | 36 |
| Tabla 24. | Número de respuestas pregunta 5 | 37 |
| Tabla 25. | Número de respuestas pregunta 6 | 38 |

| | |
|---|----|
| Tabla 26. Numero de respuestas pregunta 6.1. | 39 |
| Tabla 27. Número de respuestas pregunta 7 | 40 |
| Tabla 28. Número de respuestas pregunta 8 | 41 |
| Tabla 29. Número de respuestas pregunta 9 | 42 |
| Tabla 30. Numero de respuestas pregunta 10 | 43 |
| Tabla 31. Número de respuestas pregunta 11 | 44 |
| Tabla 32. Número de respuestas pregunta 12 | 44 |
| Tabla 33. Clasificación del riesgo..... | 52 |
| Tabla 34. Plan de implementación..... | 55 |
| Tabla 35. Muebles y enseres de administración | 56 |
| Tabla 36. Suministros de oficina..... | 56 |
| Tabla 37. Mano de obra operativa | 57 |
| Tabla 38. Gastos de funcionamiento..... | 57 |
| Tabla 39. Adecuaciones locativas..... | 57 |
| Tabla 40. Parámetros financieros..... | 58 |
| Tabla 41. Proyecciones financieras a cinco años | 59 |
| Tabla 42 Balance General | 60 |
| Tabla 43. Estado de resultados..... | 61 |
| Tabla 44. flujo de caja..... | 61 |
| Tabla 45. Criterios de decisión del proyecto..... | 62 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Imagen corporativa de la empresa Logística y Eventos S.A.S..... | 18 |
| Figura 2. Organigrama de la empresa Logística y eventos S.A.S..... | 21 |
| Figura 3. Porcentajes de participación por sectores económicos..... | 27 |

LISTA DE ANEXOS

| | |
|---|----|
| Anexo 1. Cuestionario estructurado..... | 68 |
|---|----|

1. RESUMEN EJECUTIVO

Logística y Eventos S.A.S. es una línea de negocio en torno a la realización de eventos empresariales y sociales. Para dicha labor ofrece servicios de logística en general, antes, durante y después del evento, alimentación, decoración en todas las temáticas y arreglos florales, mantelería, silletería, cristalería, licores, música, iluminación, filmación entre otros.

La diferenciación de este modelo de negocio con los existentes del mercado, se enmarca en que, la prestación de todos los servicios, se realiza mediante el outsourcing, definiendo aliados estratégicos en el oriente antioqueño. El valor agregado que ofrece la empresa de Logística y Eventos S.A.S., es poder brindar al cliente todos los servicios necesarios para sus eventos de una forma personalizada y completa de acuerdo a su presupuesto y a sus necesidades, procurando así, disminuir los costos, sin perder la calidad del servicio. Asegurando siempre brindar una asesoría completa desde antes de la contratación del servicio, y generar así, una empatía con el cliente, para poder identificar de forma clara y oportuna, que es lo que él necesita y requiere para su evento. Para esto se han identificado empresas representativas del oriente antioqueño que apoyan los servicios que Logística y Eventos S.A.S ofrecerá mediante un portafolio de servicios, dichas empresas serán aliados clave para el desarrollo de los eventos sociales y empresariales, no solo minimizando costos de mantenimiento, sostenimiento y logística sino también generando empleo en la región.

Para el funcionamiento de la unidad de negocio se requieren solo tres cargos estratégicos un Administrador del negocio el cual cumple con diversas funciones en la empresa, un jefe de mercadeo y un conductor con conocimiento en logística. Estos tres profesionales serán encargados de llevar a cabo las labores de la empresa.

Los requerimientos financieros para desarrollar esta propuesta son de \$24.802.000 una suma baja teniendo en cuenta en modelo de negocio, el cual ofrecerá un servicio completo sin inversiones significativas y un mínimo riesgo financiero.

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Logística y Eventos S.A.S, es una propuesta de negocio en torno a la realización de eventos sociales y empresariales. Este servicio consiste en ofrecer a los clientes soluciones

eficientes para organizar eventos de alta calidad por medio de una negociación outsourcing¹ con un modelo de negocio innovador mediante la subcontratación de eventos familiares, sociales y empresariales, de una forma personalizada e integral, donde se brindará la mejor asesoría desde antes de la contratación, de acuerdo a las necesidades, gustos y presupuesto del cliente, tratando de disminuir los costos, sin que esto afecte la calidad del servicio prestado,

La empresa se encargará de suplir todo lo que un gran evento requiera, desde los espacios, banquetes, meseros, decoración, hasta comidas, transporte recreación, animación y sonido. Con el objetivo de suplir las necesidades del mercado, Logística y Eventos S.A.S, contará con una base de empresas las cuales brindan estos servicios en el mercado. Logística y eventos S.A.S. contará con un completo equipo de mercadeo el cual se encargará de ofertar los servicios de la empresa en el oriente antioqueño.

Con logística y eventos S.A.S, se pueden obtener los siguientes servicios:

Tabla 1. Tabla de servicios

| Servicios que ofrece logística y eventos S.A.S | Alcance |
|---|--|
| Logística | Organización antes, durante y después del evento. (meseros, músicos, decoradores, recreacionitas, maestros de ceremonia) |
| Asesoría | Presentando una serie de opciones para el desarrollo de cada evento, que se adapte al presupuesto del cliente. |
| Decoración | De acuerdo a la temática que el cliente requiera y al evento |
| Mantelería, cristalería, silletería | Todo lo que se requiera en montaje para llevar a cabo el evento |
| Licores | Variedad de licores nacionales, e internacionales, además de una amplia gama de coctelería |
| Música, sonido, iluminación | Contratación de grupos musicales, miniteca, sonido en general para todo tipo de eventos. |
| Fotografía y filmación | Una amplia oferta de empresas de la región con su portafolio de servicios. |
| Contratación y supervisión de servicio de | Una amplia gama de menajes para realizar |

¹ Es una 'subcontratación', 'externalización' o 'tercerización'. En el mundo empresarial, designa el proceso en el cual una organización contrata a otras empresas externas para que se hagan cargo de parte de su actividad o producción

catering para el bufet

todo tipo de fiestas y eventos.

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1. Modelo de negocio empresa Logística y eventos S.A.S



Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la figura anterior, el modelo de negocio de la empresa Logística y Eventos S.A.S, es mayorista/minorista, Este modelo de negocio comercia con productos y servicios de varios fabricantes o empresas, utilizando las economías de escala de distribución y logística para ofrecer esos productos y servicios a los clientes. Por tal razón, este modelo abarca 3 funciones principales, la administración, el mercadeo y la logística, las cuales se fusionan para el fortalecimiento de cada una de las actividades.

Este modelo, como se plantea desde el inicio, es un modelo de subcontratación, ya que la empresa no posee más de 3 personas manejando la parte interna, debido a que realizará cada evento con planta y equipos de terceros, para dar funcionalidad al Outsourcing propuesto. Posee ventajas, como escasas barreras de entrada para el nicho mayorista, pues no requiere una gran inversión, solo una buena estrategia. Por lo anterior, la empresa debe poseer un amplio portafolio

de proveedores y planear cada evento con anticipación, para llevar a cabo con éxito, cada fiesta y evento pactado con los clientes.

3. SISTEMA DE NEGOCIO

El sistema de negocio de la empresa Logística y Eventos S.A.S., es una base a los procesos que abarca las actividades principales de la empresa, los cuales están respaldados por el sistema de información. En la siguiente tabla, se observa el proceso como la empresa opera, tanto de forma interna como externa.

Tabla 2. Sistema de Negocio Logística y Eventos S.A.S

| Logística Interna | Operaciones | Logística Externa | Mercadeo y Ventas | Servicio Posventa |
|--------------------------|--|---|---|----------------------------------|
| Sistema de servicios | Definir como se lleva a cabo cada servicio | Servicios según la necesidad del cliente | Promoción de servicios a nivel empresarial | Buzón PQRS |
| Selección de productos | Mediante Outsourcing con empresas seleccionadas de la región | Planificación de compras y recepción de pedidos | Publicidad | Llamadas telefónicas al cliente. |
| Pagos | Mediante contrataciones y eventos | Políticas de pago y créditos | Brochure | Agendar citas con las empresas |
| Selección de personal | Subcontratación | Bases de datos de empresas del sector eventos | Grandes eventos generación de empleo | Calificación del profesional |
| Alianzas estratégicas | Casas de eventos, banquetes, decoración, sonido y catering | Porcentajes y descuentos | Realización de un brochure para facilitar la negociación con los clientes potenciales | Calificación del servicio |
| Transporte | Adquirir un vehículo para la empresa | Transportar todo lo requerido para el desarrollo de los eventos | | |

Fuente: Elaboración propia

El sistema de negocio de la empresa Logística y Eventos S.A.S., está constituida por una logística interna, donde se incluyen el sistema de servicios, la selección de productos, los pagos, la selección de personal, las alianzas estratégicas y el transporte. Continúa con las operaciones, que hace referencia a la forma como se llevará a cabo cada servicio, la utilización del modelo de outsourcing, las contrataciones y eventos, la subcontratación, las alianzas con casas de eventos, y la adquisición de un vehículo para la empresa.

Por lado de la logística interna, se encuentran los servicios que el cliente necesite, la planificación de compras y recepción de pedidos, las políticas de pago y créditos, las bases de datos de las empresas del sector, los porcentajes y descuentos ofrecidos y el transporte de lo requerido para los eventos.

En cuanto a mercadeo y ventas, está la promoción de servicios empresariales, publicidad, brochure, los grandes eventos que generan empleo y un brochure que facilita la negociación. Por último, los servicios de posventa, que lo integran un buzón PQRS, las llamadas telefónicas al cliente, agendar citas con empresas y la calificación del personal y del servicio.

3.1. Misión

Ofrecer a nuestros clientes un servicio de organización y ejecución de eventos sociales y empresariales personalizado, adaptado a las necesidades requeridas, basado en el trabajo en equipo, mediante un sistema de contratación Outsourcing, en el cual se determina la eficiencia y la experiencia del sector para cumplir con las expectativas de cada cliente.

3.2. Visión

Para el año 2025, ser la empresa líder del sector en la creación de eventos sociales y empresariales en el Oriente Antioqueño, teniendo como eje fundamental la subcontratación a empresas que suplan las necesidades de cada evento, apuntando a la generación de empleo con un sistema de negocio innovador, de baja inversión y de alta calidad en cada uno de los servicios.

3.3. Valores

- Trabajo en equipo: Mediante la selección de empresas que ofrecen los servicios necesarios para desarrollar cada evento.
- Responsabilidad: Cumpliendo con cada servicio ofrecido y pactado con el cliente.
- Creatividad: Desarrollando propuestas nuevas y atractivas para los clientes.
- Innovación: Mejorando los servicios existentes en el mercado, para suplir todas las necesidades expuestas por el cliente.

4. LIENZO CANVAS DE LA EMPRESA LOGISTICA Y EVENTOS S.A.S

En el siguiente apartado se observa el modelo Canvas para la empresa Logística y Eventos S.A.S. Este se propone para definir el modelo de negocio empresarial, el cual permite identificar las debilidades y fortalezas de la empresa, definiendo la identidad de la marca, además de definir las principales estrategias para el desarrollo de la propuesta. (Prime, s.f.)

Tabla 3. Lienzo Canvas Logística y Eventos S.A.S.

| | | | | |
|---|--|---|---|--|
| <p>Aliados Clave Empresas de servicios de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Catering • Decoración • Logística • Grupos musicales • Animación • Sonido • Espacios como salones y espacios campestres • Iglesias • Floristerías • Empresarios del sector • Empresas de la región • Restaurantes • Centros comerciales • Hoteles • Clubs -Discotecas • Municipios | <p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llamadas al cliente • Visitas al cliente • Análisis de requerimientos • Propuesta de servicio • Subcontratación con aliados clave • Logística • Transporte | <p>Propuesta de Valor Suministrar de manera integral todos los servicios de eventos empresariales y sociales en el Oriente Antioqueño, con una inversión ajustada al presupuesto de los clientes, ya que se opera mediante un método de outsourcing, sin riesgos financieros para la empresa y donde la planeación de los servicios es la mayor ventaja competitiva.</p> | <p>Relación con el Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia personal y exclusiva • Adaptación a las necesidades de cada cliente • Generación de propuestas para eventos sociales y comerciales | <p>Segmentos de Clientes Sector empresarial del oriente antioqueño Microempresas Pequeñas empresas Medianas empresas Grandes empresas En todos los sectores</p> |
| | <p>Recursos Clave Recurso humano Administrador de empresas Jefe de mercadeo Transportista Recursos físicos Oficina para la administración de la empresa</p> | | <p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación directa con el cliente. • Página web • Oficina | |

| Estructura de Costes | Estructura de Ingresos |
|--|--|
| <p>El proyecto se desarrolló bajo un modelo de inversión baja de costos fijos, donde se cuenta con 3 empleados para el desarrollo de todas las actividades de la empresa, además del mantenimiento de una oficina para la ejecución comercial y el mantenimiento de un vehículo de transporte.</p> <p>Se estructura bajo la modalidad de costos variables, debido a que las compras e inversiones se dan a partir de los negocios existentes y las ventas de los servicios que ofrece la empresa</p> | <p>Venta de servicios mediante subcontratación de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logística en general, antes, durante y después del evento • Decoración en todas las temáticas y arreglos florales • Mantelería, silletería, cristalería • Licores • Música • Iluminación • Filmación • Contratación de grupos musicales a nivel local, departamental y nacional • Contratación y supervisión de servicio de catering para el bufet. |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se pueden observar las actividades claves de la empresa, en las cuales intervienen: los aliados claves de la empresa, como las empresas de catering, decoración, logística, grupos musicales, animación, sonido y espacios para realizar los eventos; las actividades clave, como las llamadas y visitas a los clientes, análisis de requerimientos, propuesta de servicio, subcontratación con los otros aliados, logística y transporte; propuesta de valor, que se refiere al suministro de servicios de eventos empresariales y sociales, con una mínima inversión, por medio del outsourcing, sin riesgos financieros; relación con el cliente, donde se incluye la asistencia personal y exclusiva, adaptarse a las necesidades de los clientes y la generación de propuestas para los eventos; segmentos de clientes, que están incluidos el sector empresarial, las MiPymes y grandes empresas, y todos los sectores; los recursos clave, donde se encuentran los humanos (administración, mercadeo y transporte) y los físicos (oficina); los canales (comunicación con el cliente, medios virtuales y de comunicación, y oficina); estructura de costos, que explica el modelo bajo el cual se realizó la inversión; y por último, la estructura de ingresos, donde se reseña los servicios ofrecidos, como logística, decoración, mantelería, licores, música, entre otros.

