

**Proyecto Empresarial para la Organización De Eventos De Electrónica-Dancehall-
Reggaetón (Luxury 4/7) en Bogotá**

Johan Sebastián Vásquez Laverde

Institución Universitaria UNILATINA, Administración De Empresas

Juan Carlos Molina Polanco

18 De Mayo 2023

Nota De Aceptación

Jurado 1

Jurado 2

Jurado 3

29 De agosto 2022

Dedicatoria

Dedico con todo mi corazón a Dios y a mis padres, Wilson Vásquez y Ana Laverde, Por haberme apoyado en todo momento por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien y correcta, pero más que nada por su amor donde siempre me inculcaron que no me dé por vencido para terminar este proyecto lo cual parecía difícil por mi situación de trabajar y estudiar al mismo tiempo.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por bendecirme la vida, por guiarme a lo largo de mi vida y el transcurso de mi realización como persona ya que sin la bendición y su amor todo hubiera sido un total fracaso. A mi madre Ana Laverde por la ayuda que me ha brindado que ha sido sumamente importante porque siempre estuviste a mi lado inclusive en los momentos y situaciones más tormentosas, siempre ayudándome. No fue sencillo culminar con éxito este proyecto, sin embargo, siempre fuiste muy motivadora y esperanzadora, me decías que lo lograría perfectamente. Siempre estuviste para mí hasta donde te era posible, incluso más que eso.

Tabla de Contenido

Contenido

Introducción.....	¡Error! Marcador no definido.
Justificación.....	9
Objetivos	10
Objetivo general	10
Objetivos Específicos	10
CAPITULO I	11
1. De la idea del Producto o Servicio	11
1.1. Motivación y sensibilización hacia la idea o empresa	11
1.2. El promotor o promotores	12
1.2.1. Factores personales	12
1.3. Análisis de las ideas preliminares	13
1.4. Identificación del bien, de los productos o servicios que serán el objeto de la actividad económica a desarrollar.	14
1.5. Identificación de las ideas o proyectos alternativos o complementarios	15
2. Estudio General del Bien o servicio a Desarrollar	15
2.1. Antecedentes	15
2.2. Análisis DOFA	17
2.3. Reseña de su evolución: Origen, Usos, Competencia, sustitución, complementariedad	17
2.4. Evaluación natural del entorno	18
2.5. Análisis de riesgo	19
CAPITULO II	19
3. El Mercado	19
3.1. Estudio de mercado	19
3.2. Definición del producto, bien o servicios que se desarrollaron	21
3.3. Nombres, marcos, logotipos, emblemas, slogan del producto	24
3.4. Definición y descripción	25
3.5. Usos y usuarios: Definición de la clientela potencial	27
3.6. Factores de competencia	30

3.7.	Aprovisionamiento de insumos o apoyo tecnológico.....	32
3.8.	Proveedores internos y externos	33
3.9.	Estacionalidad del mercado	34
3.10.	Poder de compra	35
3.11.	Rangos de precios o tarifas.....	36
3.12.	Comportamiento de la clientela	36
3.13.	Ciclo de vida del producto.....	37
3.14.	Zonas o áreas potenciales del mercado	37
4.	Plan de Mercadeo.....	38
4.1.	Tipología del Mercado.....	38
4.2.	Diferenciación del producto o servicio	39
4.3.	Políticas de precios o tarifas.....	39
4.4.	Estrategias de ventas.....	39
4.5.	Distribución y mercadeo.....	40
4.6.	Promoción y publicidad.....	41
4.7.	Estrategias de comunicación	41
CAPITULO III		42
5.	Aspectos Técnicos y Financieros.....	42
5.1.	Estudio técnico del proyecto.....	42
5.2.	Requerimientos Técnicos, tecnológicos y científicos	43
5.3.	Planes Generales	46
5.4.	Mano de obra directa.....	47
5.5.	Localización de la Planta o actividad económica	56
5.6.	Precisión de Inversiones y Gastos iniciales.....	57
Capítulo IV.....		57
6.	Aspectos Legales Financieros y Organizativos	57
6.1	Plan Económico y Financiero.....	57
6.1.1	Gastos Preoperativos.....	57
6.1.2	Gastos Generales.....	58
6.3	Inversiones Iniciales.....	59
6.1.4	Costos Directos.....	59
6.1.4.1	Plan Financiero	59
CONCLUSIONES.....		67

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	68
---	-----------

Tabla de Listas Especiales

Tabla 1 DOFA Personal.....	12
Tabla 2 Análisis Ideas Preliminares.....	13
Tabla 3 Antecedentes	15
Tabla 4 Análisis DOFA.....	17
Tabla 5 Análisis PESTEL	18
Tabla 6 Mapa ciudad de Bogotá	20
Tabla 7 Ficha Técnica Parte 1.....	21
Tabla 8 Ficha Técnica Parte 2.....	22
Tabla 9 Ficha Técnica Parte 3.....	23
Tabla 10 Organigrama.....	26
Tabla 11 Población Engatíva	27
Tabla 12 Segmentación del mercado.....	28
Tabla 13 Competidores Directos-Indirectos	30
Tabla 14 Ventajas-Desventajas Competidores	31
Tabla 15 Indicador Económico.....	32
Tabla 16 Aprovisionamiento de insumos-apoyo tecnológico.....	32
Tabla 17 Proveedores Internos-Externos.....	33
Tabla 18 Calificación estacionalidad de mercado.....	34
Tabla 19 Análisis Estacionalidad de mercado	34
Tabla 20 Análisis Poder de compra.....	35
Tabla 21 Ciclo de vida del producto.....	37
Tabla 22 Área potencial del mercado	37

Tabla 23 Ubicación potencial	38
Tabla 24 Estructura del mercado	42
Tabla 25 Capacidad mano de obra.....	43
Tabla 26 Ficha Técnica	43
Tabla 27 Flujo Grama	47
Tabla 28 Mano de obra Admon.	47
Tabla 29 Mano de obra-Ventas.....	48
Tabla 30 Ficha Gr. General.....	49
Tabla 31 Ficha Aux. Contable.....	50
Tabla 32 Ficha Asis. Administrativo	51
Tabla 33 Ficha Jefe de logistica	52
Tabla 34 Ficha Jefe de seguridad	53
Tabla 35 Ficha Valet Parking	54
Tabla 36 Ficha Asesor de Cotizaciones	55
Tabla 37 Plano de la empresa	56
Tabla 38 Ubicación empresa	56

Justificación

Es muy importante realizar este proyecto porque es fundamental organizar espacios creativos y cómodos para los jóvenes donde el principal objetivo sea buscar la comodidad del adolescente brindándoles un servicio a su gusto, el objetivo es generar espacios cada vez más agradables, por ende, la idea es crear un espacio con tres tipos de género de música, con un gran porcentaje de gusto por los jóvenes (Electrónica, Reggaetón, Dancehall), a su vez el objetivo es aprovechar el tiempo y espacio donde en la actualidad este tipo de género de música es muy representativa y escuchada por las personas, y así con el servicio prestado generar una rentabilidad económica y obtener ganancias en dinero gracias a los productos que maneja la empresa como es el alcohol y bebidas embriagantes.

Objetivos

Objetivo general

Crear la empresa Luxury 4/7 desde la viabilidad de desarrollar un proyecto que permita suplir las necesidades y preferencias de los jóvenes en cuanto en los lugares de esparcimiento y entretenimiento.

Objetivos Específicos

- Crear la empresa Luxury 4/7 y poner en funcionamiento todos los departamentos.
- Realizar una encuesta acerca de gustos y preferencias para determinar las necesidades del público objetivo.
- Buscar y contratar un sistema operativo para minimizar procesos de ejecución y marketing digital.

CAPITULO I

1. De la idea del Producto o Servicio

1.1. Motivación y sensibilización hacia la idea o empresa

Desarrollar este proyecto es importante para mí, ya que en la actualidad me doy cuenta que es muy necesario tener ciertos espacios que permitan interactuar con las demás personas inclusive satisfacer ciertas necesidades que tenemos los seres humanos, como de saciar ciertos estados de ánimo, distraernos por un lapso de tiempo y tener oportunidad de conocer nuevas personas que tengan los mismos gustos en común y que también le damos cierto beneficio a la fiesta ya que nos aporta una ruptura con la normalidad y el orden cotidiano donde podemos experimentar sentimientos más fuertes y entregarse a actividades placenteras que no hace diario, relaciones con la música, con compartir tiempo con amigos, con la posibilidad de conocer gente.

Sector económico, terciario de servicios se encuentra en un buen estándar ya que hoy en día los espacios de eventos de Electrónica, Dancehall y Reggaetón son muy frecuentados por los jóvenes por ende dejan cierta ganancia, inclusive la organización de estos eventos genera cierto aumento de empleo para las personas direccionadas en este tipo de actividades que, con su ayuda, sirven para contrarrestar todo el control de estos eventos. Este sector de servicios se vio perjudicado por la pandemia del COVID-19 ya que, al llegar este virus al país, se prohibieron todo tipo de espacios que aumenten el contagio

de este virus, pero poco a poco se ha ido retomando ciertas medidas para así controlar que se extienda el virus covid-19.

Celebrar es muy importante por ende ese es mi motivo de organizar eventos de Electrónica, Dancehall y Reggaetón ya que es importante evolucionar, y salir a estos espacios es la manera en que el ser humano tiene de reconocer el cierre de un ciclo y el comienzo de otro, como por ejemplo los jóvenes aprovechan estos espacios para celebrar cumpleaños, culminaciones de carreras universitarias, un nuevo empleo, entre otras celebraciones que los seres humanos acostumbramos a celebrar.

1.2. El promotor o promotores

1.2.1. Factores personales

Tabla 1 DOFA Personal

<p>Debilidades</p> <p>-No cuento con un gran capital de dinero para alquilar el lugar y ubicación de los eventos que voy a organizar.</p>	<p>Oportunidades</p> <p>- Tomar capacitaciones para adquirir conocimientos, herramientas, habilidades para perfeccionar la logística de la elaboración de eventos.</p>
<p>Fortalezas</p> <p>-Soy joven y conozco los gustos de los jóvenes y por ende tengo la facilidad de generar innovaciones tanto en creatividad y decoraciones del lugar para así poder ser diferenciadores a la</p>	<p>Amenazas</p> <p>-Alta inseguridad ciudadana.</p> <p>- Mucha competencia en la prestación de servicios, en el tema de elaboración de eventos de música electrónica en Bogotá.</p>

competencia.	
--------------	--

1.3. Análisis de las ideas preliminares

Tabla 2 Análisis Ideas Preliminares

Criterio	Descripción	Puntaje de Idea 1
Atractivo al mercado	Brindar entrenamiento y satisfacción para salir de la zona de confort.	8
Capacidades para poner en marcha la idea	Cuento con un amplio reconocimiento personal y social.	5
Requisitos de capital	Existen diferentes empresas que apoyan este tipo de eventos y abonan gran capital de dinero.	2
Innovación	Aprovecho los problemas de la vida y busco en generar buenas experiencias a través de la creatividad, como tres escenarios en un solo lugar.	7
Competencia	Me enfoco en satisfacer al cliente y como soy joven me pongo en el lugar de ellos y busco, sobresalir ante la competencia identificando los gustos preferenciales de los jóvenes.	5
Atributos diferenciadores	Enfoque totalmente en los jóvenes	

	y los gustos, como las redes sociales y publicaciones de los eventos en páginas web (Instagram, Facebook, Twitter).	7
Propuesta de valor al cliente	Tres escenarios en un mismo lugar (Electrónica, Reggaetón, Dancehall) podrás participar en los tres escenarios con solo la boleta de ingreso, sin restricción alguna.	9
Barreras de entrada	Seguir los lineamientos frente a los horarios de los eventos, y la ubicación de los eventos.	4

1.4. Identificación del bien, de los productos o servicios que serán el objeto de la actividad económica a desarrollar.

Prestar un servicio cultural que satisfaga las necesidades de los jóvenes que consiste en creación de eventos de fiestas recreativas 4 días a la semana (Jueves, viernes, sábado y domingo) dirigido a todos los jóvenes sin discriminación de estrato social que a su vez estos espacios permitan a los jóvenes salir de su zona de confort a través de la utilización de música creada a partir de medios electrónicos, como computadores, samplers, sintetizadores con un estilo de músicaailable urbana y latina con clasificación del género de música (Electrónica, Reggaetón, Dancehall). Cada genero tendrá su establecimiento, pero los tres géneros se encuentran en un solo lugar, donde permita a los jóvenes acceder a cualquier espacio sin tanto desplazamiento.

1.5. Identificación de las ideas o proyectos alternativos o complementarios

En el auditorio Teresa Cuervo Borda del museo nacional, se realizó un proyecto que tiene como objetivo realizar una experiencia inmersiva a través de la exaltación de los sentidos en la cual la producción y la percepción de la multitud se unen con la intención de mostrarle al público como el arte puede llevarlos a otra dimensión, a través de música electrónica. Donde la entrada era libre y los únicos requisitos para asistir era portar el carné de vacunación, aforo limitado.

Fecha del evento: viernes 18 de febrero de 2022, 6:00 p.m.