Se puede determinar, que lo más importante, es tener aliados estratégicos en la prestación de las actividades a desarrollar, por medio de un outsourcing, que permita ofrecer a los clientes unos servicios satisfactorios y de calidad, aumentando el valor y mejorando la relación con los clientes.

Figura 1. Imagen corporativa de la empresa Logística y Eventos S.A.S.



Fuente: Elaboración propia.

La imagen corporativa de la empresa Logística y eventos S.A.S, se basa en una pirámide multicolor, que pretende mostrar al mercado una empresa sólida, con buenas bases en su estructura. Los eslabones multicolor determinan los componentes de una empresa, que se sostiene firme en el mercado y se apoya de otras empresas para lograr el objetivo propuesto. Sin embargo, teniendo en cuenta la psicología de los colores, la base del logo es de color naranja y amarillo buscando reflejar innovación y positivismo, puesto que Logística y eventos S.A.S. ofrece un servicio integral, el cual busca principalmente cumplir las expectativas del cliente de manera creativa y completa. En la parte superior se finaliza con un color azul para reflejar el profesionalismo y seriedad con el cual se da cumplimiento al servicio pactado con los clientes. Es así, como Logística y Eventos S.A.S, opera de forma conjunta para lograr el éxito en sus servicios.

4.1. Aspectos constitucionales

Para la constitución de la empresa se realizará mediante una escritura privada y la razón social se denominará LOGÍSTICA Y EVENTOS S.A.S, inicialmente pretende incursionar en el municipio de Rionegro y expandir los servicios a diferentes municipios en el Oriente de Antioquia.

Para poner el negocio en marcha inicialmente se estudiará el espacio físico necesario para llevar a cabo esta propuesta, además de proveedores, plan inversiones y un estudio minucioso del mercado, que arroje datos cuantitativos y cualitativos para plasmas las estrategias necesarias de penetración de mercado, sostenimiento y adaptación del servicio en el municipio.

4.2. Aspectos Legales

Logística y Eventos, se constituirá como una S.A.S. Sociedad por Acciones simplificada, se escoge este tipo de sociedad puesto que puede ser constituida por una o varias personas y la responsabilidad de los accionistas es limitada según el monto de sus aportes.

Algunos beneficios de este tipo de sociedad son:

Tabla 4. Beneficios de la empresa

| Empresa S.A.S Sociedad por Acciones simplificada | Beneficios |
|---|--|
| Facilidades | En el momento de la constitución, debido a que esta puede ser creada mediante documento privado ahorrando a la empresa tiempo y dinero |
| Flexibilidad | En la creación de órganos sociales |
| Económico | Bajos costos en el registro |
| Legalidad | No en todos los casos debe contarse con Revisor Fiscal |
| Interno | No es obligatoria la creación de junta directiva |
| Globalización | Posibilidad de establecer diferentes tipos de acciones dependiendo de la inversión o calidad de los accionistas, teniendo en cuenta que las acciones de la S.A.S. no pueden ser negociadas en la bolsa |
| Cambios | Facilidad frente a las modificaciones, reformas o cualquier cambio que deba hacerse |
| Aportes | Responsabilidad limitada hasta el monto de sus aportes. |
| Reglamentación | Se pueden fijar las reglas de funcionamiento que tendrá el local, ejemplo, estatutos más flexibles. |

Fuente: Elaboración propia.

Según la Ley 1258 de 2008 los requisitos para constituir una S.A.S de conformidad con Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).

Tabla 5. Requisitos para constituir una S.A.S en Colombia

| Constitución de una empresa S.A.S Sociedad por Acciones simplificada | Requisitos |
|---|---|
| Nombre | Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, |
| Ubicación | El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución. |
| Tiempo | El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido. |
| Actividades | Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita |
| Capital | El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse. |
| Administración | La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal. |

Fuente: Elaboración propia.

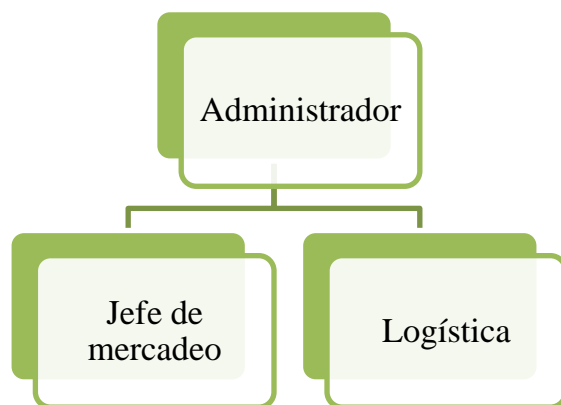
Equipo de trabajo

Con el objetivo de operar adecuadamente el modelo de negocio, es importante tener presente que, para el inicio de nuestra empresa, y de manera temporal, mientras crecemos en el mercado, sólo se requerirán 3 profesionales: 1 en el área administrativa, 1 para el área de mercadeo y otro profesional para logística, los cuales fusionarán sus conocimientos para el desarrollo de las actividades de la empresa; dado a que, nuestro modelo de negocio se realiza mediante el outsourcing.

Los cargos se definen de la siguiente forma:

- Administrador
- Jefe de mercadeo
- Jefe de logística

Figura 2. Organigrama de la empresa Logística y eventos S.A.S.



Fuente: Elaboración propia

4.3. Descripción De Cargos

Tabla 6. Descripción cargo. Administrador

| | | | |
|-------------------------------|----|-------------------------------------|---|
| ADMINISTRADOR | | | |
| NIVEL DEL CARGO | | Alto | |
| FINALIDAD DEL CARGO | | Dirección y gestión de la empresa | |
| TIENE PERSONAS A CARGO | SI | CANTIDAD DE PERSONAS A CARGO | 2 |
| FUNCIONES | | | |

| | | | |
|--|---|--------------------------------------|--------------|
| El administrador ejecuta planes a corto y a largo plazo en la empresa, es el encargado del direccionamiento y el diseño de estrategias de funcionamiento. | | | |
| Debe coordinar esfuerzos del negocio para lograr uno o un grupo de metas colectivamente. | | | |
| Velar por mantener activos todos los aliados estratégicos además de realizar ventas, negociaciones que cubran las necesidades de la empresa y la demanda del mercado en materia de eventos sociales y empresariales. | | | |
| OBJETIVOS GENERALES DE FORMACIÓN | | INFORMACIÓN SALARIAL AÑO 2018 | |
| EDUCACIÓN | Profesional en Administración de Empresas | TIPO DE SALARIO | BÁSICO |
| | | SALARIO BRUTO INTEGRAL | \$ 3.000.000 |
| UBICACIÓN | Rionegro | CANTIDAD EMPLEADOS | 1 |
| RIESGOS | MÍNIMO | TOTAL, POR CARGO | \$ 3.000.000 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Descripción del cargo. Jefe de mercadeo

| | | | |
|--|----------------------------------|---|--------------|
| JEFE DE MERCADEO | | | |
| NIVEL DEL CARGO | | Alto | |
| FINALIDAD DEL CARGO | | Ventas y relaciones comerciales de la empresa | |
| TIENE PERSONAS A CARGO | SI | CANTIDAD DE PERSONAS A CARGO | 0 |
| FUNCIONES | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Definir un plan estratégico de Marketing, acorde con los objetivos empresariales. • Establecer un modelo de evaluación en coordinación con la Gerencia, que permita conocer el avance y los resultados de las ventas. • Realizar análisis del sector de eventos que incluya Clientes, Proveedores, Competencia, Servicios Sustitutos y a los posibles ingresantes al mercado. • Realizar planes estratégicos de mercadeo, que permitan modificaciones y adaptaciones para operar en diferentes ambientes. • Analizar y determinar la Rentabilidad de los diferentes Servicios que presta y/o prestará la Empresa. • Analizar el Comportamiento de la Demanda de los diferentes servicios que presta la empresa. • Realizar la publicidad Web • Realizar el brochure de la empresa | | | |
| OBJETIVOS GENERALES DE FORMACIÓN | | INFORMACIÓN SALARIAL AÑO 2018 | |
| EDUCACIÓN | Profesional en Administración de | TIPO DE SALARIO | BÁSICO |
| | | SALARIO BRUTO | \$ 3.000.000 |

| | | | | |
|------------------|---|--|---------------------------|--------------|
| | Empresas, con conocimiento en mercadeo y ventas | | INTEGRAL | |
| UBICACIÓN | Rionegro | | CANTIDAD EMPLEADOS | 1 |
| RIESGOS | MÍNIMO | | TOTAL, POR CARGO | \$ 3.000.000 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Descripción del cargo. Transportista

| | | | | |
|---|----------------------|--------------------------------------|---------------|--|
| JEFE DE LOGÍSTICA | | | | |
| NIVEL DEL CARGO | | Alto | | |
| FINALIDAD DEL CARGO | | Transporte y logística | | |
| TIENE PERSONAS A CARGO | SI | CANTIDAD DE PERSONAS A CARGO | 0 | |
| FUNCIONES | | | | |
| OBJETIVOS GENERALES DE FORMACIÓN | | INFORMACIÓN SALARIAL AÑO 2018 | | |
| EDUCACIÓN | Técnico en logística | TIPO DE SALARIO | BASICO | |
| | | SALARIO BRUTO integral | \$ 1.500.000 | |
| UBICACIÓN | Rionegro | CANTIDAD EMPLEADOS | 1 | |
| RIESGOS | MÍNIMO | TOTAL, POR CARGO | \$ 1.500.000. | |

Fuente: Elaboración propia

5. PLAN DE MERCADEO

El mercado objetivo para la empresa Logística y Eventos S.A.S., está constituido por tres grupos de interés, los cuales son: grupos familiares, empresariales y sociales, ubicados en el Oriente Antioqueño, las cuales deseen desarrollar, desde un evento social, hasta un gran evento de celebración. Según el Informe de Gestión de la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño (2019), existen 39.301 micro, pequeñas y medianas empresas en el Oriente Antioqueño, las cuales son clientes potenciales para desarrollar las labores planteadas por la empresa. (Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, 2019)

Tabla 9. Clasificación de afiliados por organización

| Organización | Total por organización | % por organización jurídica |
|-------------------------|-------------------------------|------------------------------------|
| Persona Natural | 350 | 56% |
| Persona Jurídica | 279 | 44% |
| Total | 629 | 100% |

Fuente: Informe de gestión 2020, Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño

Tabla 10. Clasificación de afiliados por ubicación geográfica

| Municipio | Total por municipio | % por municipio |
|---------------------------|---------------------|-----------------|
| Rionegro | 279 | 44% |
| La Ceja | 128 | 20% |
| Guarne | 44 | 7% |
| Marinilla | 43 | 7% |
| Carmen de Viboral | 36 | 6% |
| El Retiro | 27 | 4% |
| Santuario | 17 | 3% |
| Sonsón | 15 | 2% |
| La Unión | 14 | 2% |
| San Vicente Ferrer | 8 | 1% |
| Guatapé | 6 | 1% |
| El Peñol | 4 | 1% |
| Cocorná | 3 | 0% |
| San Rafael | 2 | 0% |
| Abejorral | 1 | 0% |
| Nariño | 1 | 0% |
| Argelia | 1 | 0% |
| Total | 629 | 100% |

Fuente: Informe de gestión 2020, Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño

Del informe presentado por la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, la constitución empresarial aumentó con 629 nuevos afiliados, de los cuales, 350 son personas naturales y 279 personas jurídicas. Entre estos, el municipio con mayor número de nuevos afiliados, es Rionegro con 279, seguido por La Ceja (128), Guarne (44), Marinilla (43) y El Carmen de Viboral (36).

Tabla 11. Actividades económicas empresariales en el Oriente Antioqueño

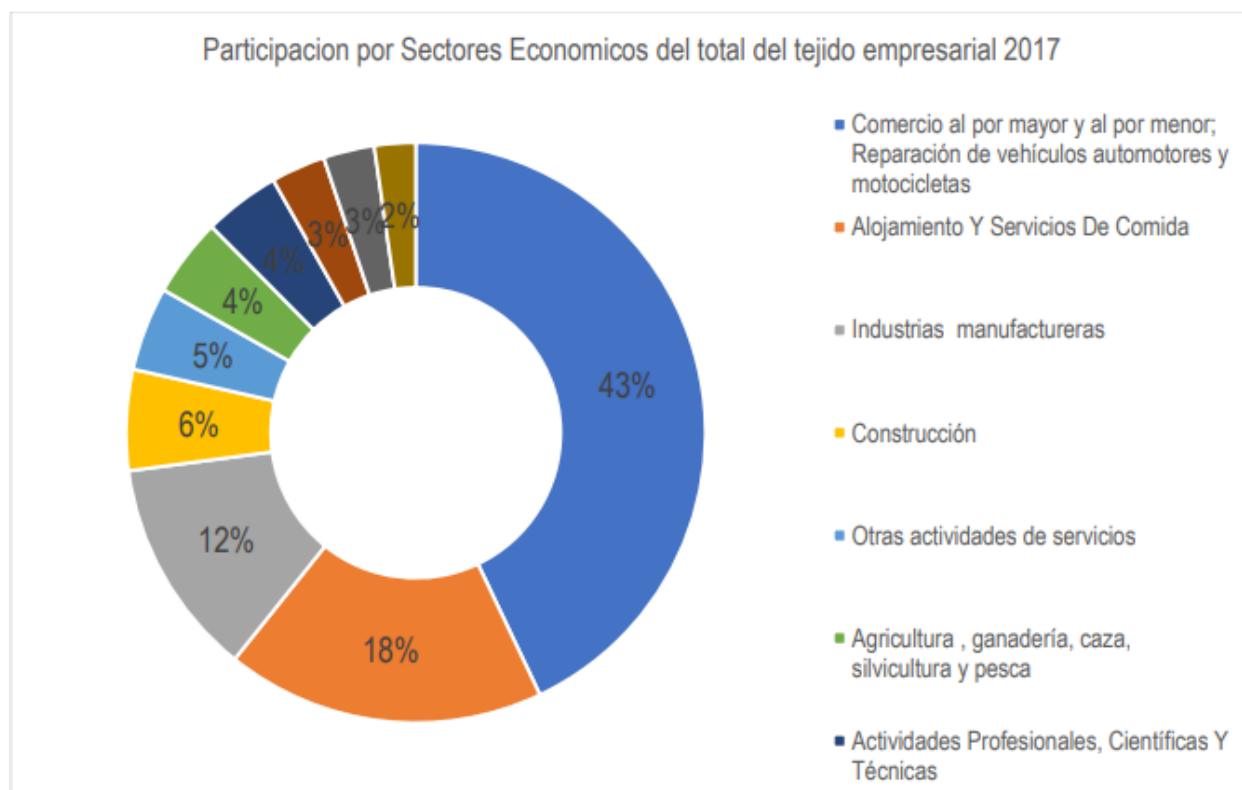
| Actividad | | Micro empresa | Pequeña empresa | Mediana empresa | Gran empresa | TOTAL | % |
|-----------|---|---------------|-----------------|-----------------|--------------|-------|-----|
| A | Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca | 584 | 101 | 30 | 8 | 723 | 4% |
| B | Explotación de minas y canteras | 21 | 8 | 1 | 0 | 30 | 0% |
| C | Industrias manufactureras | 1.818 | 116 | 51 | 24 | 2.009 | 11% |