2. Estudio General del Bien o servicio a Desarrollar

2.1. Antecedentes


Tabla 3 Antecedentes

TÉCNICOS	LEGALES	COMERCIALES
<p>-RECURSOS NECESARIOS</p> <p>Capital a invertir, equipos de informática, decoración, publicidad, utensilios, productos de consumo.</p> <p>-MAQUINARIAS Y EQUIPOS</p> <p>Computadora Pentium, disco duro de 40 GB, CD, 3 Samplers.</p> <p>-EQUIPOS MOBILIARIOS</p> <p>100 sillas, 20 mesas cuadradas, 10 sillones tipo sofá, 5 barras para tragos, 3 escritorios, 3 sillas para escritorios.</p>	<p>DECRETO 343 DE 2021</p> <p>"Por medio del cual se sustituye la Sección 4 del Capítulo 1 del Título 4 del Libro 2 de la Parte 2 del Decreto 1074 de 2015, Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, en el sentido de reglamentar los establecimientos de gastronomía y bares turísticos y se dictan otras disposiciones complementarias"</p> <p>ARTÍCULO 87 DE LA LEY 300</p>	<p>Los establecimientos de comercio nocturnos de Bogotá se están convirtiendo en los favoritos de los emprendedores a la hora de montar un negocio en la capital. Eso lo muestran los datos del censo de Infocomercio, realizado por Servinformación, ejercicio que llevan haciendo más de 10 años. De acuerdo con las cifras reportadas por la compañía, la creación de bares, tabernas y</p>

<p>TERRENOS Y EDIFICIOS</p> <p>Área de discoteca, está dividida por una puerta intermedia que divide los tres ambientes.</p> <p>TRABAJADORES</p> <p>25 trabajadores</p> <p>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN</p> <p>Cantidad de personas que van a ingresar cada vez que se realice un evento. Aproximadamente 1000 personas.</p> <p>CAPACIDAD DE DISCOTECA</p> <p>En cada ambiente la capacidad máxima es de 350 personas para un total de 1.050 personas</p> <p>LOCALIZACIÓN</p> <p>Ubicación geográfica del lugar</p> <p>PLAN DE COMPRAS</p> <p>Lista de proveedores</p>	<p>DE 1996</p> <p>Indica que los establecimientos gastronómicos, bares y similares son aquellos cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo y que podrán prestar otros servicios complementarios.</p> <p>DECRETO 372 DE 10 JULIO DE 2018.</p> <p>Horarios establecidos para la actividad, que en este caso va hasta las 3 a.m. según la Alcaldía de Bogotá.</p>	<p>discotecas mostraron un incremento del 29% entre el 2013 y 2016, mientras que establecimientos de cacharerrías, variedades, misceláneas y los café internet y cabinas telefónicas registraron una caída de 26% y 34%, respectivamente en ese mismo periodo.</p> <p>En el caso del año 2018, Servinformación tomó como ejemplo a la localidad de Suba, en donde prevé que la creación de bares y discotecas seguirá teniendo un alza, que esperan que ronde el 24% para este año. Asimismo, la firma proyecta que los restaurantes tendrán un crecimiento de casi el 16%, seguido de las misceláneas, que tendrían un alza del 12%.</p>
---	---	---

2.2. Análisis DOFA

Tabla 4 Análisis DOFA

		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
		F1	Exclusividad en el diseño de los eventos	D1	Falta de experiencias y la escases de tiempo
		F2	Publicidad y promociones	D2	Los clientes buscan empresas con experiencia
		F3	Creatividad para realizar actividades innovadoras	D3	Tiempo en el mercado
		F4	Personal calificado en cada área	D4	Falta de capital de inversión.
		F5	Un buen software y paginas web	D5	Falta de experiencia en el área contable
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS DO	
O1	Buena ubicación de los eventos	F504	Con el nuevo software se crearan nuevas técnicas que faciliten el desarrollo y minimizen procesos.	D201	Buscar empresas con experiencias para así guiarnos y elegir la ubicación de los eventos
O2	Altas posibilidades de expansión				
O3	Nuevos inversionistas				
O4	Tecnologías y técnicas novedosas para la decoración	F203	Actualización constante de la publicidad y promoción de los eventos para atraer nuevos inversionistas	D502	Capacitaciones de procesos contables para oportunidad de expansión y mejora.
O5	Apertura de nuevos mercados				
AMENAZAS		ESTRATEGIAS FA		ESTRATEGIAS DA	
A1	Competencia de otras empresas	F3A4	Realización de actividades innovadoras acorde a las necesidades y gustos de los consumidores	D2A2	Creación de una lista con descuentos, palcos y promociones para el grupo de 10 o más personas.
A2	Cambios en las necesidades y gustos de los consumidores				
A3	Incumplimiento de los proveedores				
A4	Leyes o impuestos que afecten el servicio	F4A3	Según se presenten incumplimientos en los proveedores, el personal de cada área reaccionara de manera inmediata mirando la base de datos de todos los proveedores y se acudiría al más pertinente para salir del aprieto.	D1A5	Se brindara una charla dos días a la semana de como reaccionar frente a la competencia, realización de encuestas y buzón de sugerencias frente a mejoras.
A5	Reacción de la competencia				

2.3. Reseña de su evolución: Origen, Usos, Competencia, sustitución, complementariedad.

Este proyecto se originó con la idea de crear un espacio que permita socializar, conocer nuevas personas y crear lazos más fuertes con los amigos, y así generar que las personas salgan de su zona de confort con el fin de que mi proyecto logre beneficiar tanto a los usuarios como a mí personalmente. El principal objetivo es lograr que los usuarios se desconecten de su vida diaria, cambiando sus ambientes y cumpliendo su expectativa de satisfacer sus necesidades. La manera de tener acceso a este sitio será de manera digital y presencialmente, comprando la boleta de ingreso por medio de páginas web como

Instagram, Facebook y WhatsApp o dirigiéndose directamente al lugar del evento y este servicio está disponible solo para personas mayores de 18 años.

2.4. Evaluación natural del entorno

Tabla 5 Análisis PESTEL

ANÁLISIS DE PESTEL	
FACTORES POLÍTICOS	FACTORES ECONÓMICOS
En las elecciones del gobierno se impone ley seca, perjudicando nuestro servicio.	Mucha competencia en el sector de Bogotá, existen varias discotecas y bares, donde ya tienen cierto reconocimiento en el mercado.
Decisiones del gobierno económicas que afecte a los servicios y productos e insumos de nuestra empresa como por ejemplo el IVA. (Cerveza, licor, electrodomésticos “Tecnología”)	La inflación nos afecta demasiado, como en el caso del año 2021 donde el trago aumento demasiado y en este caso nos afecta ya que la cerveza, whisky, aguardiente es nuestro mayor producto.
FACTORES SOCIALES	FACTORES TECNOLÓGICOS
Contratación a jóvenes universitarios para beneficiarlos en la flexibilidad de los horarios.	Con el nuevo software se implementarán medios tecnológicos que minimicen el proceso de desarrollo de las actividades diarias.
Momentos de crisis, como la pandemia actual Covid-19, donde en el año 2020 se vieron perjudicadas las discotecas y bares.	Creación de página web para la compra en línea, donde no es necesario comprar las boletas y promociones físicas, todo se podrá por vía web.
Hoy en día la generación Z (Zillennials) es más divertida y extrovertida por ende le agradan más los momentos de salir a fiestas y compartir con amigos y familiares.	Uso de redes sociales como Instagram, Facebook y WhatsApp para poder interactuar con nuestros clientes potenciales.
FACTORES AMBIENTALES	FACTORES LEGALES
Convenios con entidades reciclables donde se reciclará todas las latas de cerezas y botellas para contribuir con el medio ambiente.	Ley 1816 de 2016 monopolio de licores, se reduce el impuesto a los licores importados, mientras que aumenta el impuesto a los licores nacionales.
No se utilizará papel, ni cartón para las boletas de ingreso, todo será por medio de vía web. Y los usuarios que compren físico se pondrán un sello en la mano.	Ley seca, entendida como la prohibición de vender bebidas alcohólicas. Nos afecta ya que en fechas importantes o especiales se generan buenas ventas.

Se creará un sistema de recolección de agua lluvia por medio de un tanque para poder darle uso.	Medidas de seguridad del establecimiento -Salida de evacuación -Normatividad uso del suelo -Herramientas de seguridad, Extintor
---	--

2.5. Análisis de riesgo

Se identifico que la mayor herramienta de nuestro servicio es la tecnología ya que, algunas de nuestras herramientas de trabajo dependen 100% de una red de internet, como son los decks, la mezcladora y por ende quedarnos sin red en algún momento representaría un gran riesgo para nuestro servicio.

CAPITULO II

3. El Mercado

3.1. Estudio de mercado

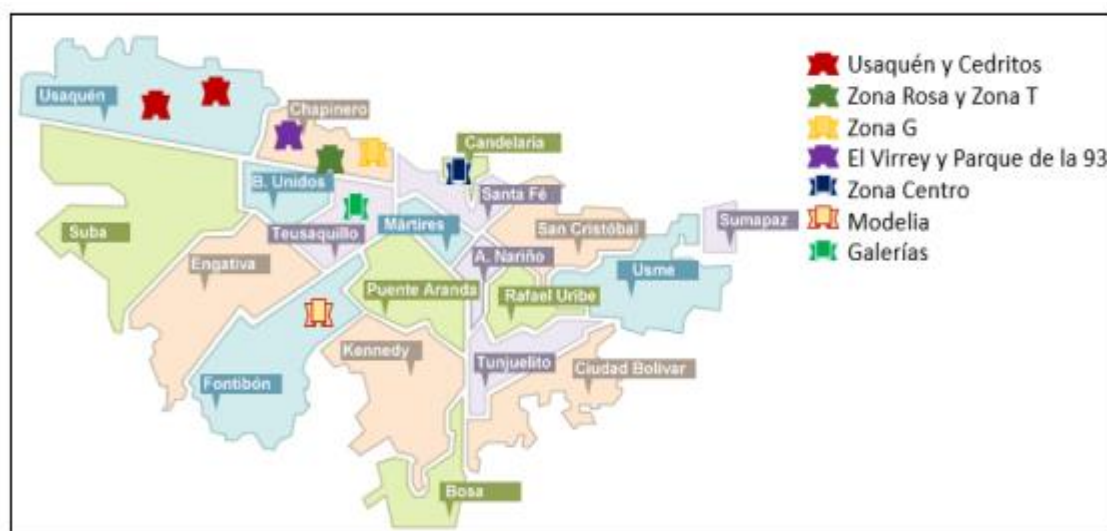
El Proyecto Empresarial, Organización De Eventos De Electrónica-Dancehall-Reggaetón en Bogotá se encuentra en el Sector Terciario o de servicios. En el cual la ciudad de Bogotá en los últimos cuatro años, según datos de la Cámara de Comercio, En el año 2020 se ha registrado 19.253 bares y discotecas. La localidad donde más se han creado dichos establecimientos son Kennedy con 1.778, Suba con 1.530 y Bosa con 1.383 lugares. De las cifras generales, el 78% de los bares y discotecas son de menos de 200 personas.

Según las proyecciones realizadas por el Observatorio de Desarrollo Económico, se estima que en Bogotá existen alrededor de 19.253 bares y discotecas distribuidos a lo

largo del territorio. De estos, según los datos de la Cámara de Comercio, estarían operando formalmente alrededor de 18.545 En la actualidad los bares y discotecas en Bogotá generan ingresos por cerca de 516 mil millones de pesos al año, lo que en porcentaje representa el 40% del gasto total que los bogotanos hacen en actividades culturales y de esparcimiento. Así mismo, en los bares y discotecas el crecimiento en el empleo ha sido la constante. Mientras que 31.040 personas en 2018 trabajaban en estos negocios, en 2020 esta cifra ascendió a 40.753, lo que se traduce en una tasa de crecimiento del personal ocupado de 5% promedio anual.

Mapa de la ciudad de Bogotá y principales zonas de esparcimiento nocturno

Tabla 6 Mapa ciudad de Bogotá



Fuente. (Jairo H, 2014)

Tabla 7 Ficha Técnica Parte 1

3.2. Definición del producto, bien o servicios que se desarrollaron

LUXURY 4/7	FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE ELECTRÓNICA, DANCEHALL Y REGGAETÓN EN BOGOTÁ		
Administración de la SIU	Código: S-GS-01	Versión: 01	Página 1 de 3

PRODUCTO / SERVICIO

El servicio Organización de eventos de Electrónica, Dancehall y Reggaetón consta:

- Brindar un espacio de integración dividido en tres áreas: Electrónica, Dancehall y reggaetón el cual el acceso total se encuentra en el centro del lugar y todas las áreas se encuentran a total disposición.

USUARIO

Personas que contraten el servicio

OBLIGACIONES DEL USUARIO

- Cumplir con las normas generales y complementarias del establecimiento Luxury 24/7
- Cumplir con los reglamentos
 - Reglamento interno del uso del parqueadero
 - Reglamento y uso de las tres áreas (Electrónica, Dancehall y Reggaetón)
 - Reglamento uso de los baños
 - Reglamento interno de la compra de bebidas alcohólicas
 - Reglamento interno de ingreso al evento

Pasos a seguir

1. Solicitar el servicio por correo electrónico, Instagram, WhatsApp, Facebook y directamente en la Caja del establecimiento, especificando cantidad de boletas y de que clase.
2. Cumplir con los horarios de ingreso y salida del evento
3. Presentar la cedula de ciudadanía y permitir el registro de armas cortopunzantes

RESPONSABLES

- Administrador del evento
- Personal de seguridad y registro
- Personal de logística de cada área

REQUISITOS LEGALES ASOCIADOS AL SERVICIO

DECRETO 343 DE 2021

"Por medio del cual se sustituye la Sección 4 del Capítulo 1 del Título 4 del Libro 2 de la Parte 2 del Decreto 1074 de 2015, Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, en el sentido de reglamentar los establecimientos de gastronomía y bares turísticos y se dictan otras disposiciones complementarias"

ARTÍCULO 87 DE LA LEY 300 DE 1996

Indica que los establecimientos gastronómicos, bares y similares son aquellos cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo y que podrán prestar otros servicios complementarios.

DECRETO 372 DE 10 JULIO DE 2018.

Horarios establecidos para la actividad, que en este caso va hasta las 3 a.m. según la Alcaldía de Bogotá.

OPORTUNIDAD

La respuesta al servicio se da de forma inmediata, la compra de boletas e información acerca del evento es través de nuestros medios electrónicos y el software de la empresa, este servicio se presta los jueves, viernes, sábado y Domingo.