| | | | | | | | |
|----------------------------------|---|---------------|------------|------------|-----------|---------------|-------------|
| D | Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado | 5 | 1 | 1 | 0 | 7 | 0% |
| E | Distribución de agua; evacuación y Tratamiento de aguas residuales, gestión de Desechos y actividades de saneamiento ambiental | 64 | 4 | 3 | 1 | 72 | 0% |
| F | Construcción | 799 | 103 | 23 | 4 | 929 | 5% |
| G | Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas | 6.869 | 195 | 32 | 6 | 7.102 | 40% |
| H | Transporte y almacenamiento | 403 | 57 | 8 | 3 | 471 | 3% |
| I | Alojamiento Y Servicios De Comida | 2.919 | 23 | 1 | 1 | 2.944 | 17% |
| J | Información y comunicaciones | 286 | 10 | 3 | 1 | 300 | 2% |
| K | Actividades financieras y de seguros | 89 | 8 | 14 | 5 | 116 | 1% |
| L | Actividades inmobiliarias | 273 | 59 | 40 | 8 | 380 | 2% |
| M | Actividades Profesionales, Científicas Y Técnicas | 586 | 66 | 44 | 7 | 703 | 4% |
| N | Actividades de servicios, Administrativos y de apoyo | 433 | 37 | 27 | 5 | 502 | 3% |
| O | Administración pública y defensa; planes de Seguridad social de afiliación obligatoria | 8 | 1 | 0 | 0 | 9 | 0% |
| P | Educación | 127 | 3 | 2 | 0 | 132 | 1% |
| Q | Actividades de atención de la salud Humana y de asistencia social | 149 | 14 | 0 | 3 | 166 | 1% |
| R | Actividades artísticas, de Entretenimiento y recreación | 237 | 2 | 1 | 0 | 240 | 1% |
| S | Otras actividades de servicios | 768 | 5 | 0 | 0 | 773 | 4% |
| TOTAL, ORIENTE ANTIOQUEÑO | | 16.438 | 813 | 281 | 76 | 17.608 | 100% |

Fuente: Informe de gestión 2019, Cámara de Comercio del oriente antioqueño

En la tabla 10, se aprecia la estructura empresarial por actividades comerciales, de donde se mantiene que, para el periodo de análisis, el “Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas”, “alojamiento”, “manufactureras”, “Otras actividades de servicios” y “construcción”, componen el 95% del total de las actividades comerciales, destacándose “Comercio al por mayor y al por menor” con el 41,6%. (Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, 2020).

Figura 3. Porcentajes de participación por sectores económicos



Fuente: Informe de gestión 2017, Cámara de Comercio del oriente antioqueño

La empresa Logística y Eventos S.A.S, abarca gran parte del mercado, debido a la funcionalidad de los servicios que ofrece y a la adaptación que puede tener la empresa en el mercado actual. Si bien la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño (CCOA), expone la participación de los sectores económicos, para generar grupos de interés por el servicio que se ofrece.

La empresa Logística y Eventos S.A.S, se presenta como una empresa funcional y adaptable como forma de innovación empresarial, es decir, puede cubrir un sinnúmero de servicios, ya sean contratados, juntos o separados, desde la organización de un lugar para un evento, hasta la planeación en cero de un servicio, demostrando la amplia participación que puede obtener en el mercado.

El objetivo de la segmentación de clientes para la empresa Logística y Eventos S.A.S, es el desarrollo de acciones de marketing, que permitan aumentar la retención de clientes, ventas

cruzadas y referencias. El segmento ideal tiene unas características definidas, en cuanto a comportamiento y perfil demográfico

Inicialmente, la empresa puede definir el segmento clientes y los grupos de interés como se expresa en la siguiente tabla:

Tabla 12. Segmentación de clientes

| Segmento de clientes | Quienes intervienen | Descripción |
|-----------------------------|---|--|
| Familiares | Personas independientes | En los cuales se presentan celebraciones como, matrimonios, primeras comuniones, cumpleaños, aniversarios |
| Sociales | Colegios, escuelas, universidades, guarderías | En los cuales se presentan celebraciones como: graduaciones, seminarios, eventos educativos |
| Corporativos | Empresas micro, pequeñas, medianas y grandes | En los cuales se presentan celebraciones como: conferencias, congresos, introducción de nuevos productos o tendencias. |

Fuente: Elaboración propia.

5.1. Análisis de la competencia

Para la empresa Logística y Eventos S.A.S, existen en el Oriente Antioqueño diferentes tipos de competidores, los cuales suplen en el mercado los servicios necesarios para la realización de eventos y fiestas, tanto sociales como empresariales. Dado lo anterior, la empresa Logística y Eventos, ha diseñado un sistema de negocio, el cual marque la diferenciación entre los que se encuentran actualmente en el mercado, permitiendo por medio del Outsourcing, “subcontratación”, el desarrollo de grandes eventos sociales y empresariales en la región, con la menor inversión y la posibilidad de generar empleo a terceros.

Los competidores para la empresa son:

Tabla 13. Competidores de la empresa

| Empresa | Descripción | Servicio |
|-----------------------|----------------------------|---------------------------|
| Empresas de banquetes | Competidor directo, ofrece | Estas empresas se dedican |

| | | |
|---------------------------|---|---|
| | servicios y productos para el desarrollo de eventos | al alquiler de silletería, mesas, manteles y decoración para el desarrollo de fiestas y eventos |
| Floristerías y decoración | Competidor directo | Suple la decoración floral en toda clase de eventos |
| Empresas de catering | Competidor directo | Servicio de comida colectiva para fiesta y eventos |
| Salones de reuniones | Competidor directo | Ofrecen espacios para desarrollar toda clase de eventos |
| Restaurantes campestres | Competidor directo | Servicio de comida colectiva para fiesta y eventos |

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior, se puede apreciar un listado de competidores directos, los cuales se especializan en ofrecer productos y servicios de alguna línea, que se requieren para desarrollar un evento, ya sea de carácter social o empresarial.

Es importante conocer los servicios que ofrece cada una de estas empresas y en qué sector económico se ubican, para entender a profundidad el modelo de negocio de esta nueva empresa y cómo se quiere diferenciar del mercado actual. Si bien la empresa Logística y Eventos S.A.S toma estos referentes como competencia directa, con un amplio portafolio de servicios y una visión empresarial estratégicamente planteada, pretende convertirlos en los principales aliados estratégicos para el desarrollo de las actividades.

Definiendo la competencia, se pueden definir también los aliados estratégicos para el desarrollo de las actividades de la empresa Logística y Eventos S.A.S. Para construir las siguientes tablas, donde se define la competencia específica para la empresa, se realiza un rastreo por medios virtuales, de páginas web y redes sociales, donde se da una información detallada de las empresas competidoras.

5.2. Banquetes

Tabla 14. Listado de empresas de banquetes del Oriente antioqueño

| Empresa | Municipio |
|----------------------------------|-------------------|
| Banquetes San Miguel Oriente | Rionegro |
| Casa de banquetes Rionegro | Rionegro |
| Banquetes oriente | Rionegro |
| Banquetes la porteña | Rionegro |
| Banquetes oriente Ltda. | Rionegro |
| Banquetes años dorados | Marinilla |
| Recepciones Marinilla | Marinilla |
| Banquetes Almar | Marinilla |
| Empresas de Catering y banquetes | La Ceja |
| Banquetes super fiestas | La Ceja |
| Banquetes candilejas | La Ceja |
| Arte y banquetes Carmen Sofía | Carmen de Viboral |
| Casa Tejada eventos | El Retiro |

Fuente: Elaboración propia a partir de medios virtuales.

Como se observa en la tabla 13, ubicadas en los municipios de La Ceja, El Carmen de Viboral, Marinilla, Rionegro y El Retiro, la lista de las empresas de banquetes del oriente antioqueño, fue seleccionada por ser competidoras, debido a que presentan en su organización e insumos, alta calidad y cada uno de sus productos y servicios, si bien existen otras empresas competidoras en el oriente, la empresa Logística y Eventos S.A.S, pretende que sean aliados estratégicos, mediante el outsourcing- subcontratación.

5.3. Decoración y floristerías

Las siguientes empresas ofrecen en el oriente el servicio de decoración de eventos sociales y empresariales.

Tabla 15. Lista de empresas de arreglos florales y decoración de eventos sociales y empresariales en el oriente antioqueño

| | |
|------------------------------|--------------------|
| Floristería Ibiza | Rionegro – La Ceja |
| Floristería pétalos | Rionegro |
| Floristería JC | Rionegro |
| Floristería Jardín Americano | Rionegro |
| Floristería toda la flor | Marinilla |
| Floristería hojas blancas | El Carmen |
| Floristería la orquídea | El Santuario |
| Floristería pétalos y moda | El Santuario |

Fuente: Elaboración propia a partir de medios virtuales, como el sitio web páginas amarillas, y por medio, de bases de datos encontrados en Cámara y Comercio Oriente Antioqueño.

Tabla 16. Empresas de Catering del oriente antioqueño

| Empresa | Municipio |
|------------------------------|-----------------------------|
| Banquetes San Miguel oriente | Rionegro - Medellín |
| Soy chef S.A.S | Rionegro – Medellín 6 sedes |
| Portobello Venue Park | Oriente- Medellín 1 sedes |
| Movich Las Lomas | Rionegro |
| Casa Toledo | Oriente |

Fuente: Elaboración propia a partir de medios virtuales.

En el listado anterior se observan diferentes empresas del Oriente antioqueño, las cuales ofrecen el servicio de catering, las cuales cuentan con varios años de experiencia en la organización de eventos y recepciones, brindándole a sus clientes un servicio de calidad, esto es importante para desarrollar futuras negociaciones para la empresa Logística y eventos S.A.S. en el proceso de la subcontratación.

Tabla 17. Salones de reuniones y eventos en el Oriente Antioqueño

| Empresa | Municipio |
|------------------------------|------------------|
| Zona E | Rionegro |
| Eventos san ángel | Rionegro |
| Eventos San Miguel | Rionegro |
| Casa de eventos san Felipe | Rionegro |
| La Esparta | Marinilla |
| Cielo casa finca | Marinilla |
| El portal de las flores | La Ceja |
| Hotel del parque | La Ceja |
| Eventos la serranía | La Ceja |
| Centro de eventos candilejas | La Ceja |

Fuente: Elaboración propia a partir de medio virtuales.

De acuerdo al mercado identificado, al cual van dirigidos los servicios de la empresa Logística y eventos S.A.S, se plantea un cuestionario estructurado, tipo encuesta con el fin de identificar la demanda de los servicios que ofrece la empresa para las empresas del oriente Antioqueño. Esta encuesta cuenta con 12 preguntas diseñadas abiertas, cerradas y de selección con el fin de facilitar la tabulación, gráficas y el análisis de las respuestas obtenidas en el estudio de mercado.

Los datos suministrados por la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño año 2020, suministraban un total de 15.657 micros, pequeñas y medianas empresas en la subregión. A partir de esta cifra, se realiza el siguiente estudio de mercado. La muestra se definirá mediante el muestreo probabilístico aleatorio simple; con una confiabilidad del 95% y un margen de error del 10%. La muestra así calculada arroja un total de 96 micro, pequeñas y medianas empresas a encuestar.

Tabla 18. Estudio de mercado

| | |
|-----------------------------|--------|
| Margen | 10% |
| Nivel de confianza | 95% |
| Población | 15.657 |
| Tamaño de la muestra | 96 |

Fuente: Elaboración propia

Imagen 1. Ecuación estadística para proporciones poblacionales

Ecuación Estadística para Proporciones poblacionales

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra

z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

Fuente: Asesoría Económica y Marketing

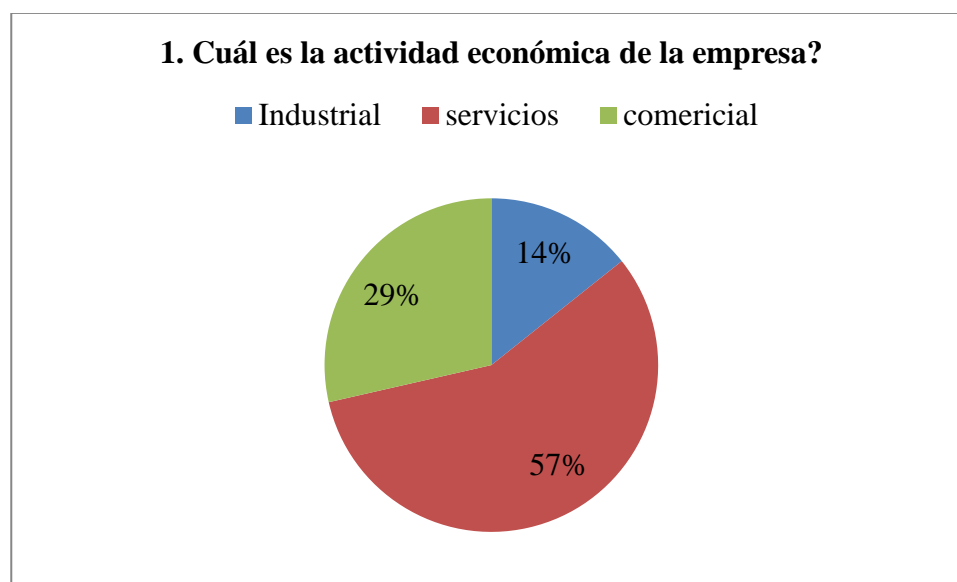
De acuerdo a la muestra realizada, se puede recolectar información de 70 empresas, las cuales participaron de forma voluntaria en el proceso de la investigación de mercados. El formulario de la encuesta se encuentra en el Anexo 1.

Tabla 19. Ficha técnica de la encuesta

| FICHA TÉCNICA ENCUESTA | |
|------------------------|---|
| OBJETIVO | |
| INFORMACIÓN GENERAL | |
| TIPO DE MUESTREO | Probabilístico - aleatorio simple |
| UNIDAD DE MUESTREO | Micro, pequeñas y medianas empresas del |

| | |
|---------------------------------|---|
| | Oriente Antioqueño |
| NIVEL DE CONFIANZA | 90,00% |
| ERROR MÁXIMO DE ESTIMACIÓN | 0,5% |
| TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS | Virtual y personal |
| TIPO DE PREGUNTAS | Cerradas, abiertas y de escala de selección |
| FECHA DE INICIO | Abril de 2018 |
| FECHA DE FINALIZACIÓN | Agosto |
| TOTAL, ENCUESTAS REALIZADAS | 70 |

Fuente: Elaboración propia



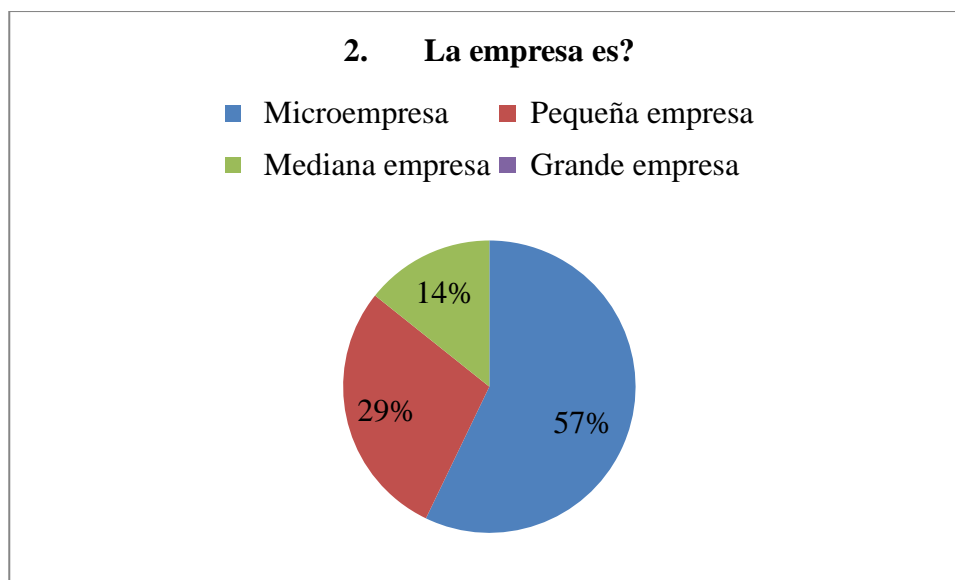
Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. Número de respuestas pregunta 1

| 1.Cuál es la actividad económica de la empresa | |
|---|----|
| Industrial | 10 |
| servicios | 40 |
| comercial | 20 |

Fuente: Elaboración propia

De las empresas encuestadas el 57% son empresas de servicios, mientras que el 29% son del sector comercial y el 14% del sector industrial. Es importante conocer la participación en el estudio de mercados por actividades económicas, donde se puede analizar la información que permita entrar a los diferentes mercados



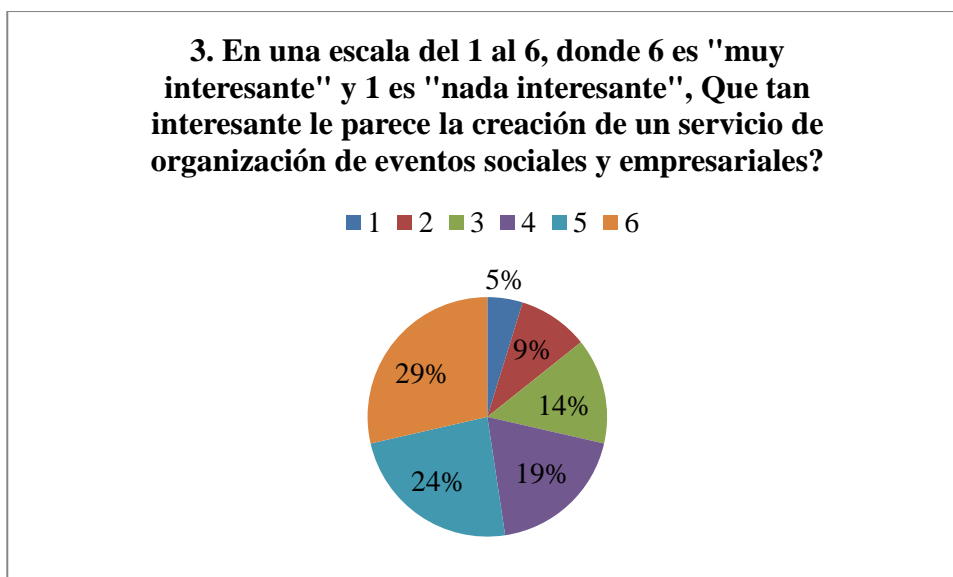
Fuente: Elaboración propia

Tabla 21. Número de respuestas pregunta 2

| 2. La empresa es: | |
|--------------------------|----|
| Microempresa | 40 |
| Pequeña empresa | 20 |
| Mediana empresa | 10 |
| Grande empresa | |

Fuente: Elaboración propia

De los encuestados el 57% son microempresas, el 29% son pequeñas empresas y el 14% son medianas empresas. Esta es la estructura empresarial del oriente, para el desarrollo de la propuesta de negocio es importante conocer cuál es la estructura empresarial para diseñar un brochure que se adapte a las necesidades de cada una de estas empresas, con base en los eventos que estas realizan.



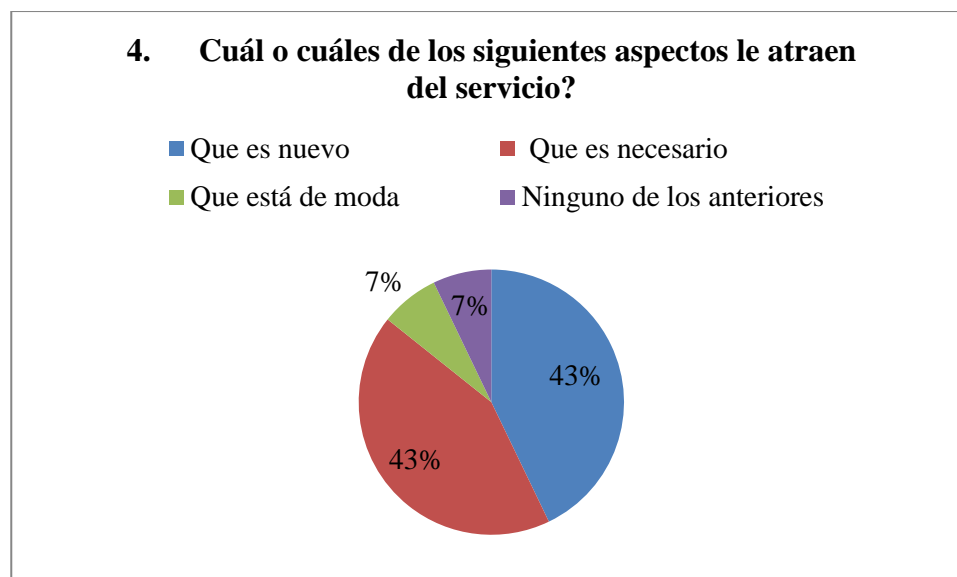
Fuente: Elaboración propia

Tabla 22. Número de respuestas pregunta 3

| | |
|--|----|
| 3. En una escala del 1 al 6, donde 6 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante", ¿Que tan interesante le parece la creación de un servicio de organización de eventos sociales y empresariales? | |
| 1 | |
| 2 | |
| 3 | 5 |
| 4 | 10 |
| 5 | 35 |
| 6 | 20 |

Fuente: Elaboración propia

De los encuestados la mayoría les parece interesante y muy interesante la creación de un servicio de organización de eventos sociales y empresariales



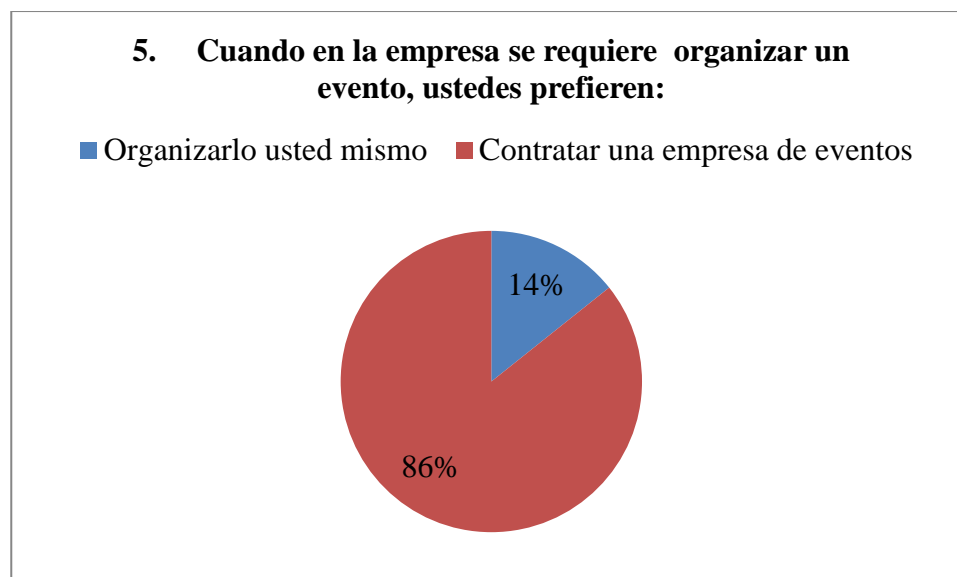
Fuente: Elaboración propia

Tabla 23 Numero de respuestas pregunta 4

| 4. Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen del servicio? | |
|--|----|
| Que es nuevo | 30 |
| Que es necesario | 30 |
| Que está de moda | 5 |
| Ninguno de los anteriores | 5 |
| Otro (por favor, especifique) | |

Fuente: Elaboración propia

Al 43% de los encuestados les atrae el servicio porque es nuevo, otro 43% piensa que este servicio es necesario, mientras que el 7% asegura que le atrae por moda y el 7% no le atrae ninguna de las respuestas propuestas en la investigación



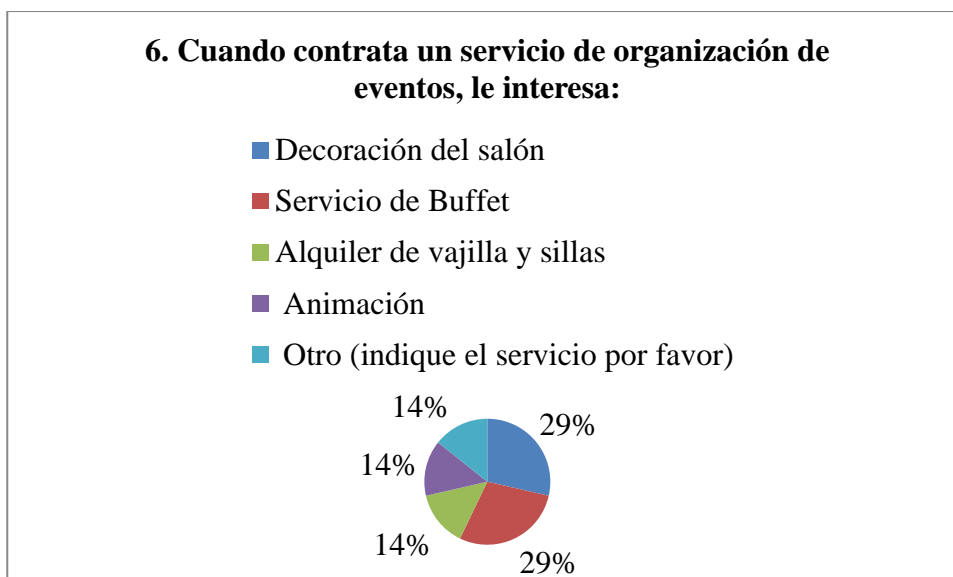
Fuente: Elaboración propia

Tabla 24. Número de respuestas pregunta 5

| 5. Cuando en la empresa se requiere organizar un evento, ustedes prefieren: | |
|--|----|
| Organizarlo usted mismo | 10 |
| Contratar una empresa de eventos | 60 |

Fuente: Elaboración propia

De las empresas encuestadas, el 86% prefiere contratar una empresa que le supla todas las necesidades del evento a realizar, mientras que un 14% asegura que les gusta organizarlo a ellos mismo. Esto es importante porque se denota una gran oportunidad para generar estrategias de introducción al mercado y de captación de clientes, tanto para la mayoría de empresas que prefieren contratar el servicio, como para las que prefieren realizarlo por ellos mismos y pueden contratar algunos servicios.