HORARIO DE ATENCIÓN

Los jueves, viernes, sábado y Domingo de todas las semanas de 5:00 PM – 05:00 AM

DATOS DEL CONTACTO

Coordinación: Logística e integración
Preventa: Primero 1, área administrativa
Teléfono: 321279399
Dirección: La calera
E-mail: Luxury47@gmail.com

Elaboró: Administrador de eventos.	Revisó: jefe Proyectos	Aprobó: Coordinador de Proceso Administrativo
Firma:	Firma:	Firma:
Fecha: 2022-09-13	Fecha: 2022-09-13	Fecha: 2022-09-13

3.3. Nombres, marcos, logotipos, emblemas, slogan del producto

Nombre: Luxury 4/7

Logotipo:



Colores del logo:

Negro: Se eligió debido a que este color representa profesionalismo y seriedad.

Azul: Este color representa calma y seguridad, con esto se busca que nuestros clientes se sientan seguros en nuestro establecimiento.

Gris: Se eligió debido a que representa neutralidad y equilibrio, también porque es un color refinado y sofisticado.

Slogan:

Luxury 4/7 ¡Donde la fiesta nunca termina!

3.4. Definición y descripción

Misión

Brindar diversión, excelente calidad en nuestros servicios para la satisfacción de nuestros clientes siempre a la vanguardia de la tecnología, con ayuda de nuestros colaboradores que estarán al pendiente de la comodidad del cliente.

Visión

Elevar continuamente el nivel de experiencia del cliente mediante el uso del internet logrando ser reconocidos a nivel departamental y nacional destacándonos por nuestro original estilo y nuestras fiestas que son estrictamente para la diversión, mientras que se mantenga la diversión seguiremos haciéndolo.

Objetivo General

Brindar diferentes experiencias e innovadoras a nuestro cliente a la vanguardia de la tecnología.

Objetivos específicos

- Realizar ventas online vía WhatsApp, Instagram y pagina web de la compañía con facilidades de pago como; Tarjetas de crédito, Nequi y Daviplata.
- Organizar la decoración de los tres escenarios (Dancehall, Electrónica, Reggaetón) con luces LED y fibra óptica con colores de tonos cálidos y acorde a cada género de música.
- Analizar las nuevas tendencias de gustos y preferencias de los clientes para brindar mejor nuestro servicio.

Valores

Responsabilidad: Asumir un compromiso dirigido a la sociedad con el fin cumplir con cada uno de los objetivos tanto con ellos y con nosotros.

Transparencia: Integrar este valor con el equipo de trabajo y nuestros clientes, generando una confianza que nos permita crecer.

Excelencia: La calidad eso significa la excelencia ya que si nos exigimos a nosotros mismos podremos brindar lo mejor a los clientes.

Pasión: Este valor está enfocado internamente ya que lo que se pretende ofrecer a los clientes lo realizaremos con gran amor y dedicación dando un producto de calidad.

Lealtad: Si mostramos lealtad con nuestro equipo de trabajo y con los clientes podemos generar una fidelización.

Organigrama

Tabla 10 Organigrama



3.5. Usos y usuarios: Definición de la clientela potencial

Para realizar el cálculo de la población objetiva tuvimos en cuenta la localidad de Engativá.

Tabla 11 Población Engativá

Población total	815.262 habitantes	100%
Población potencial	570.684 habitantes	70%
Población objetivo	244.578 habitantes	30%

Calculadora de Muestras

Margen de error:

10% ▾

Nivel de confianza:

99% ▾

Tamaño de Poblacion:

815262

Calcular

Margen: 10%

Nivel de confianza: 99%

Poblacion: 815262

Tamaño de muestra: 166

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

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

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

Tabla 12 Segmentación del mercado

SEGMENTACIÓN DE MERCADO	
ASPECTOS GEOGRÁFICOS	
País	Colombia
Ciudad	Bogotá D.C.
Localidad	Engativá
Barrio	Álamos
Tamaño de la ciudad o área estadística metropolitana	<ul style="list-style-type: none"> • Tamaño metropolitano en la ciudad de Bogotá D.C. 5,235 Km2 • Tamaño metropolitano en la localidad de Engativá 36,06 Km2
Población	<ul style="list-style-type: none"> • Bogotá D.C. 7'901.065 • Engativá 815.262
Clima	Clima Bogotá Frio y muy seco.
ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	
Ingresos	Indiferente
Edad	Indiferente
Genero	Masculino-Femenino
Ciclo de vida familiar	Indiferente
Tamaño familiar	Indiferente
Clase social	Indiferente
Escolaridad	Indiferente
Ocupación	Indiferente
Origen étnico	Indiferente
ASPECTOS PSICOGRÁFICOS	
Personalidad	Personas extrovertidas, amantes del baile y de la música
Estilo de vida	Indiferente

Valores	Confianza, Honradez, amistad y respeto.
ASPECTOS CONDUCTUALES	
Beneficios deseados	Ofrecer un espacio de entretenimiento con buena música generada por instrumentos de tecnología.
Tipo de conducta	Indiferente
Frecuencia de uso	De jueves a Domingo
Etapa de preparación	Creación del briefing Invitados Presupuesto Promoción del evento Feedback o evaluación de resultados
Actitud hacia el producto	El servicio cumple con las expectativas del cliente, creando un ambiente nuevo al romper la rutina diaria.

Encuesta

[Encuesta proyecto](#)

3.6. Factores de competencia

Tabla 13 Competidores Directos-Indirectos

COMPETIDORES DIRECTOS			
ENTIDAD	LOGO	PRODUCTO	PRECIO
Discoteca Praga (Cl. 145b # 91-20, Bogotá)		Servicio de entretenimiento y diversión al compás de la música, venta de licores.	Boleta de entrada 10.000-20.000
Soko bar (29, Cl. 51 #7)		Servicio de entretenimiento y diversión al compás de la música, venta de licores.	Boleta de entrada 5.000 - 10.000
COMPETIDORES INDIRECTOS			
Theatron (Bogotá) Cl. 58 #10-32, Bogotá, Cundinamarca		Servicio de un sitio nocturno extenso para público gay con 13 salas temáticas, pistas de baile y eventos periódicos.	Boleta de entrada 55.000 y barra libre
Mandiga Rum Bar (Cl. 117 #6a-05, Bogotá, Cundinamarca)		Servicio de entretenimiento, venta de licor y comida	No hay boleta de ingreso, consumo obligatorio.

¿Establece las Ventajas y desventajas de los competidores?

Tabla 14 Ventajas-Desventajas Competidores

COMPETENCIA DIRECTA/ INDIRECTA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Discoteca Praga (Directa)	Tener precios de boletería asequibles para el cliente. Ofrecer una excelente atención al cliente.	Ya es conocida en el mercado. Posee una gran cantidad de clientes.
Theatron Bogotá (Indirecta)	Variedad de géneros de música. Nuestro servicio va dirigido a toda persona mayor de 18 años.	Ofrecer barra libre en bebidas alcohólicas.
Soko bar (Directa)	Ofrece distintas promociones y beneficios en boletería.	Es muy conocida en el mercado, y su ubicación se encuentra en el sector de las universidades.
Mandiga Rum Bar	Ofrece otros servicios como es la venta de comida, y platos especiales.	Tiene una buena presentación de sus productos los cual genera una mayor atención hacia los clientes.

¿Identifica la propuesta de valor que tienen los competidores?

Tabla 15 Indicador Económico

COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA	
Competidor	Propuesta del valor
Discoteca Praga (Directa)	<p>Proporcionar ciertos valores a los consumidores.</p> <p>Excelencia: La calidad eso significa la excelencia ya que si nos exigimos a nosotros mismos podremos brindar lo mejor a los clientes.</p> <p>Transparencia: Integrar este valor con el equipo de trabajo y nuestros clientes, generando una confianza que nos permita crecer.</p> <p>Lealtad: Si mostramos lealtad con nuestro equipo de trabajo y con los clientes podemos generar una fidelización.</p>
Theatron (Bogotá)- (Indirecta)	<p>Desarrolla una logística innovadora, brindando 13 escenarios distintos para cada tipo de persona, según sus intereses y brinda ciertos espacios para gente gay, sin juzgarlos ni discriminarlos.</p>

3.7. Aprovisionamiento de insumos o apoyo tecnológico




Tabla 16 Aprovisionamiento de insumos-apoyo tecnológico



VARIABLE	DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN
PROCESO	<p>Sistema Software que permita sistematizar todos los procesos de logística, para así controlar los procesos con más utilidad y menos margen de error. Páginas Web, para la venta de boletas y promociones de palcos de ingreso junto con sus respectivas bebidas alcohólicas. Control de inventarios de trago que ingresa y las ventas que se realizan durante el tiempo de servicio por medio del software. Temáticas creadas correspondiente a la fecha del evento como son: Fechas</p>

	especiales, cumpleaños, día de amor y amistad, navidad, Halloween.
PRODUCTO	Servicio totalmente innovador, existen 3 escenarios diferentes según los gustos del consumidor (Electrónica, Dance hall, Reggaetón) en el cual la temática de innovación se orienta al género de música, buscando satisfacer a los consumidores acorde a sus preferencias.

3.8. Proveedores internos y externos

Tabla 17 Proveedores Internos-Externos

PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
Néctar Club	Es una empresa líder colombiana en la producción de Aguardiente Néctar. Productor: Vodka, Whisky, Crema de whisky, Cocteles y Tequila	
Super Audio (Sonido e iluminación profesional)	Es una empresa familiar con más de 30 años de experiencia en el mercado. Los primeros pasos se dieron en el sector comercial de San Andresito de la 38 en la ciudad de Bogotá. Productos: CDJ-3000 Pioneer Dj, Bid Dipper, Double face 410 Pro DJ Lighting	
Ingelectro SAS	Es una empresa minorista de comercio electrónico, donde se pueden comprar diferentes máquinas. Productos: Audífonos de estudio, monitores de estudio, sonido profesional	

Gaseosas Lux	Productos: Botellas de agua, Gatorade y bebidas energizantes.	
Fuzzion Eventos y Logística	Productos: Banderines. Photocall. Globos. Helio para Globos. Productos Luminosos. Farolillos y Faroles. Pompones. Confeti.	

3.9. Estacionalidad del mercado

Tabla 18 Calificación estacionalidad de mercado

CALIFICACIÓN COMPORTAMIENTO VENTAS	CALIFICACIÓN
Muy Alto	9
Alto	7
Normal	5
Bajo	3

Tabla 19 Análisis Estacionalidad de mercado

MES	CALIFICACIÓN
Enero	Normal
Febrero	Normal
Marzo	Baja
Abril	Normal
Mayo	Normal
Junio	Alto

Julio	Normal
Agosto	Alto
Septiembre	Alto
Octubre	Muy alto
Noviembre	Muy alto
Diciembre	Muy alto

3.10. Poder de compra

Tabla 20 Análisis Poder de compra

CLIENTE	
Cuáles son los volúmenes y frecuencia del servicio	La frecuencia con la que se adquiere el servicio es de al menos una vez por mes.
Que características exige para el servicio (Boleta de ingreso, presentación)	Las características que se exigen son: Un lugar con un ambiente agradable, excelente entretenimiento y una buena decoración acorde al género de música, con una imagen única para la boleta.
Sitio de compra	Tienda física (Ubicada en la localidad de Engativá) (Por medio de nuestras páginas web).
Forma de pago	Tener variedad de formas de pago ya sea efectivo o cuentas digitales ya sea Nequi, Daviplata entre otras.
Precio	El promedio de la boleta de ingreso varia depende

	la fecha del evento y esta entre \$10.000 a \$25.000
--	--

3.11. Rangos de precios o tarifas

La metodología que utilizará la empresa LUXURY 4/7 será la basada en la competencia, ya que se realizó una investigación de mercado y se evidencio que otras empresas que categorizamos como competencia establecen ciertas tarifas o precios por ende se fijó el precio debido a los costos que se tuvieron al momento de realizar la logística del servicio y también se tuvo en cuenta las encuestas que se realizaron a las personas, para de esta manera darle un precio asequible para el consumidor. Acerca de las bebidas alcohólicas el precio variara depende la demanda y oferta de dicho producto, también se realizarán descuentos y promociones depende la fecha en que se realice el evento, por mayoría de personas se ofrece ciertos palcos para así generar ciertos beneficios a los grupos de personas.

3.12. Comportamiento de la clientela

Para llamar la atención de la clientela utilizaremos varias estrategias como: realizar publicidad por medios de nuestras redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y nuestra página web) También se entregarán volantes por las zonas de las discotecas y se difundirá a personas cercanas acerca de nuestro servicio, nos centraremos por presentar nuestros tres escenarios que es nuestra idea objetiva para que de esta manera se valla divulgando entre la población. con el único fin de que LUXURY 4/7 sea conocido por la mayoría de personas en la localidad de Engativá y sus alrededores.

3.13. Ciclo de vida del producto

Tabla 21 Ciclo de vida del producto

INTRODUCCIÓN	CRECIMIENTO	MADUREZ	DECLIVE
Dar a conocer nuestro servicio (Tres escenarios con diferentes tipos de genero de música).	Después de dar a conocer nuestro Servicio, se empezarán a generar las ventas.	Se le ofrece al público variedad de escenarios en el cual Luxury 4/7 prevalece contra los servicios de la competencia.	Realizar un enfoque de cómo podemos seguir innovado el servicio, para que no desaparezca del mercado.