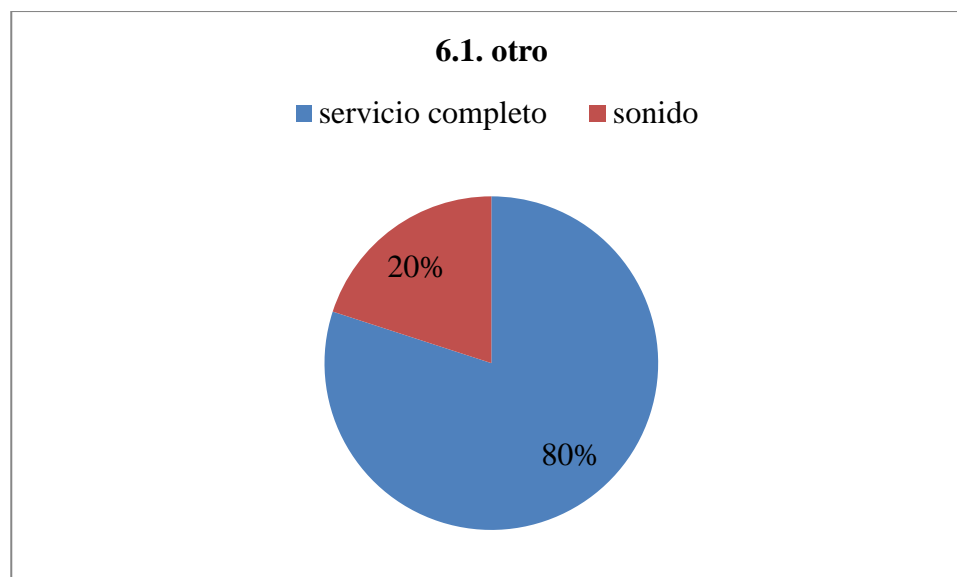
Fuente: Elaboración propia

Tabla 25. Número de respuestas pregunta 6

| 6. Cuando contrata un servicio de organización de eventos, le interesa: | |
|--|----|
| Decoración del salón | 20 |
| Servicio de Buffet | 20 |
| Alquiler de vajilla y sillas | 10 |
| Animación | 10 |
| Otro (indique el servicio por favor) | 10 |

Fuente: Elaboración propia

Para el 29% de los encuestados el servicio que contratan al momento de realizar un evento es la decoración del salón, otro 29% asegura que el servicio que contratan es el servicio de buffet. Para el 14% de los encuestados es el alquiler de vajillas y sillas, otro 14% afirma que es la animación.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 26. Numero de respuestas pregunta 6.1.

| 6.1. Otro | |
|-------------------|---|
| servicio completo | 8 |
| Sonido | 2 |

Fuente: Elaboración propia

De la pregunta anterior el 14% afirmo que era otro el servicio que se contrataba, el 80% asegura que les gusta contratar el servicio completo, mientras que el 20% contrata el sonido. Estas opiniones y porcentajes de contratación de servicios, es de gran importancia para la empresa para la empresa logística y eventos S.A.S. donde se puede conocer cómo se mueve el mercado de os servicios de banquetes, y cuáles son los servicios que las empresas del oriente antioqueño prefieren contratar a la hora de realizar sus eventos empresariales y sociales



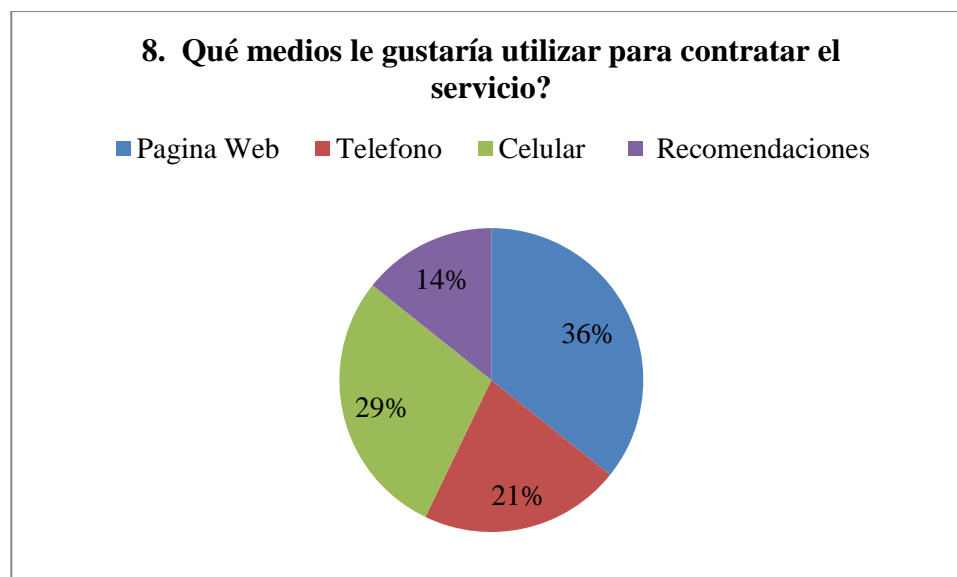
Fuente: Elaboración propia

Tabla 27. Número de respuestas pregunta 7

| 7. Cuándo organiza un evento social, usted prefiere: | |
|---|----|
| Decoración temática (un motivo específico) | 20 |
| Decoración tradicional (con flores y manteles) | 50 |

Fuente: Elaboración propia

De las empresas encuestadas, el 71% prefiere en la decoración de eventos una decoración tradicional, se le llama decoración tradicional a la que se utiliza sillettería, mantelería y centros de mesa de flores tradicionales, mientras que el 29% asegura que prefieren las decoraciones temáticas, estas decoraciones incluyen temas específicos como un país, un personaje, un cantante de moda, etc.



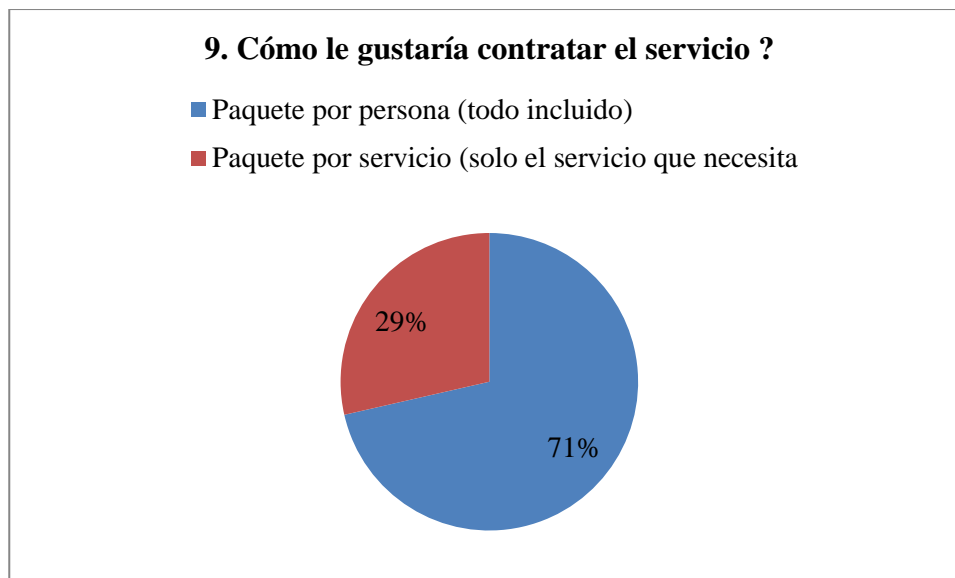
Fuente: Elaboración propia

Tabla 28. Número de respuestas pregunta 8

| 8. Qué medios le gustaría utilizar para contratar el servicio? | |
|---|----|
| Página Web | 25 |
| Teléfono | 15 |
| Celular | 20 |
| Recomendaciones | 10 |
| Otro (por favor, especifique) | |

Fuente: Elaboración propia

Para los encuestados es importante utilizar diferentes medios de contratación para los servicios de la empresa, el 36% de estos prefiere una página web, este medio es de gran importancia teniendo en cuenta que se puede observar más detalladamente cada uno de los servicios ofertados, las empresas aliadas, los eventos realizados entre otros. El 29% prefiere hacerlo telefónicamente, para la empresa es importante conocer esta necesidad, debido a que debe de tener un teléfono fijo para que se realicen contrataciones, se podría pensar en una pequeña oficina para ofertar el servicio, el 21% asegura que el servicio será contratado por medio del teléfono celular y el 14% que lo hará por medio de recomendaciones o terceros.



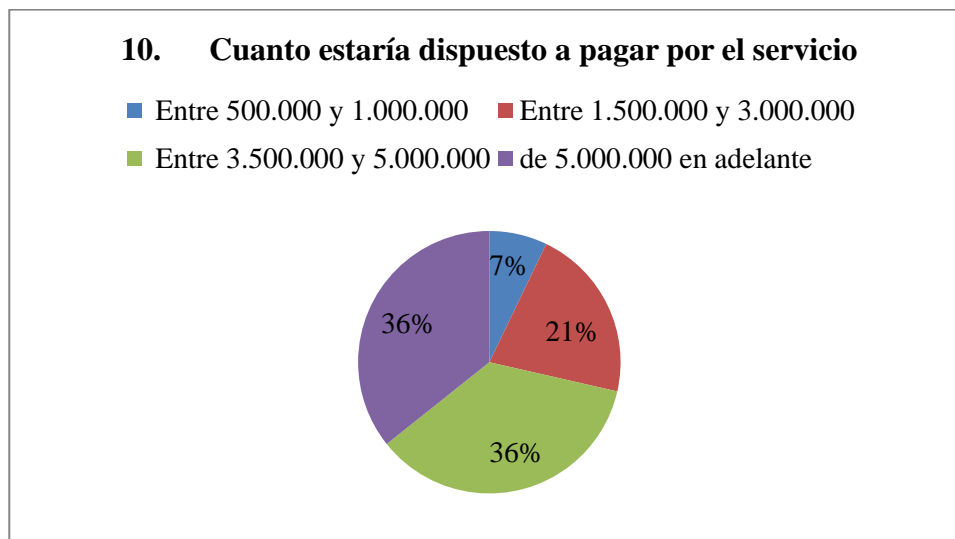
Fuente: Elaboración propia

Tabla 29. Número de respuestas pregunta 9

| 9. Cómo le gustaría contratar el servicio?: | |
|--|----|
| Paquete por persona (todo incluido) | 50 |
| Paquete por servicio (solo el servicio que necesita) | 20 |

Fuente: Elaboración propia

El 71% de las empresas encuestadas, afirma que prefiere contratar un paquete de servicios, donde todo es incluido, mientras que el 29% de estas dice que contrataría por servicio



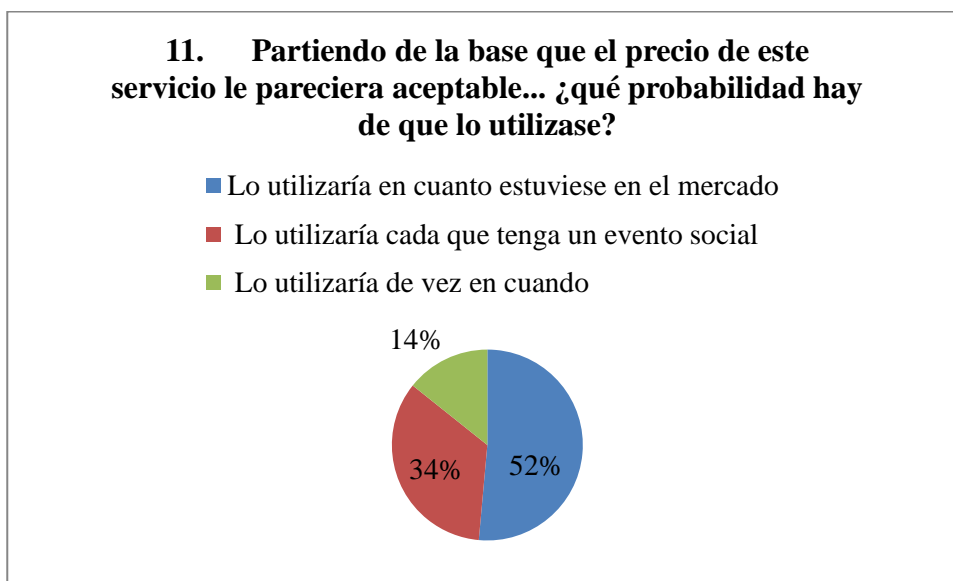
Fuente: Elaboración propia

Tabla 30. Numero de respuestas pregunta 10

| 10. Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio | |
|---|----|
| Entre 500.000 y 1.000.000 | 5 |
| Entre 1.500.000 y 3.000.000 | 15 |
| Entre 3.500.000 y 5.000.000 | 25 |
| de 5.000.000 en adelante | 25 |

Fuente: Elaboración propia

Haciendo referencia al costo de los servicios de la empresa Logística y Eventos S.A.S. el 7% de los encuestados, está dispuesto a pagar entre \$ 500.000 y \$1.000.000 por los servicios que ofrece la empresa, mientras que el 21% pagaría entre \$1.500.000 y \$3.000.000, para el 36% de estos estarían dispuestos a pagar entre \$ 3.500.000 y \$5.000.000. Otro 35% afirma que estaría dispuesto a pagar más de \$5.000.000 por los servicios de la empresa. Esta es una de las preguntas y respuestas más importante a la hora de crear un portafolio de servicios, debido a que permite realizar planes todo incluido de acuerdo al presupuesto del cliente.