3.14. Zonas o áreas potenciales del mercado

La venta del servicio será en un local ubicado en la localidad de Engativá (Álamos norte)

Tabla 22 Área potencial del mercado

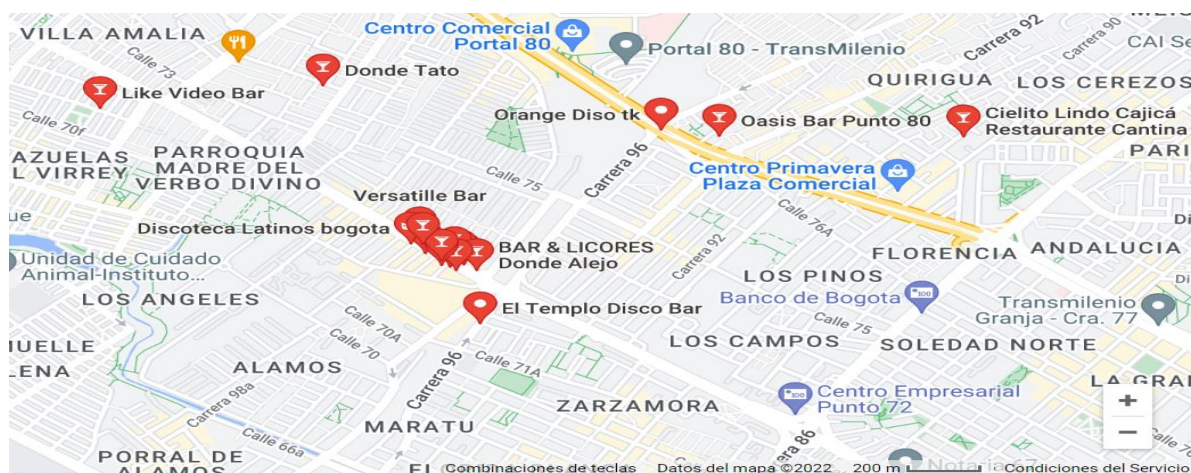


Tabla 23 Ubicación potencial



4. Plan de Mercadeo

4.1. Tipología del Mercado

El mercado de servicios se caracteriza fundamentalmente por el carácter intangible de los bienes, Luxury 4/7 tiene denominado su mercado como un servicio enfocado en cumplir con las necesidades particulares de nuestros clientes por medio de diferentes eventos.

Ámbito geográfico: Luxury 4/7 es una empresa que está comenzando localmente, el local se encuentra en Bogotá D.C. en la localidad de Engativá y en el barrio de Álamos

Características del comprador: Mercado de consumidores, es aquel en el que el comprador se caracteriza por ser un ciudadano común que busca adquirir un bien o servicio para satisfacer sus necesidades, Luxury 4/7 se enfoca en la elaboración de eventos para complacer al cliente con nuestros escenarios y así satisfacer sus deseos y necesidades.

4.2. Diferenciación del producto o servicio

La propuesta de valor que se le da al servicio es diversa, debido a que ofrecemos diferentes eventos con diferentes dinámicas de logística, acorde a las fechas especiales de cada uno de los meses del año con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, además nuestro servicio es fácil adquirirlo por medio de nuestras páginas web sin necesidad de realizar la compra de la boleta presencialmente, aunque también contamos con nuestra oficina de atención.

4.3. Políticas de precios o tarifas

Los precios que se van a establecer como empresa, serán con un estudio de mercado frente a los competidores tanto locales como municipales, incluyendo los gastos que se generen en los costes de la logística para la elaboración de nuestros eventos que se caracterizan porque son totalmente innovadores, su diseño y decoración es acorde a la fecha especial de cada evento, y las tarifas de nuestros Djs de cada genero de música.

4.4. Estrategias de ventas

Las estrategias de ventas que utilizaremos son: Volantes para la inauguración y las ventas de las boletas se pueden realizar por medio de cada una de nuestras páginas webs (Facebook, Instagram, WhatsApp) y en nuestra oficina principal.

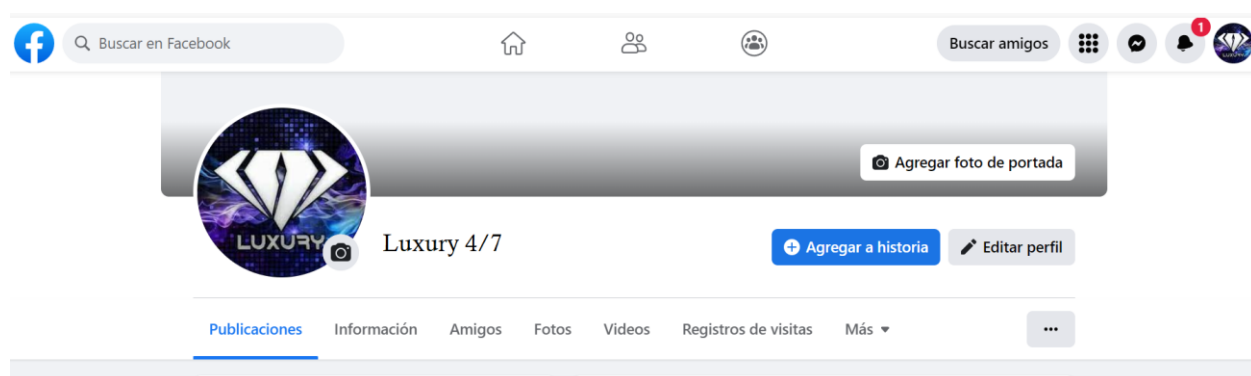
Volantes, se compartirán alrededor de nuestro local y en todo el barrio y localidad.

Instagram: @Luxury4_7

Instagram



Facebook: Eventos Luxury 4_7



WhatsApp: 3212793699

4.5. Distribución y mercadeo

Utilizaremos variedad de método de publicidad con el fin de que nuestro producto sea reconocido localmente, para que pueda llegar al consumidor. Se difundirá en todas nuestras redes sociales para que todo público pueda conocer nuestro servicio, por ende, contamos con pagos por Nequi, Davi plata y todos los bancos para agilizar la distribución de nuestras boletas que también son vía digital.

4.6. Promoción y publicidad

Utilizaremos varios métodos de promoción como: Palcos por ubicación del lugar de los eventos, (Clase, Vip, Platino y Normal), por compra de diferentes boletas de nuestros eventos, entrara a una lista de clientes fieles y se les dará siempre un porcentaje de descuento por la compra de nuestras boletas y bebidas y también por un periodo de dos meses después de nuestra inauguración por la compra de 5 boletas se regalará 1 dependiendo la clase de boleta que adquieran.

Por medio de nuestras páginas webs se compartirá cada una de nuestras ofertas de nuestros eventos, inclusive se mostrará todos los momentos compartidos durante los eventos realizados anteriormente.

4.7. Estrategias de comunicación

La estrategia de comunicación que se manejara serán las redes sociales debido a que por ahí se puede producir una voz a voz de lo que ofrece LUXURY 4/7 ya que es lo más factible para poder llegar al consumidor.

Volantes.

Instagram: <https://www.instagram.com/Eventos.Luxury4.7/>

Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100087090753186>



CAPITULO III

5. Aspectos Técnicos y Financieros

5.1. Estudio técnico del proyecto

En este caso la empresa LUXURY 4/7 pretende brindar un buen servicio al cliente ofreciéndoles diversos eventos de música con el fin de satisfacer sus necesidades.

En cuanto a el punto de operación del negocio están acorde con lo que se requiere según la normatividad debido a que cumple con:5

Licencia de licor y licencia de operación

POBLACIÓN TOTAL	100%	815.262
POBLACION POTENCIAL	70%	570.683
POBLACIÓN OBJETIVO	30%	244.579

Tabla 24 Estructura del mercado

1- ESTRUCTURA DEL MERCADO - UNIDADES

PRODUCTO	MERCADO OBJETIVO CLIENTES	CONSUMO ANUAL PERCAPITA	VENTA UNIDADES AÑO 1	PARTICIPACION % MERCADO OBJETIVO
EVENTO DE MUSICA ELECTRONICA	244.579	15	192	0,0052%
EVENTO DE MUSICA DANCE HALL	244.579	15	192	0,0052%
EVENTO DE MUSICA REGGAETON	244.579	15	192	0,0052%
Total			576	

Tabla 25 Capacidad mano de obra





2-CAPACIDAD INSTALADA MANO DE OBRA





PRODUCTO		HORAS AÑO OPERARIO TURNO	UNIDADES HORA HOMBRE	CAPACIDAD INSTALADA POR OPERARIO AÑO 1	No. OPERARIOS O TIEMPO DE DEDICACION % AÑO 1	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD REQUERIDA	Cantidad diaria por operario	Cantidad por hora
EVENTO DE MUSICA ELECTRONICA	Unidad	1.536	0,13	192	100%	192	192	1	0,125
EVENTO DE MUSICA DANCE HALL	Unidad	1.536	0,13	192	100%	192	192	1	0,125
EVENTO DE MUSICA REGGAETON	Unidad	1.536	0,13	192	100%	192	192	1	0,125
Total				576	300%	576	576		



5.2. Requerimientos Técnicos, tecnológicos y científicos

Tabla 26 Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA LUXURY 4/7			
ACTIVO	CARACTERÍSTICAS	PRECIO	IMAGEN
MAQUINARIA Y EQUIPO			
MIXER	Mezclador digital de 8 entradas con audio Bluetooth y control de aplicaciones,	\$ 1.690.990	

	<p>faders de canal de 60 mm, 2 procesadores de efectos e interfaz USB / audio</p> <p>Mezclador digital de ruido ultrabajo y alto margen de maniobra con control remoto inalámbrico Aplicación FLOW para control remoto Bluetooth desde teléfonos móviles o tabletas iOS / Android Faders de canal de 60 mm y control giratorio maestro con collar LED</p>		
ALTAVOZ	<p>El Vantec-20A de audio D.A.S. de 2 vías y 12" es un módulo de altavoz de arreglo en línea, de fuente curva, alimentado por 1500 W compacto que es escalable para una amplia variedad de aplicaciones de rendimiento y sonido en vivo. El Vantec-20A está diseñado para usarse con el Vantec- Subwoofer de carga frontal activo 118A, que proporciona una amplia extensión de baja frecuencia.</p>	\$ 12.146.800	
LUCES LED	<p>8 LED de 5W cada uno</p> <ul style="list-style-type: none"> · Protocolo DMX · Audio rítmica · Perfecta para discoteca, mini teca, bar y mucho más 	\$ 449.500	
COMPUTADOR	<p>Computador Escritorio ideal para el hogar</p> <p>Procesador Intel Dual-Core Memoria Ram 8 Gb Disco Solido 240 Gb.Puertos Usb Puerto Red/Lan 10/100.Pantalla: Monitor 20 19.5" Pulgadas</p> <p>Accesorios:(Diadema resistente-estabilizador-cámara web-parlantes zimpra)</p>	\$ 1.780.900	
BOLA DE ESPEJO CIRSTAL	<p>Es un Bola de espejo de buena calidad, alta reflexión. Interior de la bola de PVC ignifugo.</p>	\$ 221.000	

MUEBLES Y ENCERES			
SOFÁ	Sofá moderno para Club nocturno, mueble de Bar, KTV, discoteca, taburete de bar y mueble de mostrador, conjunto de sofá largo para Club	\$ 1.177.130	
VITRINA	MINI TORRE EN MADERA DE 90CM	\$ 500.000	
VITRINA DE LICOR	Vitrina de licor con 200 puestos para botellas de licor de cualquier categoría.	\$ 2.300.000	
SILLA BAR	Silla Bar Media Luna Negra	\$ 130.000	

MESA	XC-018 Table de barre de lumière LED européenne Table lumineuse LED rechargeable Table basse éclairée étanche Bar kTV Party Supply	\$ 458.000	
PANTALLAS LED	Pantalla led, con sonido full sistema	\$ 5.900.000	

5.3 Planes Generales

Bien/Servicio: (Elaboración de eventos música Electrónica, Reggaetón y Dancehall)

Infraestructura sitio de operación










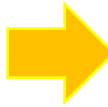
	Operación
	Inspección
	Demora
	Almacenamiento
	Transporte

Tabla 27 Flujo Grama

Actividad Proceso	Tiempo estimado (min)	Equipo					
Solicitar el servicio por nuestras páginas webs	30 min	Páginas web	X	-	-	-	-
Ofrecer el catálogo de nuestros eventos	15 min	Sistema software	-	X	-	-	-
Cotizar y dar aprobación del evento	60 min	Páginas Web	-	-	X	-	-
Elegir los Djs y artistas	60 min	Base de datos	X	-	-	-	-
Escoger la temática más adecuada al evento	15 min	Sistema software	-	X	-	-	-
Recibir el pago del 70% del costo total	5 min	Cuentas bancarias	-	-	-	X	-
Organizar la logística acorde a la cantidad de personas	60 min	Sala de juntas	X	-	-	-	-
Realizar el evento	480 min	Salón de eventos	-	-	X	-	-
Recibir el pago faltante del evento	20 min	Cuentas bancarias	-	-	-	X	-

5.4 Mano de obra directa

Tabla 28 Mano de obra Admon.