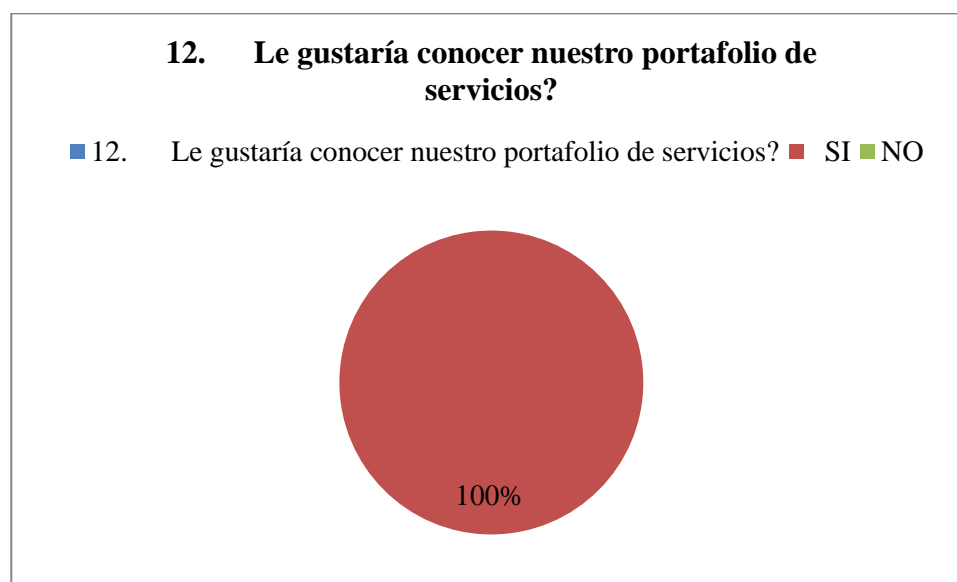
Fuente: Elaboración propia

Tabla 31. Número de respuestas pregunta 11

| 11. Partiendo de la base que el precio de este servicio le pareciera aceptable... ¿qué probabilidad hay de que lo utilizase? | |
|---|----|
| Lo utilizaría en cuanto estuviese en el mercado | 36 |
| Lo utilizaría cada que tenga un evento social | 24 |
| Lo utilizaría de vez en cuando | 10 |

Fuente: Elaboración propia

Los encuestados afirman en un 52% que utilizarían los servicios de la empresa cuando ésta esté en el mercado, el 34% dice que lo utilizaría cuando tenga un evento social, es importante debido a que no solo lo utilizarían en los eventos de las empresas, también en eventos sociales, otro 14% afirma que lo utilizaría de vez en cuando, con estas empresas se puede diseñar estrategias de ofertas en servicios separados, como silletería, solo decoración o alimentación.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 32. Número de respuestas pregunta 12

| 12. Le gustaría conocer nuestro portafolio de servicios? | |
|---|----|
| SI | 70 |
| NO | |

Fuente: Elaboración propia

De los encuestados, el 100% afirma que le gustaría conocer el portafolio de servicio de la empresa.

De acuerdo al estudio de mercado anterior, se definen las siguientes estrategias, las cuales ayudarán a posicionar la empresa y a cumplir con el objetivo del plan.

Es importante aclarar, que el factor de éxito del negocio está relacionado con la integración de diferentes servicios, los cuales se proveen mediante la calidad y la alianza con diferentes proveedores de la región.

El mercado actual de la realización de eventos, es un mercado creciente y en desarrollo, debido a la demanda presente en los tres grupos definidos, como lo son: los familiares, sociales y corporativos.

5.4. Estrategia de producto o servicio

La estrategia de producto o servicio comprende una integración de los diferentes servicios que apoyan el mercado de fiestas y banquetes en la actualidad. El valor agregado que ofrece la empresa de Logística y Eventos S.A.S., es poder brindar al cliente todos los servicios necesarios para sus eventos, de una forma personalizada y completa, de acuerdo a su presupuesto y a sus necesidades, procurando así, disminuir los costos sin perder la calidad del servicio. Brindando una asesoría completa desde antes de la contratación del servicio, y generar así una empatía con el cliente, para poder identificar de forma clara y oportuna que es lo que él necesita y requiere para su evento. Todos estos requisitos, los podemos suplir desde una sola empresa, que se encargará de la subcontratación desde otras empresas, ubicadas en la región.

Por tal motivo, la empresa de Logística y Eventos S.A.S., puede ofrecer un amplio portafolio de servicios al segmento de mercado definido, cubriendo eventos como matrimonios, primeras comuniones, cumpleaños, aniversarios, eventos educativos, conferencias, congresos e introducción de nuevos productos y tendencias, adaptándose al presupuesto y a las necesidades del segmento de clientes. Por esta razón, no se presenta un portafolio específico, porque las necesidades de cada cliente son diferentes.

En la estrategia de producto o servicio que ofrece la empresa Logística y Eventos S.A.S., son:

1. Los servicios que ofrece la empresa son:

- Logística en general, antes, durante y después del evento
 - Decoración en todas las temáticas y arreglos florales
 - Mantelería, silletería, cristalería
 - Licores
 - Música
 - Iluminación
 - Filmación
 - Contratación de grupos musicales a nivel local, departamental y nacional
 - Asesoramiento para la organización de eventos sociales
 - Selección de las mejores opciones para cada tipo de evento
 - Provisión de personal especializado como maestros de ceremonia y coordinadores de protocolo.
 - Contratación y supervisión de servicio de catering para el bufet.
2. Los servicios de la empresa Logística y Eventos S.A.S., se ofrecen a un mercado determinado, segmentado en familiares, sociales o corporativos, con el fin de satisfacer sus necesidades. Como estrategias de producto y servicio para el desarrollo de las actividades comerciales, se utilizará la diferenciación en los siguientes puntos:
- Para cada uno de los servicios se diseñará una carta de presentación donde se ofrece el servicio, de acuerdo al presupuesto, a la temática y a la cantidad de invitados.
 - Se tendrán mínimo 3 proveedores aliados por servicio, esto garantiza el buen desarrollo del servicio y el cubrimiento de uno o más eventos a la vez.
 - La empresa Logística y Eventos S.A.S será el encargado directo de la realización de cada evento, las empresas contratadas serán parte del desarrollo del evento.
 - La empresa Logística y Eventos S.A.S., será el responsable directo del éxito de cada evento, realizando una revisión del PQRS.
3. En el servicio de Catering, que es uno de los servicios más contratados por los clientes se definirán con los proveedores contratados menús novedosos, logrando así una satisfacción total en la elección del menú.
- Se definirán menús Tipo desayuno, almuerzo y cena, además de menú infantil de diferentes tipos con el fin de que el cliente pueda realizar una elección que lo satisfaga.
 - Se presentarán muestras y pruebas del menú antes del día del evento, para la aprobación del plato.
 - Se renovará el menú constantemente, ampliando la carta y renovando
 - Todos los alimentos restantes después de cada evento serán debidamente empaquetados y entregados al anfitrión del evento.

5.5. Estrategias comerciales

Las estrategias comerciales para la empresa Logística y Eventos S.A.S., son un conjunto de acciones, las cuales se realizan para alcanzar objetivos y dar a conocer los servicios y productos, además del sistema de negocio propuesto, con el fin de lograr una sostenibilidad en las ventas, construyendo, a lo largo del tiempo, una importante participación en el mercado.

Las siguientes estrategias comerciales, se definen en cuatro etapas. Cada una de estas, comprende una serie de acciones, con las cuales se prevé lograr el éxito del negocio. Estas etapas son: introducción al mercado, de crecimiento, de madurez y de declinación de las ventas. En los siguientes apartados se explica cada una de ellas.

- En la etapa de introducción al mercado Logística y Eventos S.A.S.
 - Estrategia intensiva de penetración en el mercado: se ofrecerán servicios y productos a través de campañas publicitarias, intentado abarcar el mercado empresarial inicialmente encuestado, con el fin de dar a conocer el portafolio de servicios de Logística y Eventos S.A.S
 - Estrategia promocional: Se coordinará con diferentes actividades del municipio, ferias de emprendimiento empresarial, fiestas municipales, eventos musicales y empresariales la realización de fuertes campañas promocionales, con el fin de que los clientes potenciales, conozcan nuestros servicios
 - Estrategia promocional de encuestas postventa: Con el fin de conocer la apreciación de los clientes sobre los servicios adquiridos con la empresa se realizarán encuestas telefónicas a clientes adquieran un servicio, con el fin de conocer la percepción que les quedo de la atención y el servicio prestado y así minimizar el riesgo de un mal servicio o la pérdida de clientes nuevos y potenciales.

- En la etapa de crecimiento Logística y Eventos S.A.S.

Con el objetivo de mantener informados a nuestros compradores acerca de nuestros productos y servicios se plantea implementar la siguiente estrategia:

- Estrategia promocional en línea: Por medio de la página web, se mostrará el portafolio de servicios que se ofrece, y cómo podemos ayudar y asesorar las necesidades de nuestros potenciales clientes; además, se va a mostrar experiencias de nuestros clientes, galería de fotos y se dejará el contacto telefónico y redes sociales, propias de la empresa. Para dar a conocer nuestra

página web, haremos publicidad en Google AdWords, buscando llegar a los potenciales clientes que proactivamente están buscando una empresa de organización de eventos en el Oriente Antioqueño, para esto se va a pagar por las llamadas de teléfono que se logren realizar por medio de esta publicidad. Haremos publicidad en Facebook, dado que esta red nos permite mostrar un anuncio de forma segmentada por ubicación geográfica, intereses, género, rango de edad entre otras; aquí debemos captar su atención, con un mensaje corto y conciso, que incentive a ver lo que ofrecemos, y además, para engancharlos, podemos dirigirlos a una página de aterrizaje que ofrezca un bono de descuento, detallar los servicios ofrecidos, que nos deje sus datos de contacto o que nos llame. Otras opciones, para dar a conocer nuestros servicios en redes sociales, será Twitter e Instagram, adicional a esto haremos publicidad radial en la región, volantes y vallas publicitarias, con el fin, de promocionar los servicios, formando relaciones comerciales con los clientes, brindando promociones, ofertando productos y servicios. Esto se hará en el momento de poner el negocio en marcha.

➤ En la etapa de madurez Logística y Eventos S.A.S.

En esta etapa en la cual la competencia se intensifica, por la posible aparición empresas similares a Logística y Eventos S.A.S. Define las siguientes estrategias de mantenimiento y sostenimiento en el mercado

- Estrategia promocional de encuestas post venta: esta estrategia es una de la cuales debe permanecer vigente, en esta etapa de madurez del negocio, no solo para medir y cuantificar la calidad del servicio obtenido, sino para realizar procesos de innovación en los servicios de la empresa, esto servirá para marcar constantemente la diferenciación con las empresas nuevas y la competencia actual.
- Estrategia promocional de incentivos por referencia de consumidores: Se iniciará dicha estrategia con el fin de aumentar la demanda de nuestros servicios para obtener una mayor cantidad de clientes. Estos incentivos pueden ser, descuentos por referidos, entre otros.

- En la etapa de declinación de las ventas Logística y Eventos S.A.S.

En esta etapa, en la cual, las ventas y las utilidades de los servicios actuales, pueden entrar en un estado de declinación, se considera que es importante implementar la siguiente estrategia intensiva:

- Estrategia intensiva de desarrollo de mercado: Cuando nuestros servicios hayan tenido una demanda alta de consumo en las zonas donde inicialmente fueron ofertados, en este caso en el sector empresarial del oriente antioqueño, es normal que la demanda pueda tener un descenso en ventas, por consiguiente, se puede planear la penetración a otros mercados u ofertar otros servicios complementarios.

6. ANALISIS DE RIESGO

El siguiente análisis de riesgos, se realiza con base al plan de negocios Ventures del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el cual permite evaluar los peligros potenciales y las posibles consecuencias, que interfieren en el proyecto. Al determinar la siguiente lista de riesgos, se tiene en cuenta el modelo de negocio de la empresa, el cual exige que los tres cargos que comprenden el sistema, interactúen correctamente para que no se conviertan en un riesgo que afecte su sostenibilidad. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2010)

Los principales riesgos que se contemplan que pueden impedir el desarrollo normal de la actividad son:

- Mal servicio al cliente
- Incumplimiento a proveedores
- Baja calidad en los productos y servicios

6.1. Mal servicio al cliente

Es una eventualidad catalogada como improbable, debido a que el cliente es la razón de ser de los negocios y servicios, es importante resaltar que la buena atención al cliente es uno de los principales requisitos que debe cumplir el personal de la empresa, por otra parte, la capacitación y formación en atención al cliente son prioridad en Logística y Eventos S.A.S.

En Logística y Eventos S.A.S. se cuenta con una ventaja competitiva, y esta es la reducción de personal encargado de negociar ante el cliente, los dos cargos administrativos tienen la tarea de conservar una relación estrecha con el cliente, además de ser los responsables directos de todo el proceso de negociación y cumplimiento con el cliente, nos tomaremos el tiempo necesario para contratar a las personas adecuadas de los servicios de banquetes, catering, animación, espacios, sonido, decoración entre otros. Las empresas prestadoras del servicio y los productos La gente deben de tener una aptitud para el servicio al cliente y encajar correctamente con la cultura organizacional de la empresa.

6.2. Incumplimiento por parte de proveedores

La Gestión de riesgos de proveedores es el proceso que Logística y Eventos S.A.S. Utiliza para entender los riesgos que existen y los riesgos que asumen debido a las relaciones comerciales con terceros. Esto es particularmente crítico para las empresas en lo que respecta al intercambio de datos y a la tercerización de funciones y procesamiento del negocio.

El uso de estos estándares o sus derivados ayuda a las empresas a entender el riesgo asociado con sus proveedores y después incorporar técnicas y medidas apropiadas para la mitigación del riesgo

Los servicios de gestión de riesgos de proveedores ayudan a la empresa a cuantificar, cualificar y gestionar la reputación, transacciones, regulaciones y otros riesgos asociados con la tercerización de operaciones, aplicaciones y servicios que no son la base del negocio, a terceros. Si bien la responsabilidad del rendimiento y la entrega pueden ser contratadas con un tercero, las empresas se benefician por realizar su debida diligencia para confirmar la implementación de los controles y procesos requeridos por sus negocios asociados.

El programa de gestión de riesgos de proveedores asegura que la información confidencial de la empresa se encuentra protegida en la medida necesaria para garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de dicha información

6.3. Baja calidad en los productos y servicios

La calidad es la condición que los productos y servicios de la Empresa cumplen con las características inherentes y las atribuidas por la información que se suministre sobre él desde lo interno al externo.

Es así, como se postula en un riesgo de tipo 1, remoto debido a la selección que realiza la empresa en materia de proveedores, la calidad en la empresa estará determinada por la conformidad de un bien o servicio con sus propiedades y atributos propios y por todo aquello que haya sido informado por el productor o proveedor respecto de sus condiciones o características además de definir claramente la garantía de los productos y servicios de la empresa Logística y Eventos S.A.S.

En la siguiente tabla, se puede apreciar la definición del riesgo, los efectos que este pueden causar a la empresa, además de la posible solución para mitigar este riesgo. La tabla también comprende una clasificación del riesgo, el cual puede ser bajo, medio o alto, al igual que la probabilidad, la cual puede ser remota, ocasional o nula, y la evaluación que se puede medir en alto, medio o bajo. Observar la tabla 31.

Tabla 33. Clasificación del riesgo

| Riesgo | Efectos | Posible solución | Impacto Clasificación | Probabilidad Clasificación | Evaluación Clasificación |
|---|---|---|----------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| Mal servicio al cliente | *Pérdida de clientes *Perdida del buen nombre | Medir la satisfacción del cliente, mediante encuestas post venta o buzón PQRS | Medio | Ocasional | Medio |
| Incumplimiento por parte de proveedores | *Pérdida de clientes *Perdida de futuras negociaciones | Controlar la elección de proveedores, por medio de un filtro de selección de proveedores y un listado de requisitos para la subcontratación. Tener varios proveedores de un mismo servicio | Critico | Remoto | Bajo |
| Baja calidad en los productos y servicios | Pérdida de clientes *Perdida del buen nombre | Realizar Outsourcing solo con proveedores de calidad, seleccionados con anterioridad. | Medio | Ocasional | Bajo |

Fuente: Elaboración propia.

Después de definir los tres riesgos a los cuales se expone el proyecto, sus efectos y la posible solución, se determina que el riesgo del mal servicio al cliente, tiene una ponderación media y se clasifica con una probabilidad ocasional, debido a que las estrategias comerciales

desarrolladas a lo largo del proyecto, prevén una excelente atención al cliente, en el cual se encuentra involucrado el área comercial, con funciones definidas.

En el riesgo de incumplimiento por parte de proveedores, la empresa establece un impacto crítico (peligroso), debido a que todos los servicios de la empresa se prestarán mediante outsourcing. Se realiza una ponderación remota, ya que la empresa Logística y Eventos S.A.S., realizará una planeación para la elección de proveedores, además de controlar la elección de los mismos con un listado de requisitos para la subcontratación.

Por último, el riesgo de la baja calidad en productos y servicios, puede traer un impacto medio para la empresa, con una probabilidad ocasional, el cual se controla realizando el proceso de outsourcing con proveedores de alta calidad, seleccionados minuciosamente.

7. PLAN DE IMPLEMENTACION

La puesta en marcha del negocio requiere de actividades administrativas que permitan el desarrollo de la operación, así como de las acciones comerciales diseñadas a través de las estrategias de introducción y posicionamiento en el mercado del oriente antioqueño. Las primeras de ellas se centran especialmente en las adquisiciones y en la contratación para potencializar los procesos, las cuales se planifican al comienzo.

Posteriormente, al identificar las actividades de operación y comercialización, estas suelen desarrollarse de manera simultánea. El cronograma correspondiente a la implementación se encuentra en la Tabla 24 de la página siguiente, en cuya primera columna se relacionan las diferentes actividades que deben ser realizadas para el funcionamiento y puesta en marcha de la unidad de negocio.

Para la definición de tales actividades se tiene en cuenta las necesidades pre operativas y que el negocio establece la adquisición de proveedores calificados. Se estiman 7 meses de arduo trabajo para la obtención de permisos, consecución de recursos, cumplimiento de estrategias comerciales antes del inicio de las operaciones y la subcontratación del personal del trabajo idóneo para la puesta en marcha del Logística y Eventos S.A.S. en el municipio de Rionegro.

Es importante tener en cuenta, que las fechas estipuladas se encuentran sujetas a cambios, en caso de presentarse alguna eventualidad, que obligue el aplazamiento de alguna de las actividades propuestas.

Tabla 34. Plan de implementación

| ACTIVIDADES | PERIODOS EN MESES | | | | | | |
|---|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | MES 1 MAY | MES 2 JUN | MES 3 JUL | MES 4 AGO | MES 5 SEP | MES 6 OCT | MES 7 NOV |
| Constitución Legal y Planeación Estratégica | x | x | | | | | |
| Consecución y Adaptación de la Planta de Operación | | | x | | | | |
| Gestión Financiera | x | | | | | | |
| Gestión del Apoyo de empresas Outsourcing | x | | | | | | |
| Gestión del Apoyo en Seguridad | | | | x | | | |
| Adquisición de Vehículo | | | | | | x | |
| Creación de un Brochure | | | x | | | | x |
| Creación Pagina Web | | | | x | | | |
| Creación del Plan Publicitario | | | | x | | | |
| Gestión del Apoyo Publicitario Local | | | | | x | | |
| Desarrollo del Plan Publicitario de Introducción | | | | | x | | |
| Desarrollo de estrategias de introducción al mercado | | | x | | | | |
| Generación del Gasto en Materias Primas | | | | x | | | |
| Inicio de Operaciones | | | | | | | x |
| Evaluación de Procesos | x | x | x | x | x | x | x |

Fuente: Elaboración propia.

8. PLAN FINANCIERO

El presente plan financiero se plantea inicialmente con la descripción de las necesidades y requerimientos para la puesta en marcha de la empresa, en la que se incluyen muebles y enseres, suministros de oficina, mano de obra, adecuaciones locativas y los costos fijos para la ejecución de la operación.

Por otra parte, se discrimina una proyección de ventas a 5 años de los servicios que ofrece la empresa, de acuerdo a las estrategias comerciales expuestas en el estudio de mercado del plan de negocio. Con esta se evalúa la rentabilidad del ejercicio.

Tabla 35. Muebles y enseres de administración

| MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACIÓN | | | |
|---|-----------------|--------------|---------------------|
| NOMBRE | CANTIDAD | VALOR | TOTAL |
| Escritorios Modulo Múltiple En L | 1 | \$ 1.500.000 | \$ 1.500.000 |
| Mesa De Reuniones | 1 | \$ 500.000 | \$ 500.000 |
| Sillas Ergonómicas | 2 | \$ 60.000 | \$ 120.000 |
| Sillas Auxiliares | 4 | \$ 45.000 | \$ 180.000 |
| Extintores | 1 | \$ 80.000 | \$ 80.000 |
| Teléfonos | 1 | \$ 100.000 | \$ 100.000 |
| Impresora | 1 | \$ 220.000 | \$ 220.000 |
| computadores | 2 | \$ 2.000.000 | \$ 4.000.000 |
| TOTAL, MUEBLES ENSERES | | | \$ 6.700.000 |

Fuente: Elaboración propia

La empresa Logística y eventos S.A.S requiere para el funcionamiento una oficina situada en el municipio de Rionegro para equipar dicha oficina se requiere un escritorio múltiple, una mesa de reuniones, donde se pueda negociar con clientes y proveedores, sillas, teléfono, impresora y dos computadores con un valor de **\$ 6.700.000**

Tabla 36. Suministros de oficina

| SUMINISTROS DE OFICINA | | | |
|---------------------------------|-----------------|--------------|----------------|
| NOMBRE DEL SUMINISTRO | CANTIDAD | VALOR | TOTAL |
| suministros de oficina | 12 | \$ 50.000 | \$ 600.000 |
| suministros de aseo y cafetería | 12 | \$ 20.000 | \$ 240.000 |
| TOTAL, IMPLEMENTOS | | | 840.000 |

Fuente: Elaboración propia

Como suministros de oficina se cuenta con dos gastos mensuales los cuales se invierten en suministros de oficina puede con un costo mensual de \$70.000 anuales **serian \$ 840.000**

Tabla 37. Mano de obra operativa

| MANO DE OBRA OPERATIVA | | | | |
|-------------------------------|-----------------|--------------|--------------------------------|---------------------|
| NOMBRE | CANTIDAD | VALOR | FACTOR PRESTACIONAL 52% | TOTAL |
| Administrador | 1 | \$ 1.975.000 | \$ 1.027.000 | \$ 3.002.000 |
| Jefe de producción | 1 | \$ 1.975.000 | \$ 1.027.000 | \$ 3.002.000 |
| Transportista | 1 | \$ 1.000.000 | \$ 5.20.000 | \$ 1.520.000 |
| TOTAL | 3 | | | \$ 7.524.000 |

Fuente: Elaboración propia

La estructura operativa de la empresa cuenta con 3 cargos operativos los cuales desarrollan todas las labores que se requieren para cumplir con los objetivos empresariales, las demás funciones de servicios se realizan por medio de outsourcing. el valor mensual del salario de los tres empleados fijos es de \$ \$ **7.524.000**

Tabla 38. Gastos de funcionamiento

| OTROS GASTOS | | | |
|-------------------------------------|-----------------|--------------|--------------------|
| NOMBRE | CANTIDAD | VALOR | TOTAL |
| Arriendo Oficina | | \$ 700.000 | \$ 700.000 |
| Servicios públicos | | \$ 350.000 | \$ 350.000 |
| Seguros transporte y local | | \$ 100.000 | \$ 100.000 |
| Gastos de constitución | | \$ 220.000 | \$ 220.000 |
| Bomberos | | \$ 8.000 | \$ 8.000 |
| Participación en ferias municipales | | \$ 2.000.000 | \$ 2.000.000 |
| Publicidad y promoción | | \$ 2.000.000 | \$ 2.000.000 |
| TOTAL, OTROS GASTOS | | | \$5.738.000 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39. Adecuaciones locativas

| ADECUACIONES LOCATIVAS -DIFERIDOS | | | |
|--|-----------------|--------------|---------------------|
| NOMBRE | CANTIDAD | VALOR | TOTAL |
| Adecuaciones de la oficina principal | 1 | \$ 2.000.000 | \$ 2.000.000 |
| Decoración de espacios | 1 | \$ 2.000.000 | \$ 2.000.000 |
| TOTAL, ADECUACIONES LOC | | | \$ 4.000.000 |

Fuente: Elaboración propia

Para iniciar el negocio en el mercado, se requiere una suma de \$**24.802.000**, los cuales se invierten, en adecuaciones, arrendamientos, servicios públicos, mano de obra, entre otros.

Tabla 40. Parámetros financieros

| PARAMETRO | VALOR | EXPLICACION |
|---|--------|---------------------------|
| Nombre de los Productos | | |
| Servicios empresariales completos | | |
| Servicios empresariales individuales | | |
| Servicios sociales completos | | |
| Servicios sociales individuales | | |
| Información del Proyecto | | |
| Tasa de Descuento | 15% | Tasa Efectiva Anual |
| Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses | 3 mes | |
| Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes) | 12 mes | |
| Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes) | 24 mes | |
| Condiciones de la Deuda | | |
| Gracia | 0 | Gracia a Capital (Años) |
| Plazo | 5 | Plazo de la Deuda (Años) |
| Tasa en pesos | 10% | Puntos por encima del DTF |
| Depreciación Activos Fijos | | |
| Construcciones y Edificaciones | 20 | Vida útil (años) |
| Maquinaria y Equipo de Operación | 10 | Vida útil (años) |
| Muebles y Enseres | 5 | Vida útil (años) |
| Equipo de Transporte | 5 | Vida útil (años) |
| Equipo de Oficina | 3 | Vida útil (años) |
| Semovientes | 10 | Agotamiento (años) |
| Cultivos Permanentes | 10 | Agotamiento (años) |
| Otros | | |
| Gastos Anticipados | 5 | Amortización (años) |

Fuente: Elaboración propia

Para realizar las proyecciones de ventas a 5 años se toman las tendencias económicas actuales del mercado, presentadas por Bancolombia 2018 y se plantean cuatro productos/servicios con los cuales se incursionará en el mercado, estos servicios son: servicios empresariales completos, estos incluyen una contratación completa por parte de las empresas en la que se adquiere el servicio por paquetes, como comida, música y sonido. Por otra parte, servicios empresariales individuales, donde las empresas contratan con la empresa Logística y Eventos los servicios por separado, ya sea de alimentación, decoración, sonido, música o grupos musicales. Los mismos paquetes y servicios se ofertan para eventos sociales denominado, servicios sociales completos, servicios sociales individuales.

Se asume una tasa de descuento del 15% anual, una tapa improductiva de tres meses, la primera expansión del negocio se planea a los 12 meses, ya sea de ampliación de instalaciones o

servicios, y la segunda a los 24 meses y los años de depreciación de los activos fijos de la empresa.

Tabla 41. Proyecciones financieras a cinco años

| Precio Por Producto | | | | | | |
|---|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Precio Servicios empresariales completos | \$ / unid. | 3.500.000 | 3.000.000 | 3.150.000 | 3.307.500 | 3.472.875 |
| Precio Servicios empresariales individuales | \$ / unid. | 3.000.000 | 1.000.000 | 1.050.000 | 1.102.500 | 1.157.625 |
| Precio Servicios sociales completos | \$ / unid. | 3.200.000 | 2.500.000 | 2.625.000 | 2.756.250 | 2.894.063 |
| Precio Servicios sociales individuales | \$ / unid. | 3.000.000 | 800.000 | 840.000 | 882.000 | 926.100 |
| Precio | \$ / unid. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Unidades Vendidas por Producto | | | | | | |
| Unidades Servicios empresariales completos | unid. | 20 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| Unidades Servicios empresariales individuales | unid. | 30 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| Unidades Servicios sociales completos | unid. | 10 | 15 | 16 | 17 | 17 |
| Unidades Servicios sociales individuales | unid. | 15 | 30 | 32 | 33 | 35 |
| Unidades | unid. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Fuente: Elaboración propia

Las proyecciones de ventas por servicios se realizan con base en la definición de estrategias de mercado, las cuales deben de cumplir el objetivo comercial propuesto en el plan financiero, para el servicio 1 descrito es la tabla anterior se plantea la venta de 20 servicios en el primer año, los cuales van aumentando por año de acuerdo a la demanda y a las tendencias del mercado, así mismo casa servicio, el servicio 2 se proyecta la venta anual de 30 servicios, para el servicio 3 una proyección de 10 en el primer año y del 4 15 servicios al año. Con un total de 75 servicios entre paquetes y servicios individuales en el primer año de funcionamiento.