ADMINISTRACION		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
Gerente general	4.500.000	54.000.000
Auxiliar contable	1.220.000	14.640.000
Asistente administrativo	1.198.000	14.376.000

Jefe de logística	2.000.000	24.000.000
Jefe de seguridad	1.800.000	21.600.000
Valet parking	1.000.000	12.000.000
Subtotal	11.718.000	140.616.000
Parafiscales	1.054.620	12.655.440
Cesantías	976.109	11.713.313
Intereses sobre Cesantías	9.761	117.133
Prima de Servicios	976.109	11.713.313
Vacaciones	488.641	5.863.687
	15.223.240	182.678.886

Tabla 29 Mano de obra-Ventas

VENTAS		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
Asesor de cotizaciones	1.300.000	15.600.000
Subtotal	1.300.000	15.600.000
Parafiscales	117.000	1.404.000
Cesantías	108.290	1.299.480
Intereses sobre Cesantías	1.083	12.995
Prima de Servicios	108.290	1.299.480
Vacaciones	54.210	650.520
	1.688.873	20.266.475

Tabla 30 Ficha Gr. General


LUXURY 4/7		GERENTE GENERAL	Código:	1
			Versión:	1
			Fecha:	Noviembre del 2022
TITULO DE CARGO	Gerente General	AREA	Operativa y Administrativa	
TITULO DE CARGO JEFE INMEDIATO	Gerente General			
CATEGORIA DEL AREA DE TRABAJO	Gerencial	UBICACION DE LUGAR DE TRABAJO	Bogotá	
NIVEL DECISION	ALTO			
OBJETIVO DEL CARGO				
Dirigir, Administrar y establecer estrategias que permitan el crecimiento de la organización en todos sus frentes: financiero, logístico y administrativo con estabilidad laboral y manejo de los recursos, acompañado de la sostenibilidad a largo plazo				
UBICACION DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA				
				
COMPETENCIA				
DESCRIPCIÓN	REQUISITO	% DE INCIDENCIA		
EDUCACION	Profesional Universitario en Administración de empresas o afines.	20%		
EXPERENCIA	GENERAL: Mínimo 3 años de experiencia, o en actividades dirigidas al sector ESPECÍFICA: Mínimo 1 año en servicio al cliente y Comercial, como jefe	20%		
FORMACIÓN	Innovación y gerencia de elaboración de eventos Manejo de herramientas ofimáticas. Curso básico de ortografía. Curso de servicio al cliente.	10%		
HABILIDADES	Comunicación	10%		
	Trabajo en equipo	10%		
	Autocontrol	15%		
	Servicio al cliente	15%		
TOTAL		100%		
FUNCIONES, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD				
FUNCIÓN	RESPONSABILIDAD	AUTORIDAD		
Desarrollo de Funciones directas del cargo	Dirigir, vigilar, controlar, coordinar y evaluar las diferentes áreas de la empresa.	Aprobación		
	Determinar los niveles, cargos y funciones que desempeñan los responsables de área así como del personal en general	Aprobación		
	Proveer de contactos, negocios y relaciones empresariales.	Aprobación		
	Lidera procesos de planeación estratégica y planifica los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo y desarrolla estrategias generales para alcanzarlos.	Aprobación		
	Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo y dirige a las personas para hacer ejecutar los planes.	Aprobación		
Sistema de Gestión	Implementa una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.	Aprobación		
	Dar tratamiento a las Quejas y Sugerencias del área de operaciones, implementando acciones preventivas, correctivas o de mejora.	Selección e implementación de acciones preventivas y correctivas y notificación al sistema		
	Realizar y presentar el Informe de Gestión del proceso de operaciones	Evaluación proceso de operaciones a su cargo		
	Analizar, proponer, desarrollar y ejecutar mejoras aplicables al área en cuanto a: organización y métodos, procedimientos y en la simplificación e integración de procesos con el fin de garantizar la óptima gestión del área.	Análisis y formulación de propuestas de mejoramiento, Aprobar.		
	Verificar el cumplimiento la Política Integral, los procedimientos y normas establecidas para cada una de las actividades relacionadas con las operaciones.	Desarrollar actividades que permitan el cumplimiento de las políticas y procedimientos de la organización		
Medio Ambiente	Estar informado sobre cambios en la normatividad para la implementación de nuevos procedimientos al interior de la empresa.	Actualización y notificación		
	Cumplir las normas establecidas en medio ambiente identificando los aspectos e impactos y cumpliendo con los procedimientos e instructivos ambientales de las operaciones a su cargo.	Identificar aspectos e impactos derivados de las actividades de las operaciones a su cargo, aprobar planes ambientales		
Salud Ocupacional	Hacer uso responsable de los recursos y participar e implementar planes y programas ambientales desde su puesto de trabajo	Adoptar mecanismos que permitan la implementación de los programas en sus actividades		
	Verificar que no existan condiciones inseguras, incidentes y accidentes de trabajo	Reportar condiciones y eventos, proponer y acatar medidas de seguridad - Aprobar		
CONDICIONES DE TRABAJO				
ASPECTOS AMBIENTALES: consumo de recursos, papel, agua, electricidad.				
PELIGROS ASOCIADOS: Riesgo psicosocial. Estrés				
VALORACIONES MEDICAS OCUPACIONALES				
TIPO		REQUERIDO		
Examen Médico General		INGRESO- ANUAL-RETIRO		
NECESIDADES DE CAPACITACION				
TEMATICA		REQUERIDO	NO REQUERIDO	
MANEJO DEL ESTRÉS Y PAUSAS ACTIVAS		x		
SERVICIO AL CLIENTE		x		
COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES		x		
ORDEN Y ASEO EN EL PUESTO DE TRABAJO Y HABITOS SALUDABLES		x		
REALIZO			APROBÓ	
Nombre: Johan Sebastian Vasquez Laverde			Nombre:	
Cargo:			Cargo: Gerente General	
Firma:			Firma:	

Tabla 31 Ficha Aux. Contable

LUXURY 4/7	AUXILIAR CONTABLE	Código:	6
		Versión:	1
		Fecha:	Noviembre del 2022
TÍTULO DE CARGO	Auxiliar contable	AREA	Administrativa
TÍTULO DE CARGO JEFE INMEDIATO	Gerente General		
CATEGORIA DEL AREA DE TRABAJO	Contable	UBICACION DE LUGAR DE TRABAJO	Bogotá
NIVEL DECISIÓN	BAJO		
OBJETIVO DEL CARGO			
Efectuar asientos de las diferentes cuentas, revisando, clasificando y registrando documentos, a fin de mantener actualizados los movimientos contables que se realizan en la empresa			
UBICACION DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA			
COMPETENCIA			
DESCRIPCIÓN	REQUISITO	% DE INCIDENCIA	
EDUCACION	Profesional Universitario o tecnólogo en contabilidad	20%	
EXPERIENCIA	GENERAL: Mínimo 1 año ESPECÍFICA: Mínimo 1 año	20%	
FORMACIÓN	Contabilidad Básica y Servicio al cliente	10%	
HABILIDADES	Comunicación	10%	
	trabajo en equipo	10%	
	Autocontrol	15%	
	Matemática	15%	
TOTAL		100%	
FUNCIONES, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD			
FUNCION	RESPONSABILIDAD	AUTORIDAD	
Desarrollo de Funciones directas del cargo	Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos.	Aprobación	
	Revisa y compara lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas.	Aprobación	
	Archiva documentos contables para uso y control interno.	Aprobación	
	Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos.	Aprobación	
	Totaliza las cuentas de ingreso y egresos y emite un informe de los resultados.	Aprobación	
	Diligenciar los formatos del sistema asociados al cargo	Diligenciamiento de formatos	
	Analizar, proponer, desarrollar y ejecutar mejoras aplicables al área en cuanto a: la contabilidad	Análisis y formulación de propuestas de mejoramiento, Aprobar.	
Apoyar en la actualización de documentos del proceso operaciones	Generación de documentación del proceso, Aprobar.		
Medio Ambiente	Cumplir las normas establecidas en medio ambiente identificando los aspectos e impactos y cumpliendo con los procedimientos e instructivos ambientales de las operaciones a su cargo.	Identificar aspectos e impactos derivados de las actividades de las operaciones a su cargo, aprobar planes ambientales	
	Hacer uso responsable de los recursos y participar e Implementar planes y programas ambientales desde su puesto de trabajo	Adoptar mecanismos que permitan la implementación de los programas en sus actividades	
Salud Ocupacional	Verificar que no existan condiciones inseguras, incidentes y accidentes de trabajo	Reportar condiciones y eventos, proponer y acatar medidas de seguridad - Aprobar	
	Vigilar el Cuidado y uso de la dotación y los Elementos de protección personal suministrados por la organización.		
	Apoyar identificar necesidades de capacitación en el personal que participa en la contabilidad	Aprobar las capacitaciones de acuerdo a las necesidades formativas	
CONDICIONES DE TRABAJO			
ASPECTOS AMBIENTALES: consumo de recursos, papel, agua, electricidad.			
PELIGROS ASOCIADOS: Riesgo psicosocial.			
VALORACIONES MEDICAS OCUPACIONALES			
	TIPO	REQUERIDO	
Examen Médico General		INGRESO- ANUAL- RETIRO	
NECESIDADES DE CAPACITACION			
	TEMATICA	REQUERIDO	NO REQUERIDO
MANEJO DEL ESTRÉS Y PAUSAS ACTIVAS		X	
SERVICIO AL CLIENTE		X	
ORDEN Y ASEO EN EL PUESTO DE TRABAJO Y HÁBITOS SALUDABLES		X	
	REALIZO	APROBO	
Nombre: Johan Sebastian Vasquez Laverde		Nombre:	
Cargo:		Cargo: Gerente General	
Firma:		Firma:	

Tabla 32 Ficha Asis. Administrativo

LUXURY 4/7	Asistente administrativo	Código:	8
		Versión:	1
		Fecha:	Noviembre del 2022
TÍTULO DE CARGO	Asistente administrativo	ÁREA	Administrativa
TÍTULO DE CARGO JEFE INMEDIATO	Gerente General		
CATEGORÍA DEL ÁREA DE TRABAJO	Administrativo	UBICACIÓN DE LUGAR DE TRABAJO	Bogotá
NIVEL DECISIÓN	BAJO		
OBJETIVO DEL CARGO			
Brindar apoyo administrativo asistencial mediante la atención, seguimiento, registro y control de trámites, actividades, documentación y requerimientos del área funcional, acorde con las normas y procedimientos internos, asegurando que la gestión integral de las acciones se realice de forma eficiente y efectiva.			
UBICACIÓN DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA			
COMPETENCIA			
DESCRIPCIÓN	REQUISITO	% DE INCIDENCIA	
EDUCACIÓN	Profesional Universitario o técnico en administración	20%	
EXPERIENCIA	GENERAL: Mínimo 6 meses ESPECÍFICA: Mínimo 6 meses	20%	
FORMACIÓN	Asistente administrativo y Servicio al cliente	10%	
HABILIDADES	Comunicación	10%	
	Trabajo en equipo	10%	
	Autocontrol	15%	
	Preactivo	15%	
	TOTAL	100%	
FUNCIONES, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD			
FUNCION	RESPONSABILIDAD	AUTORIDAD	
Desarrollo de Funciones directas del cargo	Dar la bienvenida y ayudar a los visitantes de la oficina o empresa.	Aprobación	
	Atención al cliente: reclamos y sugerencias.	Aprobación	
	Programar citas, recibir y entregar la correspondencia y manejar los correos electrónicos entrantes y responderlos.	Aprobación	
	Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos.	Aprobación	
	Editar, hacer fotocopias y archivar documentos.	Aprobación	
	Diligenciar los formatos del sistema asociados al cargo	Diligenciamiento de formatos	
	Realizar un orden del día para los asistentes a las reuniones	Análisis y formulación de propuestas de mejoramiento, Aprobar.	
Medio Ambiente	Verificar el cumplimiento la Política Integral, los procedimientos y normas establecidas para cada una de las actividades relacionadas con las operaciones.	Desarrollar actividades que permitan el cumplimiento de las políticas y procedimientos de la organización	
	Participar activamente en las capacitaciones externas e internas de la organización.	Participación	
	Cumplir las normas establecidas en medio ambiente identificando los aspectos e impactos y cumpliendo con los procedimientos e instructivos ambientales de las operaciones a su cargo.	Identificar aspectos e impactos derivados de las actividades de las operaciones a su cargo, aprobar planes ambientales	
Salud Ocupacional	Hacer uso responsable de los recursos y participar e Implementar planes y programas ambientales desde su puesto de trabajo	Adoptar mecanismos que permitan la implementación de los programas en sus actividades	
	Verificar que no existan condiciones inseguras, incidentes y accidentes de trabajo	Reportar condiciones y eventos, proponer y acatar medidas de seguridad - Aprobar	
	Vigilar el Cuidado y uso de la dotación y los Elementos de protección personal suministrados por la organización.	Aprobar las capacitaciones de acuerdo a las necesidades formativas	
	Apoyar identificar necesidades de capacitación en el personal que participa en la contabilidad		
CONDICIONES DE TRABAJO			
ASPECTOS AMBIENTALES: consumo de recursos, papel, agua, electricidad.			
PELIGROS ASOCIADOS : Riesgo psicosocial.			
VALORACIONES MEDICAS OCUPACIONALES			
TIPO	REQUERIDO		
Examen Médico General	INGRESO-ANUAL- RETIRO		
NECESIDADES DE CAPACITACION			
TEMÁTICA	REQUERIDO	NO REQUERIDO	
MANEJO DEL ESTRÉS Y PAUSAS ACTIVAS	x		
SERVICIO AL CLIENTE	x		
ORDEN Y ASEO EN EL PUESTO DE TRABAJO Y HÁBITOS SALUDABLES	x		
REALIZO			APROBÓ
Nombre: Johan Sebastian Vasquez Lavende			Nombre:
Cargo:			Cargo: Gerente General
Firma:			Firma:

Tabla 33 Ficha Jefe de logística

LUXURY 4/7	JEFE DE LOGISTICA	Código:	4
		Versión:	1
		Fecha:	Noviembre del 2022
TITULO DE CARGO	Jefe de logística	AREA	Operativa y logística
TITULO DE CARGO JEFE INMEDIATO	Gerente General		
CATEGORIA DEL AREA DE TRABAJO	Logística	UBICACION DE LUGAR DE TRABAJO	Bogotá
NIVEL DE DECISIÓN	BÁSICO		
OBJETIVO DEL CARGO			
El objetivo de la logística es controlar con eficiencia todos los recursos, de manera que se cumplan los objetivos principales y se cubran las necesidades del cliente.			
UBICACION DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA			
COMPETENCIA REQUISITO			
DESCRIPCIÓN			% DE INCIDENCIA
EDUCACIÓN	Teórica o tecnológica en carreras afines de logística		20%
EXPERIENCIA	GENERAL: Mínimo 2 años de experiencia, o en actividades dirigidas al sector		20%
FORMACIÓN	Contabilidad Básica, ofimática y Servicio al cliente		10%
HABILIDADES	Comunicación		10%
	trabajo en equipo		10%
	Autocontrol		13%
	Servicio al cliente		13%
TOTAL			100%
FUNCIONES, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD			
FUNCION	RESPONSABILIDAD		AUTORIDAD
Desarrolla de Funciones directas del cargo	Control y organización de los eventos		Aprobación
	Entrega a tiempo la decoración de los eventos		Aprobación
	Control de inventario		Aprobación
Sistema de Gestión	Diligenciar los formatos del sistema asociados al cargo		Diligencia dentro de formatos
	Analizar, proponer, desarrollar y ejecutar mejoras aplicables al área en cuanto a: organización y métodos, procedimientos y en la simplificación e integración de procesos con el fin de garantizar la óptima gestión del área.		Análisis y formulación de propuestas de mejoramiento, Aprobar.
	Apoyar en la actualización de documentos del proceso operaciones		Generación de documentación del proceso
	Verificar el cumplimiento la Política Integral, los procedimientos y normas establecidas para cada una de las actividades relacionadas con las operaciones.		Desarrollar actividades que permitan el cumplimiento de las políticas y procedimientos de la organización
	Estar informada sobre cambios en la normatividad para la implementación de nuevos procedimientos al interior de la empresa.		Actualización y notificación
Medio Ambiente	Participar activamente en las capacitaciones externas e internas de la organización.		Participación
	Cumplir las normas establecidas en medio ambiente identificando los aspectos e impactos y cumpliendo con los procedimientos e instructivos ambientales de las operaciones a su cargo.		Participación
Salud Ocupacional	Hacer uso responsable de los recursos y participar e Implementar planes y programas ambientales desde su puesto de trabajo		Adaptar mecanismos que permitan la implementación de los programas en sus actividades
	Participar en la planeación y realización de simulacros para la atención de emergencias		Participar
CONDICIONES DE TRABAJO			
ASPECTOS AMBIENTALES: consumo de recursos, papel, agua, electricidad.			
PELIGROS ASOCIADOS : Riesgo psicosocial.			
VALORACIONES MEDICAS OCUPACIONALES			
TIPO			REQUERIDO
Examen Médico General			INGRESO- ANUAL- RETIRO
NECESIDADES DE CAPACITACION			
TEMATICA		REQUERIDO	NO REQUERIDO
MANEJO DEL ESTRÉS Y PAUSAS ACTIVAS		x	
SERVICIO AL CLIENTE		x	
ORDEN Y ASEO EN EL PUESTO DE TRABAJO Y HÁBITOS SALUDABLES		x	
INDICADORES DE DESEMPEÑO (OPERATIVOS/ADMINISTRATIVOS)			
INDICADOR DEL CARGO			Descripción
RENOVACIONES			Renovar el 95 de los vencimientos mensuales de las pólizas de seguros generales y autos de los clientes.
QUEJAS Y RECLAMOS			No superior al 1% de quejas recibidas de los clientes vinculados a las organización
PROFUNDIZACIÓN			Ampliar el portafolio del productos que tiene un cliente en seguros generales y autos.
REALIZO		APROBO	
Nombre: Johán Sebastián Vasquez Laverde		Nombre:	
Cargo:		Cargo: Gerente General	
Firma:		Firma:	

Tabla 34 Ficha Jefe de seguridad

LUXURY 4/7	JEFE DE SEGURIDAD	Código:	4
		Versión:	1
		Fecha:	Noviembre del 2022
TITULO DE CARGO	Jefe de logística	AREA	Operativa y logística
TITULO DE CARGO JEFE INMEDIATO	Gerente General		
CATEGORIA DEL AREA DE TRABAJO	Logística	UBICACION DE LUGAR DE TRABAJO	Bogotá
NIVEL DE DECISIÓN	BÁSICO		
OBJETIVO DEL CARGO			
El objetivo de la logística es controlar con eficiencia todos los recursos, de manera que se cumplan los objetivos principales y se cubran las necesidades del cliente.			
UBICACIÓN DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA			
COMPETENCIA			
DESCRIPCIÓN	REQUISITO	% DE INCIDENCIA	
EDUCACION	Curso de seguridad privada	20%	
EXPERIENCIA	GENERAL: Mínimo 1 año de experiencia.	20%	
FORMACIÓN	Bachiller	10%	
HABILIDADES	Comunicación	10%	
	trabajo en equipo	10%	
	Capacidad de liderazgo	15%	
	Capacidad de reacción	15%	
TOTAL		100%	
FUNCIONES, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD			
FUNCION	RESPONSABILIDAD	AUTORIDAD	
Desarrollo de Funciones directas del cargo	Analiza las situaciones de riesgo y planifica y programa las actuaciones precisas para implantar y llevar a cabo los servicios de seguridad	Aprobación	
	Regular el ingreso y salida de las personas	Aprobación	
	Dar información a todo el personal que lo solicite.	Aprobación	
Medio Ambiente	Cumplir las normas establecidas en medio ambiente identificando los aspectos e impactos y cumpliendo	Participación	
	Hacer uso responsable de los recursos y participar e Implementar planes y programas ambientales desde su puesto de trabajo	Adoptar mecanismos que permitan la implementación de los programas en sus actividades	
Salud Ocupacional	Participar en la planeación y realización de simulacros para la atención de emergencias	Participar	
VALORACIONES MEDICAS OCUPACIONALES			
TIPO		REQUERIDO	
Examen Médico General		INGRESO- ANUAL- RETIRO	
NECESIDADES DE CAPACITACION			
TEMATICA	REQUERIDO	NO REQUERIDO	
MANEJO DEL ESTRÉS Y PAUSAS ACTIVAS	x		
MANEJO DE PERSONAL	x		
ORDEN Y ASEO EN EL PUESTO DE TRABAJO Y HÁBITOS SALUDABLES	x		
REALIZÓ		APROBÓ	
Nombre: Johan Sebastian Vasquez Laverde Cargo: Firma:		Nombre: Cargo: Gerente General Firma:	

Tabla 35 Ficha Valet Parking

LUXURY 4/7	Valet parking	Código:	2
		Versión:	1
		Fecha:	Noviembre del 2022
TITULO DE CARGO	Valet parking	AREA	Logistica
TITULO DE CARGO JEFE INMEDIATO	Jefe de seguridad		
CATEGORIA DEL AREA DE TRABAJO	Logistica	UBICACION DE LUGAR DE TRABAJO	Bogotá
NIVEL DE DECISIÓN	BASICO		
OBJETIVO DEL CARGO			
Estacionar los vehículos de los usuarios			
UBICACION DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA			
COMPETENCIA			
DESCRIPCIÓN	REQUISITO	% DE INCIDENCIA	
EDUCACION	Licencia de conducción	20%	
EXPERIENCIA	Sin experiencia	20%	
FORMACIÓN	Bachiller	10%	
HABILIDADES	Comunicación	10%	
	trabajo en equipo	10%	
	Comprensión	15%	
	Servicio al cliente	15%	
TOTAL			
100%			
FUNCIONES, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD			
FUNCION	RESPONSABILIDAD	AUTORIDAD	
Desarrollo de Funciones directas del cargo	Estacionar los vehículos de los clientes	Aprobación	
	Entregar el vehículo a su respectivo dueño	Aprobación	
	Dar información a todo el personal que lo solicite.	Aprobación	
Medio Ambiente	Cumplir las normas establecidas en medio ambiente identificando los aspectos e impactos y cumpliendo	Participación	
	Hacer uso responsable de los recursos y participar e Implementar planes y programas ambientales desde su puesto de trabajo	Adoptar mecanismos que permitan la implementación de los programas en sus actividades	
Salud Ocupacional	Participar en la planeación y realización de simulacros para la atención de emergencias	Participar	
VALORACIONES MEDICAS OCUPACIONALES			
	TIPO	REQUERIDO	
Examen Médico General		INGRESO- ANUAL- RETIRO	
NECESIDADES DE CAPACITACION			
	TEMATICA	REQUERIDO	NO REQUERIDO
MANEJO DEL ESTRÉS Y PAUSAS ACTIVAS		x	
MANEJO DE PERSONAL		x	
	REALIZÓ	APROBÓ	
Nombre: Johan Sebastian Vasquez Laverde		Nombre:	
Cargo:		Cargo: Gerente General	
Firma:		Firma:	

Tabla 36 Ficha Asesor de Cotizaciones

LUXURY 4/7	ASESOR DE COTIZACIONES		Versión:	1
			Fecha:	Noviembre del 2022
TITULO DE CARGO	Asesor comercial	AREA	Operativa y Administrativa	
TITULO DE CARGO JEFE INMEDIATO	Gerente General			
CATEGORIA DEL AREA DE TRABAJO	Comercial	UBICACION DE LUGAR DE TRABAJO	Bogotá	
NIVEL DECISIÓN	BÁSICO			
OBJETIVO DEL CARGO				
Elaborar cotizaciones y órdenes de pedido, Actualizar el CRM de acuerdo a las actividades realiza diariamente: oportunidades, cuentas, candidatos, casos (quejas y reclamos), informes de competencia, informes de no existencia.				
UBICACIÓN DEL CARGO EN EL ORGANIGRAMA				
COMPETENCIA				
DESCRIPCIÓN	REQUISITO	% DE INCIDENCIA		
EDUCACION	Tecnologo o profesional en cualquier carrera	20%		
EXPERIENCIA	GENERAL: Mínimo 1 años de experiencia. En servicio al cliente	20%		
FORMACIÓN	Contabilidad Basica y Servicio al cliente, ofmatica	10%		
HABILIDADES	Comunicación	10%		
	trabajo en equipo	10%		
	Autocontrol	15%		
	Servicio al cliente	15%		
TOTAL		100%		
FUNCIONES, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD				
FUNCION	RESPONSABILIDAD	AUTORIDAD		
Desarrollo de Funciones directas del cargo	Conocer acertadamente los servicios de la organización.	Aprobación		
	Asesorar de manera real y objetiva a los clientes y sus necesidades. Ser el puente de comunicación con los diferentes clientes. Dar tratamiento a las Quejas y Sugerencias del área de operaciones, implementando acciones preventivas, correctivas o de mejora.	Aprobación Aprobación Selección e implementación de acciones preventivas y correctivas y notificación al sistema		
Sistema de Gestion	Optimizar los canales de venta de una compañía. cumplir la Política Integral, los procedimientos y normas establecidas para cada una de las actividades relacionadas con las operaciones.	Redes sociales Desarrollar actividades que permitan el cumplimiento de las políticas y procedimientos de la organización		
Medio Ambiente	Cumplir las normas establecidas en medio ambiente identificando los aspectos e impactos y cumpliendo con los procedimientos e instructivos ambientales de las operaciones a su cargo.	Identificar aspectos e impactos derivados de las actividades de las operaciones a su cargo, aprobar planes ambientales		
	Hacer uso responsable de los recursos y participar e Implementar planes y programas ambientales desde su puesto de trabajo	Adoptar mecanismos que permitan la implementación de los programas en sus actividades		
Salud Ocupacional	Verificar que no existan condiciones inseguras, incidentes y accidentes de trabajo	Reportar condiciones y eventos, proponer y acatar medidas de		
	Participar en la planeación y realización de simulacros para la atención de emergencias	Participar		
CONDICIONES DE TRABAJO				
ASPECTOS AMBIENTALES: consumo de recursos, papel, agua, electricidad.				
PELIGROS ASOCIADOS : Riesgo psicosocial.				
VALORACIONES MEDICAS OCUPACIONALES				
	TIPO	REQUERIDO		
Examen Médico General		INGRESO- ANUAL- RETIRO		
NECESIDADES DE CAPACITACION				
	TEMATICA	REQUERIDO	NO REQUERIDO	
	MANEJO DEL ESTRÉS Y PAUSAS ACTIVAS	x		
	SERVICIO AL CLIENTE	X		
	ORDEN Y ASEO EN EL PUESTO DE TRABAJO Y HÁBITOS SALUDABLES	x		
	REALIZÓ		APROBÓ	
Nombre: Johan Sebastian Vasquez Laverde			Nombre:	
Cargo:			Cargo: Gerente General	
Firma:			Firma:	