Tabla 42 Balance General

| BALANCE GENERAL | | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Activo | | | | | | |
| Efectivo | 9.120.000 | 28.350.932 | 67.610.574 | 92.909.040 | 125.357.846 | 164.276.468 |
| Cuentas X Cobrar | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Provisión Cuentas por Cobrar | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Inventarios Materias Primas e Insumos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Inventarios de Producto en Proceso | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Inventarios Producto Terminado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gastos Anticipados | 2.880.000 | 2.160.000 | 1.440.000 | 720.000 | 0 | 0 |
| Total Activo Corriente: | 12.000.000 | 30.510.932 | 69.050.574 | 93.629.040 | 125.357.846 | 164.276.468 |
| Terrenos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Construcciones y Edificios | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Maquinaria y Equipo de Operación | 18.000.000 | 16.200.000 | 14.400.000 | 12.600.000 | 10.800.000 | 9.000.000 |
| Muebles y Enseres | 15.000.000 | 12.000.000 | 14.360.000 | 10.020.000 | 5.680.000 | 1.340.000 |
| Equipo de Transporte | 0 | 0 | 40.000.000 | 30.000.000 | 20.000.000 | 10.000.000 |
| Equipo de Oficina | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Semovientes pie de cría | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cultivos Permanentes | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total Activos Fijos: | 33.000.000 | 28.200.000 | 68.760.000 | 52.620.000 | 36.480.000 | 20.340.000 |
| Total Otros Activos Fijos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ACTIVO | 45.000.000 | 58.710.932 | 137.810.574 | 146.249.040 | 161.837.846 | 184.616.468 |
| Pasivo | | | | | | |
| Cuentas X Pagar Proveedores | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Impuestos X Pagar | 0 | 7.164.608 | 8.007.202 | 9.387.071 | 12.202.039 | 15.503.618 |
| Acreedores Varios | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Obligaciones Financieras | 40.000.000 | 32.000.000 | 44.000.000 | 32.000.000 | 20.000.000 | 8.000.000 |
| Otros pasivos a LP | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Obligación Fondo Emprender (Contingente) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| PASIVO | 40.000.000 | 39.164.608 | 52.007.202 | 41.387.071 | 32.202.039 | 23.503.618 |
| Patrimonio | | | | | | |
| Capital Social | 5.000.000 | 5.000.000 | 55.000.000 | 55.000.000 | 55.000.000 | 55.000.000 |
| Reserva Legal Acumulada | 0 | 0 | 1.454.632 | 3.080.337 | 4.986.197 | 7.463.581 |
| Utilidades Retenidas | 0 | 0 | 13.091.692 | 27.723.035 | 44.875.773 | 67.172.226 |
| Utilidades del Ejercicio | 0 | 14.546.324 | 16.257.047 | 19.058.598 | 24.773.837 | 31.477.043 |
| Revalorización patrimonio | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| PATRIMONIO | 5.000.000 | 19.546.324 | 85.803.372 | 104.861.969 | 129.635.807 | 161.112.850 |
| PASIVO + PATRIMONIO | 45.000.000 | 58.710.932 | 137.810.574 | 146.249.040 | 161.837.846 | 184.616.468 |

Fuente: Elaboración Fonade de fondo empunder

De acuerdo a lo planteado inicialmente con el número de servicio y los precios de los mismos, la empresa arroja un balance positivo, donde se enmarca un crecimiento paulatino por año. Iniciando con activos fijos más patrimonio en el año 0 de 46.000.000 millones de pesos y crece relativa y sustancialmente para las ventas planteadas.

Tabla 43. Estado de resultados

| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ventas | 195.000.000 | 141.500.000 | 156.003.750 | 171.994.134 | 189.623.533 |
| Devoluciones y rebajas en ventas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Materia Prima, Mano de Obra | 104.001.800 | 70.750.000 | 78.001.875 | 85.997.067 | 94.811.767 |
| Depreciación | 4.800.000 | 16.140.000 | 16.140.000 | 16.140.000 | 16.140.000 |
| Agotamiento | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Otros Costos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Utilidad Bruta | 86.198.200 | 54.610.000 | 61.861.875 | 69.857.067 | 78.671.767 |
| Gasto de Ventas | 3.780.000 | 10.000.000 | 10.500.000 | 11.025.000 | 11.576.250 |
| Gastos de Administracion | 53.875.080 | 14.736.000 | 15.472.800 | 16.246.440 | 17.058.762 |
| Provisiones | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Amortización Gastos | 720.000 | 720.000 | 720.000 | 720.000 | 0 |
| Utilidad Operativa | 27.823.120 | 29.154.000 | 35.169.075 | 41.865.627 | 50.036.755 |
| Otros ingresos | | | | | |
| Intereses | 6.112.188 | 4.889.750 | 6.723.407 | 4.889.750 | 3.056.094 |
| Otros ingresos y egresos | -6.112.188 | -4.889.750 | -6.723.407 | -4.889.750 | -3.056.094 |
| Utilidad antes de impuestos | 21.710.932 | 24.264.250 | 28.445.668 | 36.975.877 | 46.980.661 |
| Impuestos (35%) | 7.164.608 | 8.007.202 | 9.387.071 | 12.202.039 | 15.503.618 |
| Utilidad Neta Final | 14.546.324 | 16.257.047 | 19.058.598 | 24.773.837 | 31.477.043 |

Fuente: Elaboración propia

El estado de resultados del ejercicio muestra una utilidad neta positiva, dejando utilidades para el primer año de \$14.546.324, para el segundo de \$16.257.047, el tercer año 19.058.598, para el año 4 \$ 24.773.837 y el año 5 \$ 31.447.04.

Tabla 44. flujo de caja

| FLUJO DE CAJA | | | | | |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Flujo de Caja Operativo | | | | | |
| Utilidad Operacional | 27.823.120 | 29.154.000 | 35.169.075 | 41.865.627 | 50.036.755 |
| Depreciaciones | 4.800.000 | 16.140.000 | 16.140.000 | 16.140.000 | 16.140.000 |
| Amortización Gastos | 720.000 | 720.000 | 720.000 | 720.000 | 0 |
| Agotamiento | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Provisiones | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Impuestos | 0 | -7.164.608 | -8.007.202 | -9.387.071 | -12.202.039 |
| Neto Flujo de Caja Operativo | 33.343.120 | 38.849.392 | 44.021.873 | 49.338.557 | 53.974.715 |

Fuente: Elaboración propia

El flujo de caja es positivo, para el ejercicio planteado, con un leve descenso.

Tabla 45. Criterios de decisión del proyecto

| Criterios de Decisión | |
|--|------------|
| Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor | 15% |
| TIR (Tasa Interna de Retorno) | 49,01% |
| VAN (Valor actual neto) | 54.485.942 |
| PRI (Periodo de recuperación de la inversión) | 1,38 |
| Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses | 3 mes |
| Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT) | 88,89% |
| Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes) | 12 mes |
| Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes) | 24 mes |

Fuente: Elaboración propia

La tasa mínima a la que se aspira con el proyecto es del 15%, con una tasa interna de retorno (TIR) del 49,01% demostrando la rentabilidad del mismo. El valor actual neto (VAN) ES DE \$ 54.485.942, el periodo de recuperación de la inversión inicial es de 1,38.

9. ENTIDADES DE APOYO

Las entidades de apoyo que se requieren para la puesta en marcha del presente proyecto empresarial son entidades reconocidas como fortalecedoras del emprendimiento empresarial se identifican las siguientes:

9.1. Corporación Ventures

Es una extensa red de aliados que promueven la creación y el desarrollo de proyectos empresariales en Colombia. Su misión es atraer capital y articular al sector público, social y privado para fortalecer el ecosistema empresarial. Tiene programas de aceleración, financiación, formación y el Concurso Ventures que premia a los proyectos más innovadores y sostenibles. Sitio web: ventures.com.co

9.2. Fondo Emprender

Es un fondo de capital semilla creado por el gobierno nacional y que está adscrito al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Tiene como objetivo financiar iniciativas empresariales creadas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales. Sitio web: <http://www.fondoemprender.com/SitePages/Home.aspx>

9.3. Cámaras de Comercio

Las cámaras de comercio de cada ciudad tienen programas de apoyo, concursos y convocatorias destinadas a fomentar el emprendimiento, el comercio y la creación de empresas de distintos sectores. sitio web <https://www.ccoa.org.co/>

10. CONCLUSIONES

- Según el estudio de mercados realizado sobre el comportamiento de los servicios de eventos en la región, son muchas las empresas que se dedican a ofrecer servicios para la preparación de eventos tanto sociales como empresariales, permitiendo al emprendedor marcar la diferenciación. Muchas de estas empresas prestan solo un servicio o varios servicios, pero no todo un conjunto de servicios que satisfaga la demanda actual del mercado. Las empresas para cumplir con la demanda actual, deben invertir grandes cantidades de dinero, no solo en materias primas, maquinaria y herramientas, sino también en empleados y mantenimiento para el sostenimiento de los productos. Por esta razón el proyecto se encaminó a realizar las mismas labores y servicios, pero mediante el Outsourcing, subcontratación, presentando un modelo de negocio que suple necesidades del mercado, con una inversión mínima.
- Los costos de instalación y puesta en marcha del proyecto, permitieron determinar las necesidades claras para el montaje del negocio donde se requiere una suma de aproximadamente 24 millones de pesos para montajes de oficina, muebles, enseres, tecnología entre otros.
- El estudio técnico, permitió definir un equipo de trabajo con altas capacidades de administración, mercadeo y logística, son tres empleados encargados directamente del funcionamiento de la empresa, de gestionar los requerimientos de cada evento y de vender un servicio completo e innovador.
- El estudio financiero permitió conocer la rentabilidad del negocio, de acuerdo a las estrategias comerciales planteadas, estas se cuantificaron en sumas importantes de ventas de los servicios de la empresa, para materializarlos y tener dividendos significativos.

11. RECOMENDACIONES

- Es importante seguir las estrategias y metas comerciales propuestas en el plan de negocio, estas se definieron como estrategias de introducción al mercado, estrategias de sostenimiento y estrategias de innovación con la cuales se asegura una permanencia de la empresa en el mercado.
- También es importante realizar con uno o más proveedores un formato de subcontratación, este sería para asegurar los proveedores de los servicios, además de una cláusula de cumplimiento, para garantizar la calidad de servicios que ofrecen y la calidad del servicio de la empresa Logística y Eventos S.A.S
- La muestra fue limitada, puesto que, no todos participaron de la encuesta. Un número mayor de muestras en la encuesta, nos hubiese permitido arrojar resultados más amplios y acertados a lo que estábamos direccionando el objetivo de la investigación.
- Una vez el plan de negocios este en marcha y obtenga ganancias, es recomendable, invertir en un software que le permita a la empresa hacer cotizaciones más verídicas y ágiles, disminuyendo el tiempo de respuesta a sus clientes.

12. REFERENCIAS

Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño. (15 de Abril de 2016). *Así se configura el tejido empresarial del oriente antioqueño*. Recuperado el 10 de Octubre de 2016, de www.ccoa.org.co:

https://www.ccoa.org.co/contenidos/noticias/asi_se_configura_el_tejido_empresarial_del_orientes_antioqueño.phpCámara de Comercio del Oriente Antioqueño. (2019). *Informe de gestión*. Rionegro.

Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño. (2020). *Informe de gestión*. Rionegro.

Fondo Emprender - Crear. (s. f.). Fondo Emprender. Recuperado 5 de marzo de 2020, de

<http://www.fondoemprender.com/SitePages/FondoEmprendeCrear2020.aspx>

Investigaciones Económicas. (2018). Bancolombia.

<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/empresas/capital-inteligente/investigaciones-economicas>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2010). *Manual para la elaboración de planes de ne*

Paginas Amarillas. (s. f.). *Paginasamarillas.com*. Paginasamarillas.com. Recuperado 25 de febrero de 2019, de <https://www.paginasamarillas.com.co/rionegro-antioquia/servicios/floristerias>

Paginasamarillas.com. (s. f.). *Paginasamarillas.com*. Recuperado 25 de febrero de 2018, de <https://www.paginasamarillas.com.co/rionegro-antioquia/servicios/banquetes>

gocios. Bogotá, D.C.: Ventures.

Prime, A. (s.f.). *Modelo Canvas explicado paso a paso y con ejemplos*. Obtenido de <https://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>

Ventures. (s. f.). *Comunidad Ventures – Ventures*. Comunidad Ventures. Recuperado 5 de febrero de 2020, de <https://ventures.com.co/site/comunidad-ventures/>

13. ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario estructurado

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE

ENCUESTA Nro.

Importante: con la presente encuesta se pretende recopilar información relevante para elaborar un plan de negocios para una empresa organizadora de eventos sociales y empresariales en el Oriente Antioqueño, estudiando la viabilidad de su creación y sostenibilidad, con el fin de garantizar su implementación y funcionamiento.

La presente encuesta va dirigida a micro, pequeñas y medianas empresas públicas, privadas, industrial, comercial o de servicios del Oriente Antioqueño

Encuesta Sector Empresarial del oriente antioqueño

EMPRESA _____

1. ¿Cuál es la actividad económica de la empresa?

2. La empresa es:

- Microempresa.....
- Pequeña empresa.....
- Mediana empresa.....
- Grande empresa.....

3. En una escala del 1 al 6, donde 6 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante" ¿Que tan interesante le parece la creación de un servicio de organización de eventos sociales y empresariales?

1----- 2----- 3----- 4----- 5----- 6-----

4. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen del servicio?

- Que es nuevo -----
- Que es necesario -----
- Que está de moda -----
- Ninguno de los anteriores -----
- Otro (por favor, especifique) -----

5. Cuando en la empresa se requiere organizar un evento, ustedes prefieren:

- Organizarlo usted mismo -----
- Contratar una empresa de eventos -----

6. Cuando contrata un servicio de organización de eventos, le interesa:

- Decoración del salón -----
- Servicio de Buffet -----
- Alquiler de vajilla y sillas -----
- Animación -----
- Otro (indique el servicio por favor) -----

7. Cuando organiza un evento social, usted prefiere:

- Decoración temática (un motivo específico) -----
- Decoración tradicional (con flores y manteles)

8. ¿Qué medios le gustaría utilizar para contratar el servicio?

- Internet -----
- Televisión/radio -----

- Revistas de interés -----
- Recomendaciones -----
- Otro (por favor, especifique)

9. ¿Cómo le gustaría contratar el servicio ?:

- Paquete por persona (todo incluido) -----
- Paquete por servicio (solo el servicio que necesita) -----

10. Cuanto estaría dispuesto a pagar por el servicio

- Entre 500.000 y 1.000.000.....
- Entre 1.500.000 y 3.000.000.....
- Entre 3.500.000 y 5.000.000.....
- de 5.000.000 en adelante.....

11. Partiendo de la base que el precio de este servicio le pareciera aceptable... ¿qué probabilidad hay de que lo utilizase?

- Lo utilizaría en cuanto estuviese en el mercado.....
- Lo utilizaría cada que tenga un evento social.....
- Lo utilizaría de vez en cuando.....

12. ¿Le gustaría conocer nuestro portafolio de servicios?

- SI.....
- NO.....