5.5 Localización de la Planta o actividad económica

Tabla 37 Plano de la empresa

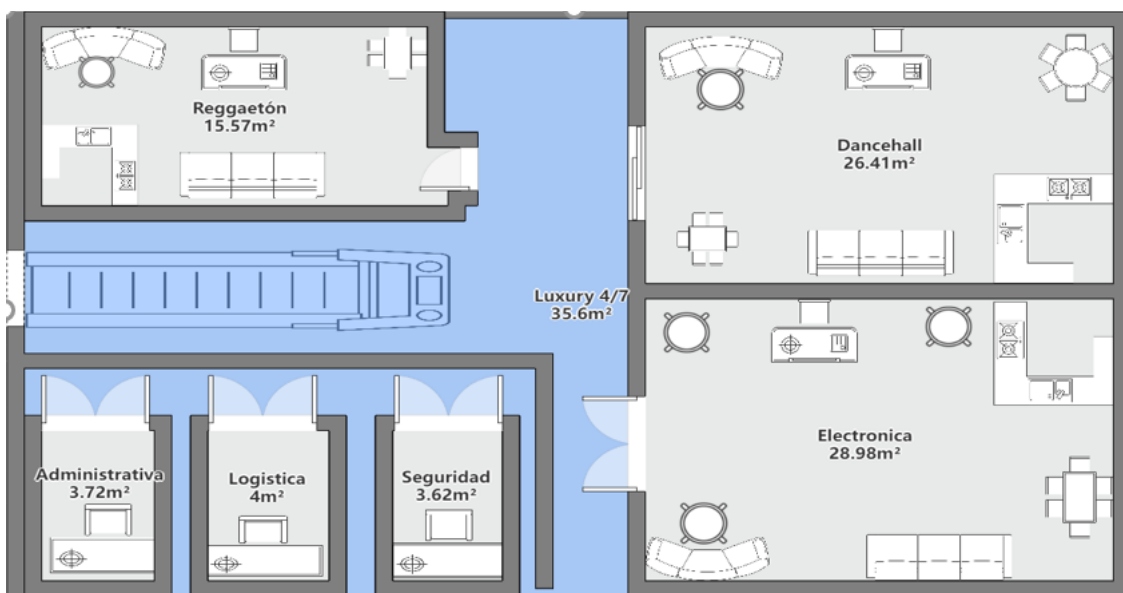
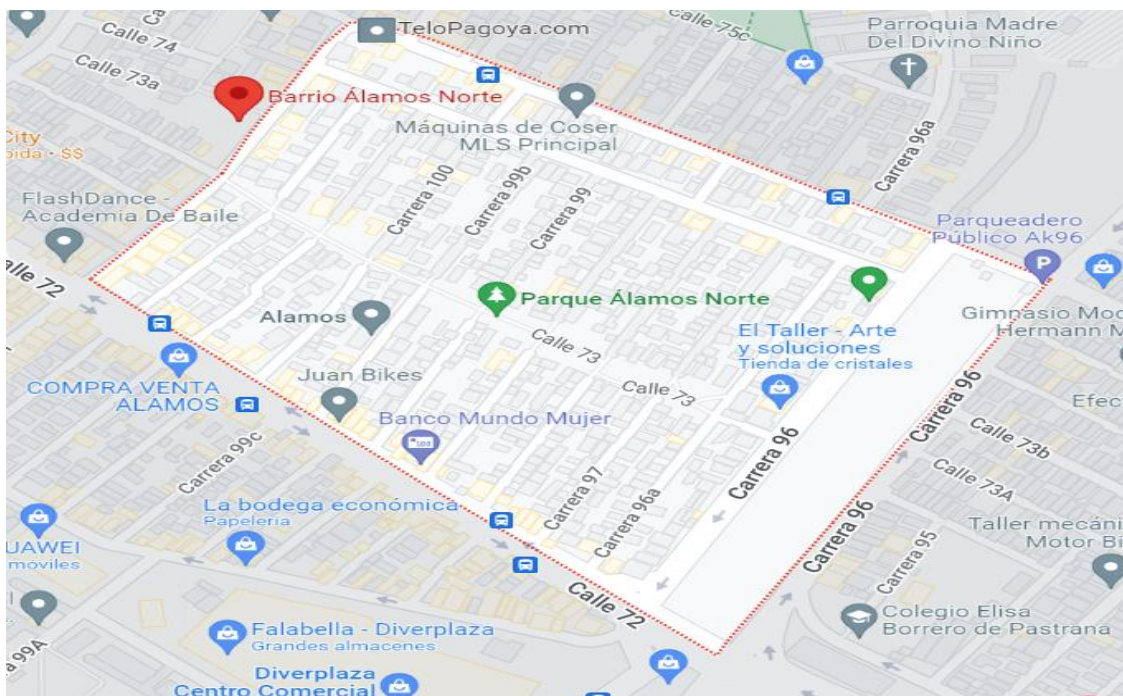


Tabla 38 Ubicación empresa



5.6 Precisión de Inversiones y Gastos iniciales.

Tabla 39 Inversiones y Gastos iniciales

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA:	Valores en \$		AÑO 1 \$	AÑOS AMORTIZACION
CAMARA DE COMERCIO	38.000		38.000	
INVIMA	5.156.198		5.156.198	
RUT	-		-	
SANIDAD	-		-	
MESAS	458.000		458.000	
PANTALLAS LED	5.900.000		5.900.000	
VITRINA DE LICOR	2.300.000		2.300.000	
SILLA BAR	130.000		130.000	
VITRINA	500.000		500.000	
SOFÁS	1.177.130		1.177.130	
BOLA DE ESPEJO CRISTAL	221.000		221.000	
COMPUTADOR	1.780.900		1.780.900	
LUCES LED	449.500		449.500	
ALTAVOZ	12.146.800		12.146.800	
MIXER	1.690.900		1.690.900	
CAJA DE VASOS	539.880		539.880	
Total gastos puesta en marcha	32.488.308	Total gastos puesta	32.488.308	

Capítulo IV

6. Aspectos Legales Financieros y Organizativos

6.1 Plan Económico y Financiero

6.1.1 Gastos Preoperativos

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA:	\$
Cámara de Comercio	35.000
Rut	
Registro mercantil	
Concepto Sanitario	
Certificado de Seguridad	
Total, gastos puesta en marcha	35.000

6.1.2 Gastos Generales

Tabla 21

PARAFISCALES PRESTACIONES SOCIALES	Y	TASA	TASA
Parafiscales		9,00%	9,00%
Cesantías		8,33%	8,33%
Intereses sobre Cesantías		1,00%	1,00%
Prima de Servicios		8,33%	8,33%
Vacaciones		4,17%	4,17%
Total		30,83%	30,83%

Gastos de administración y ventas

GASTOS DE ADMINISTRACION		
CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1
Arriendo	4.500.000	54.000.000
Luz	220.000	2.640.000
Agua	350.000	4.200.000
Internet	250.000	3.000.000
Teléfono	120.000	1.440.000
Subtotal	5.440.000	65.280.000

6.3 Inversiones Iniciales

ACTIVOS FIJOS (Discriminar)	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL REQUERIDO	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACION AÑO 1
Terrenos							
Construcciones						2	
Total maquinaria y equipo:	22.189.190					10	
Computador	1.780.900						
Pantallas Led	5.900.000						
Bola de espejo cristal	221.000						
Luces Led	449.500						
Altavoz	12.146.800						
Mixer	1.690.990						
Total muebles y enseres:	63.271.400					5	
Sillas	5.850.000						
Mesas	9.740.000						
Vitrina	12.000.500						
Sofá	35.680.900						
Vehiculos:						1	
Total inversión fija	85.460.590					18	
Inversión Total	165.759.311				80.298.721	18	
Participación %	206,43%				100,00%		

6.1.4 Costos Directos

6.1.4.1 Plan Financiero

CAPITAL DE TRABAJO	CREDITO	PROVEEDORES	OTROS	RECURSOS PROPIOS	TOTAL
Inventario materia prima	34.626.060				34.626.060
Inventario maquinaria en proceso	45.000.000				45.000.000
Cartera					
Inversiones diferidas					
Caja	15.360.000				15.360.000
Total capital de trabajo	94.986.060				94.986.060

6.1.4.2. Tesorería Provisional y Flujo de Caja

PRIMER AÑO FLUJO DE CAJA MENSUAL

MESES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO
VENTAS													
COMPRAS M.P. E INSUMOS	14.000.000	14.000.000	14.690.000	14.690.000	15.620.000	15.620.000	15.890.000	15.890.000	16.030.000	16.030.000	16.360.000	16.360.000	185.180.000

+

CONCEPTO/MESES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO
I. Ingresos Operativos													
1. Ventas de Contado													
2. Ventas a Crédito													
3. Recuperación Cartera													
Total Ingresos Operativos													
II. Gastos Operativos Fijos													
A. Fijos:													
1. Pagos Laborales:	117.800.000	117.800.000	117.800.000	117.800.000	117.800.000	117.800.000	117.800.000	117.800.000	117.800.000	117.800.000	117.800.000	117.800.000	43.470.000
2. Arrendamientos	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	54.000.000
3. Servicios	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	570.000	2.160.000
4. Mantenimiento													
5. Publicidad	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	8.400.000
6. Transporte													
7. Otros	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	42.000.000
8. Preoperativos													
Subtotal	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	150.030.000
A. Variables													
1. Compra de Contado Materia Prima e Insumos	34.626.060												34.626.060
2. Compra a Crédito Materia Prima e Insumos	33.126.060												33.126.060
2. Pago compras a crédito													
3. Compra Insumos para Inventarios													
4. Pago Proveedores Histórico													
5. Pago M.O. Y Gastos de Fabricación													
Subtotal	67.752.120												67.752.120
Total Gastos Operativos	194.822.120	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	127.070.000	1.592.592.120
Superavit/(deficit) Operativo	-194.822.120	-127.070.000	-127.070.000	-127.070.000	-127.070.000	-127.070.000	-127.070.000	-127.070.000	-127.070.000	-127.070.000	-127.070.000	-127.070.000	-1.592.592.120
III. Inversiones Fijas													
1. Terrenos													
2. Edificaciones													
3. Maquinaria y Equipo	45.000.000												45.000.000
4. Muebles y Enseres	61.271.400												61.271.400
5. Vehiculos													
Subtotal	106.271.400												106.271.400

6.1.4.3 PYG Provisional

6.1.4.4 Factibilidad Financiera

Una vez generando el análisis del proyecto es indispensable indicar que el mismo es muy alto para iniciar, el cual es necesario garantizar un alto aporte a capital para que el mismo logre llevarse a flote, por tal razón es muy importante invertir el tiempo para recuperar el capital aportado.

6.1.4.5 Criterios de Evaluación TIR VAN

6.1.4.6 Análisis de Sensibilidad

"Los negocios en general son altamente responsables y tienen que vender productos, contratar personal en sus comunidades, tienen que mantener a sus trabajadores. Así que la mayoría de las compañías reconocen la responsabilidad que tienen hacia el público en general".

6.1.4.7. Consideraciones sobre el impacto ambiental

servicios	
33751	Certificaciones y/o copias de los registros de las organizaciones sindicales ante el Ministerio del Trabajo
35968	Expedición del certificado de existencia y representación legal de las asociaciones de pensionados
33683	Orientación laboral

6.1.4.8. Introducción al mapa de riesgos

✓ Fuga o robo de datos

El robo o la fuga de esa información puede apartar nuestro proyecto del camino hacia el éxito o incluso afectar estrictamente a su continuidad. Por ello, contaremos con las soluciones tecnológicas adecuadas en cuanto a seguridad, almacenamiento y protección de datos debe ser prioritario.

✓ Infección

Una infección puede traer consigo desde un secuestro de datos hasta una inutilización completa de sistemas y redes. Cobra entonces una importancia más que relevante, la inclusión de sistemas de firewalls u otras soluciones de seguridad tecnológica en general que aseguren la fortaleza de la infraestructura tecnológica de las empresas.

✓ Destrucción de Equipos

La destrucción de equipos (ordenadores, teléfonos móviles) puede provocar una pérdida irreparable de datos e información. No obstante, la consolidación de la información con una solución de almacenamiento global corporativa y la incorporación de tecnologías de virtualización y recuperación de datos representan una solución sencilla para este tipo de riesgos.

6.1.4.9. Solicitud de Crédito para creadores de empresa

Ejemplo de una platilla, para la solicitud de un crédito

Grupo Bancolombia		SOLICITUD CRÉDITO CONSUMO		Espacio para Label	
Radicado		Todos los campos son obligatorios, si no cuenta con algún dato, por favor diligenciar en el campo respectivo "No Aplica (NA)", sin tachones ni enmendaduras y con letra imprenta.			
N° Oficina	2 5 6	Código Asesor	2 4 B 5 3	Fecha Diligencia/Entorno	
Tipo de Solicitante				DD MM AAAA	
<input checked="" type="checkbox"/> Deudor <input type="checkbox"/> Codeudor <input type="checkbox"/> Avalista <input type="checkbox"/> Amparador <input type="checkbox"/> Representante/Apoderado					
Información Personal y de Vivienda					
Tipo de Documento		<input checked="" type="checkbox"/> CC <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> PP <input type="checkbox"/> CD		No. Identificación	
Primer Nombre		Julie th		Segundo Nombre	
Primer Apellido		C a r o		Segundo Apellido	
G a m e z					
Correo Electrónico					
a d . J u l i e t h . c a r o e u n i l a t i n a . e d u . c o					
Celular		Teléfono Residencia		Ciudad	
3 1 3 4 8 3 2 4 1 5				B o g o t a D . C	
Dirección de Residencia					
C a l i e 3 B N o . 2 4 B - 3 2					
Estado Civil		Nivel Académico			
<input checked="" type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Unión Libre		<input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Bachillerato <input checked="" type="checkbox"/> Tecnológico <input type="checkbox"/> Universitario <input type="checkbox"/> Postgrado <input type="checkbox"/> Ninguno			
Número Personas a Cargo		Tipo de Vivienda		Estrato	
0		<input type="checkbox"/> Propia <input checked="" type="checkbox"/> Familiar <input checked="" type="checkbox"/> Arrendada		3	
		<small>* Familiar: Cuando el solicitante vive en una vivienda de un familiar y no tiene vivienda propia ni arrendada. * Propia: Con afectación a Vivienda Familiar.</small>		Años: AA Meses: 0 6	
		<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No			
Si la Vivienda es Arrendada por Favor Diligencie la Siguiete Información					
Nombre del Arrendador				Teléfono	
Información Laboral (Por favor diligencie esta información si es empleado o independiente)					
Nombre de la Empresa o Establecimiento				Nit.	
Ocupación /Oficio					
<input checked="" type="checkbox"/> Empleado <input type="checkbox"/> Pensionado <input type="checkbox"/> Ama de Casa <input type="checkbox"/> Desempleado con Ingresos <input type="checkbox"/> Estudiante <input type="checkbox"/> Ganadero <input type="checkbox"/> Profesional Independiente <input type="checkbox"/> Desempleado Sin Ingresos <input type="checkbox"/> Rentista de Capital <input type="checkbox"/> Agricultor <input type="checkbox"/> Comerciante <input type="checkbox"/> Independiente <input type="checkbox"/> Socio o Empleado – Socio					
Fecha de Ingreso Empresa		Tipo de Contrato		Tiempo en Empresa	
0 3 0 7 2 0 2 2		<input type="checkbox"/> Fijo <input checked="" type="checkbox"/> Indefinido <input type="checkbox"/> Otro Cual?		Años: AA Meses: 0 4	
Actividad Económica Principal					
<input type="checkbox"/> Cultivar, Cosechar, Criar <input type="checkbox"/> Fabricar, Manufacturar, Transformar <input type="checkbox"/> Construir <input type="checkbox"/> Vender y/o Comprar <input checked="" type="checkbox"/> Suministrar o Prestar Servicios <input type="checkbox"/> Explotar, Extraer, Explorar El Subsuelo <input type="checkbox"/> Transportar <input type="checkbox"/> Rentista de Capital					
Información del Cónyuge o Compañero(a) Permanente					
Tipo Documento		<input type="checkbox"/> CC <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> PP <input type="checkbox"/> CD		No. Identificación	
Primer Nombre				Segundo Nombre	
Primer Apellido				Segundo Apellido	
Detalle Información Financiera					
Ingresos Mensuales					
Salario Fijo		\$ 1 2 0 0 0 0 0 0		Otros Ingresos \$ 2 0 0 0 0 0 0	
Salario Variable		\$		¿Cuales?	

Arrendamientos	\$		Total Ingresos	\$	
Egresos Mensuales					
Gastos Familiares		Arrendamiento (Vivienda)		Total Egresos	
\$ 8 0 0 0 0 0		\$		\$ 8 0 0 0 0 0	
Información Balance Personal					
Activos					
Bienes Raíces	\$	5 0 0 0 0 0	Vehículos	\$	
Total Activos	\$		Total Pasivos	\$	5 0 0 0 0 0
Información Referencias					
Referencia Personal					
Primer Nombre		K a r e n		Segundo Nombre	
Primer Apellido		O s o r i o		Segundo Apellido	
				S t e p h a n y	
				D i a z	
Tipo Documento			No. Identificación		
<input checked="" type="checkbox"/> CC <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> PP <input type="checkbox"/> CD			1 0 0 0 7 9 2 9 8 8		
Dirección				Ciudad	
C a l l e 6 6 A s u r N o B 1 - 5 7				B o g o t a	
Teléfono		Celular		Parentesco	
		3 1 0 4 8 9 2 7 3 7		A m i g a	
Referencia Familiar (Familiares que no vivan con usted)					
Primer Nombre		S i l v i a		Segundo Nombre	
Primer Apellido		G a m e z		Segundo Apellido	
				D a n e l i l y	
				R o j a s	
Tipo Documento			No. Identificación		
<input checked="" type="checkbox"/> CC <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> PP <input type="checkbox"/> CD			5 2 4 3 5 2 3 7		
Dirección				Ciudad	
C r a 1 0 4 a N o . 5 6 F 7 4				B o g o t a	
Teléfono		Celular		Parentesco	
		3 1 3 2 7 9 5 0 3 9		T i a	
Información Crédito de Consumo / Tarjeta de Crédito / Vehículo					
Tipo producto					
<input type="checkbox"/> Creditgl <input type="checkbox"/> Libranza <input checked="" type="checkbox"/> Libre Inversión <input type="checkbox"/> Vehículo <input type="checkbox"/> Sobregiro <input type="checkbox"/> Adelanto Ingreso <input type="checkbox"/> Tarjeta Crédito					
Aumento de Cupo		Valor Solicitado		Plazo (Meses)	
<input checked="" type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		\$ 1 0 0 0 0 0 0 0		6 0	
Valor Comercial Vehículo		Tipo de Vehículo		Modelo	
\$		<input type="checkbox"/> Nuevo <input type="checkbox"/> Usado			
Línea Financiación		% financiación		Uso del Vehículo	
<input checked="" type="checkbox"/> Crédito <input type="checkbox"/> Leasing		1 7		<input type="checkbox"/> Particular <input type="checkbox"/> Público <input type="checkbox"/> Carga Propia <input type="checkbox"/> Carga a Terceros	
Tipo de Franquicia			Nombre y Apellido para Personalización de Tarjeta (Max. 20 caracteres)		
<input checked="" type="checkbox"/> Visa <input type="checkbox"/> Mastercard <input type="checkbox"/> American Express			J U L I E T H C A R O		
Ciudad Entrega Tarjeta Crédito		Dirección Entrega Tarjeta Crédito			
B O G O T A		C A L L E 3 8 N O 2 4 B - 3 2			
Tipo de Cuenta para Desembolso			Número de Cuenta para Desembolso		
<input checked="" type="checkbox"/> Ahorros <input type="checkbox"/> Corriente			2 9 3 2 7 9 1 0 3 5 1		
Autorizo Débito Automático		Tipo de Cuenta a Debitar		Número de Cuenta a Debitar	
<input checked="" type="checkbox"/> Pago Mínimo <input type="checkbox"/> Pago Total		<input checked="" type="checkbox"/> Ahorros <input type="checkbox"/> Corriente		2 9 3 2 7 9 1 0 3 5 1	
Código referido/ ejecutivo portafolio		¿Cliente Firmó Pagaré y Contrato?		Tipo Beneficio	
		<input checked="" type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No			

o el delito de financiación del terrorismo o administración de recursos relacionados con actividades terroristas; ii) sancionado(s) administrativamente por violaciones a cualquier norma anticorrupción; iii) incluido(s) en listas administradas por cualquier autoridad nacional o extranjera para el control de lavado de activos y/o financiación del terrorismo y/o corrupción en cualquiera de sus modalidades; iv) vinculado(s) a cualquier tipo de investigación, proceso judicial o administrativo, adelantado por las autoridades competentes del orden nacional o extranjero, por la presunta comisión de delitos o infracciones relacionadas con el lavado de activos, delitos fuente de lavado de activos, incluidos delitos contra la administración pública, y/o financiación del terrorismo o administración de recursos relacionados con actividades terroristas.

INFORMACION. Declaro que: i) esta información es cierta, puede ser utilizada para el proceso de actualización y es verificable en cualquier momento.

ii) Acepto que cualquier inexactitud detectada en la información cancelará la solicitud de Crédito o apertura de crédito solicitado. iii) Conozco que la presentación de esta solicitud no implica compromiso en la aprobación del crédito o apertura de crédito solicitada. iv) Para los eventos definidos por LAS ENTIDADES, voluntariamente he suscrito los documentos, contratos y pagarés en blanco con cartas de instrucciones, requeridos para el desembolso del crédito o apertura de crédito, que estoy solicitando. v) Autorizo a LAS ENTIDADES la destrucción de este formulario, de los documentos soportes de la solicitud y de aquellos firmados previamente al desembolso, o aprobación de la apertura de crédito, en el evento de que el proceso de solicitud de crédito haya sido desfavorable.

PRODUCTO, COSTOS Y TARIFAS. Declaro que he conocido las características y condiciones del producto de crédito, que estoy solicitando, las cuales podrá consultar en las oficinas y en la página web de LAS ENTIDADES.

AUTORIZACIONES TARJETA DE CREDITO. Conozco y acepto que en virtud del proceso de solicitud de Tarjeta de Crédito (cuyos documentos contractuales he suscrito), el Banco estará facultado para entregarme el plástico y/o instrumento de pago que corresponda previo al análisis de los documentos que para tal efecto he de suministrar para el respectivo estudio. Acepto que podré utilizar el plástico y/o instrumento de pago que corresponda, si el crédito rotativo me fuere aprobado y siguiera correctamente las condiciones para la activación del producto. En consecuencia, si aquel no fuere aprobado y hubiere recibido el plástico u otro instrumento de pago, me obligo a destruirlo y a asumir las consecuencias que se puedan derivar por la inobservancia de esta obligación. Cuando la entrega de la tarjeta se realice de manera personalizada, autorizo al Banco para que proceda a la activación de la Tarjeta de Crédito, si dentro de los tres (3) días hábiles contados a partir de la fecha de recibo de la misma, yo no la hubiere activado. De igual forma autorizo al Banco para realizar el envío de la tarjeta a la última dirección de correspondencia por mi informada, y hacer entrega de la misma a quien atienda para su recepción. En este caso, no procederá a la activación en los términos indicados anteriormente, siendo mi responsabilidad realizar la activación a través de los medios o canales dispuestos para el efecto y de acuerdo con el procedimiento indicado por el Banco.

DEBITO AUTOMÁTICO. Autorizo a LAS ENTIDADES o a quien represente sus derechos u ostente en el futuro la calidad de acreedor hasta la cancelación total de la obligación, para debitar de la cuenta designada y de cualquier depósito, fondo o recursos a mi favor o de mi representada en LAS ENTIDADES, el valor total de las cuotas de amortización, cánones, seguros, comisiones y demás valores a mi cargo, de conformidad con las condiciones previamente acordadas.

COMPENSACION. Autorizo a LAS ENTIDADES o a quien represente sus derechos u ostente en el futuro la calidad de acreedor, en forma permanente e irrevocable, para compensar de cualquier depósito a mi nombre o de mi representada, aun cuando ello genere sobregiro, las tarifas, comisiones, cánones, cuota (s) de amortización a capital, intereses, impuestos, seguros, costos y gastos de cobranza judicial y extrajudicial y, demás obligaciones a mi cargo por cualquier producto o servicio prestado por LAS ENTIDADES.

DECLARACION DE CAMBIO, MONETIZACION. Autorizo a Bancolombia S.A. a monetizar los giros recibidos a mi nombre desde el exterior en moneda extranjera que no correspondan a operaciones obligatoriamente canalizables y a suministrar al Banco de la República la información que yo provea a Bancolombia S.A. sobre los datos mínimos de las operaciones de cambio por servicios, transferencias y otros conceptos (Declaración de Cambio), por cada operación que sea monetizada y negociada directamente por Bancolombia S.A.; igualmente, lo autorizo para aplicar dichos recursos al pago de las cuotas, cánones y demás gastos asociados a todas las obligaciones que tenga con el Banco en general. Adicionalmente declaro que todos los giros recibidos y enviados desde y hacia el exterior corresponden a operaciones de cambio no obligatoriamente canalizables.

CORRESPONDENCIA. Autorizo que la correspondencia en general y los extractos me sean enviados a través de los medios virtuales, previamente habilitados e informados por LAS ENTIDADES. Declaramos conocer y aceptar que si deseamos recibirlos por otro medio, podemos solicitarlo a través de la sucursal virtual/actualización de datos, o a través de la sucursal telefónica.

El Reporte Anual de Costos Totales lo deseo recibir: físico virtual

MEDIDAS DE SEGURIDAD.

Declaro que: i) fui informado sobre las medidas y recomendaciones de seguridad que debo observar y cumplir al utilizar los diferentes instrumentos y canales que ofrecen LAS ENTIDADES para realizar transacciones, dentro de las que se encuentran las siguientes: el manejo de claves, activación y bloqueos; no aceptar la ayuda de extraños; utilizar el servicio de alertas y notificaciones; personalizar las transacciones; mantener actualizados mis datos; el manejo de la sucursal virtual digitando en todo caso la página web completa y no a través de enlaces; el manejo de la sucursal virtual a través del celular; mantener actualizado mi computador y mi móvil con herramientas de seguridad como antivirus, antispyware, firewall personal y del sistema operativo con el fin de protegernos de programas que sustraigan información; ii) conozco y comprendo que estas medidas y recomendaciones no son las únicas existentes y por ello entiendo que puedo consultarlas y estudiarlas periódicamente y que las mismas están a mi disposición, entre otras, en la página web de LAS ENTIDADES, con el fin de estar siempre informado sobre las mismas y prevenir situaciones que puedan vulnerar la seguridad de las transacciones y afectarme a mí o a mi representada.

FIRMA Y HUELLA. Autorizo a LAS ENTIDADES a que mi firma y huella, impresa en este formato puedan ser utilizadas para verificaciones internas y cumplimiento a los trámites que por Ley se requiera.

Se firma en señal de conformidad, entendimiento y aceptación de la información aquí consagrada, entre las que se encuentran, las Autorizaciones y Declaraciones, en especial la Autorización para el Tratamiento de Datos Personales y el derecho a la Revocatoria que me asiste en los términos de ley.

Firma del solicitante y titular de la cuenta autorizada para el débito



*Diligenciar si actúa como Representante o Apoderado

Nombre: J U L I E T H C A R O

No. Identificación: 1 0 0 0 5 2 2 2 3 1

Localidad en la que Firma: B O G O T A

Entidad Pagadora de Líquidos

Como Entidad Pagadora acepto descontar mensualmente del salario, honorarios, aportes, mesadas pensionales u otros ingresos a favor del solicitante, el valor de las cuotas para el pago del crédito concedido por Bancolombia y demás valores causados, de acuerdo a la autorización otorgada por el solicitante.

Nombre Entidad Pagadora

Firma Autorizada

Nombre del Autorizado

6.2. Definición forma Jurídica de la empresa

La forma jurídica es la identidad o modalidad legal que adquiere una empresa al ser constituida como tal: según la forma jurídica que se elija, la empresa adquirirá unas u otras obligaciones contables y tributarias, en materia de Seguridad Social y frente a otras entidades.

La importancia de la forma jurídica radica en que de su elección se desgajarán en el futuro todas las obligaciones mencionadas, sin posibilidad de ser eludidas salvo que se modifique la forma jurídica de la empresa en algún momento.

CONCLUSIONES

En conclusión, el paso a paso que se realizó en este proyecto, funciono como una guía para la futura creación del plan de negocio de una empresa encargada en la elaboración de diferentes eventos, que tendrá por nombre LUXURY 4/7, cumpliéndose así el objetivo general del trabajo.

Durante el proyecto se pudo cumplir con los objetivos que tenía la organización, donde sus objetivos eran los siguientes:

- Identificar barreras que se deben llegar para crear un espacio que permita a los jóvenes salir de su zona de confort sanamente.
- Explicar lo valioso de la existencia de lugares de esparcimiento y entretenimiento.
- Conocer cuáles son las preferencias de los consumidores respecto a los géneros de música.

Todo esto se pudo realizar por medio de una “encuesta”, para poder determinar cuáles eran las preferencias de los clientes. Además, se realizó una investigación donde se podía ver quiénes son las competencias directas e indirectas que tiene LUXURY 4/7

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Código Postal. (2021). Código Postal Barrio Los Álamos en Engativá, Bogotá.
- Blog de Mixideas. (2018). Propuesta valor de una empresa.
- John Fredy Cortés (2017). Mercados potenciales, sector terciario.
- Federico J. Caballero Ferrari, 24 de enero, (2016) Sector terciario o servicios.
Economipedia.com
- Audioluces (2019). Cosas que debes saber para elegir el mejor sonido para un evento
- Dian.gov (2022). Tramites y servicios tributarios Rut.
- Lucid Chart (2022) Creación de Organigrama y funciones.