

PROYECTO VIP EVENTOS Y LOGISTICA

LEANY JASBLEIDY SANCHEZ SANCHEZ

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA-UNILATINA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

GESTIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ, 2021

PROYECTO VIP EVENTOS Y LOGISTICA

LEANY JASBLEIDY SANCHEZ SANCHEZ

Trabajo presentado como requisito para optar

El título de tecnólogo en Gestión de Empresas.

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA-UNILATINA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

GESTIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ, 2021

NOTA DE ACEPTACIÓN

PRESIDENTE DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO


FIRMA DEL JURADO

Bogotá, 26 de marzo de 2021

CERTIFICADO DE AUTORIA INTELECTUAL

Bogotá, 26 de marzo de 2021

Yo, Leany Jasbleidy Sanchez Sanchez, declaro que el trabajo de grado llamado proyecto VIP Eventos y Logística presentado como requisito para obtener el título Tecnólogo en Gestión de Empresas otorgado por la facultad de ciencias empresariales de la institución Universitaria Latina Unilatina, es de mi expresa autoría exceptuando los pasajes en donde se indique lo contrario. Las ideas expresadas en este trabajo son de responsabilidad exclusiva de los autores y no constituye compromiso institucional alguno de institución Universitaria Latina Unilatina.

Firma: 

Nombre Completo: Leany Jasbleidy Sanchez Sanchez

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS.....	13
INTRODUCCIÓN.....	14
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1. IDEA DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	16
1.1. MOTIVACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN HACIA LA IDEA DE EMPRESA.....	16
1.1.1. CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA.....	16
1.1.2. ANTECEDENTES EN GENERAL DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	16
1.1.3. DOFA PERSONAL.....	16
1.2. EL PROMOTOR O PROMOTORES.....	17
1.2.1. FACTORES PERSONALES QUE ORIENTAN LA BÚSQUEDA DE LA ACTIVIDAD A DESARROLLAR.....	17
1.2.2. FACTORES SOCIALES.....	17
1.2.3. FACTORES ECONÓMICOS.....	17
1.2.4. FACTORES TECNOLÓGICOS.....	17
1.3. ANÁLISIS DE LAS IDEAS PRELIMINARES.....	18
1.3.1. VENTAJAS.....	18
1.3.2. INCONVENIENTES.....	18
1.3.3. CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIAS FRENTE A LA IDEA EMPRESA.....	18
1.3.4. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA.....	18

1.4. IDENTIFICACIÓN DEL BIEN, DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE SERÁN EL OBJETO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA A DESARROLLAR.....	19
1.5. IDENTIFICACIÓN DE LAS IDEAS O PROYECTOS ALTERNATIVOS O COMPLEMENTARIOS.....	20
1.6. ANTECEDENTES.....	20
1.7. ANÁLISIS DOFA.....	20
1.7.1. ANÁLISIS DOFA EMPRESARIAL.....	20
1.7.2. ANALISIS FODA ESTRATÉGICO.....	21
1.8. RESEÑA DE SU EVOLUCIÓN: ORIGEN, USOS, COMPETENCIA, SUSTITUCIÓN Y COMPLEMENTARIEDAD.....	22
1.8.1. ORIGEN.....	22
1.8.2. USOS.....	22
1.8.3. COMPETENCIAS.....	23
1.8.4. COMPLEMENTARIEDAD.....	23
1.9. EVALUACIÓN NATURAL DEL ENTORNO.....	23
1.9.1. FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES.....	23
1.9.2. FACTORES ECONÓMICOS, SOCIALES Y DEMOGRÁFICOS.....	23
1.9.2.1. FACTORES ECONÓMICOS (MACROAMBIENTE).....	23
1.9.2.2. FACTORES SOCIALES (MACROAMBIENTE).....	24
1.9.2.3. FACTORES DEMOGRÁFICOS (MACROAMBIENTE).....	24
1.9.3. ANÁLISIS DE RIESGOS.....	24

1.94. CAMBIOS TECNOLÓGICOS.....	24
2. EL MERCADO.....	25
2.1. ESTUDIO DEL MERCADO.....	25
2.1.1. OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	25
2.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	25
2.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO, BIENES O SERVICIOS QUE SE DESARROLLARÁN.....	25
2.3. NOMBRES, MARCAS, LOGOTIPOS, EMBLEMAS, SLOGAN.....	26
2.3.1. NOMBRES.....	26
2.3.2. MARCAS.....	26
2.3.3. LOGOTIPOS.....	26
2.3.4. EMBLEMAS.....	26
2.3.5. SLOGAN.....	26
2.3.6. ETIQUETA.....	26
2.3.7. EMPAQUE.....	27
2.4. DEFINICIÓN Y DESCRIPCIÓN.....	27
2.4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	27
2.4.2. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA DE MERCADO.....	27
2.4.3. HERRAMIENTAS Y/O HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN.....	27
2.4.4. CONCLUSIÓN DEL ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	28
2.5. USOS Y USUARIOS: DEFINICIÓN DE LA CLIENTELA POTENCIAL.....	28

2.5.1. USOS.....	28
2.5.2. USUARIOS.....	28
2.5.3. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.....	28
2.6. FACTORES DE COMPETENCIA.....	29
2.7. APROVISIONAMIENTO DE INSUMOS O APOYO TECNOLÓGICO.....	29
2.8. PROVEEDORES INTERNOS Y EXTERNOS.....	30
2.8.1. PROVEEDORES INTERNOS.....	30
2.8.2. PROVEEDORES EXTERNOS.....	30
2.8.3. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.....	31
2.9. ESTACIONALIDAD DEL MERCADEO.....	31
2.10. PODER DE COMPRA.....	31
2.11. RANGO DE PRECIOS O TARIFAS.....	32
2.12. COMPORTAMIENTO DE LA CLIENTELA.....	32
2.13. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.....	33
2.14. ZONAS O ÁREAS POTENCIALES DEL MERCADO.....	33
2.15. TIPOLOGÍA DEL MERCADO.....	34
2.16. DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	34
2.16.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO.....	34
2.17. POLÍTICAS DE PRECIOS O TARIFAS.....	38
2.18. ESTRATEGIAS DE VENTAS.....	38

2.18.1. PROMOCIÓN.....	38
2.18.2. VENTAS DIRECTAS.....	38
2.18.3. VENTAS INDIRECTAS.....	38
2.19. DISTRIBUCIÓN Y MERCADEO.....	38
2.20. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	38
2.21. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	39
3. ASPECTOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS.....	40
3.1. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO.....	40
3.1.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	40
3.1.2. CARGOS Y FUNCIONES DEL PERSONAL.....	40
3.1.3. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO.....	41
3.1.3.1. VISION.....	41
3.1.3.2. MISIÓN.....	41
3.1.3.3. OBJETIVOS.....	42
3.1.3.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	42
3.1.3.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	42
3.1.4. TAMAÑO DEL PRODUCTO O TAMAÑO ÓPTIMO.....	42
3.2. REQUERIMIENTOS TÉCNICOS, TECNOLÓGICOS Y CIENTÍFICOS.....	42
3.3. PLANES GENERALES.....	42
3.4. MANO DE OBRA DIRECTA.....	43

3.5. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA O ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	44
3.6. PRECISIÓN DE INVERSIONES Y GASTOS INICIALES.....	44
3.7. GASTOS PRE OPERATIVOS.....	45
3.8. GASTOS GENERALES.....	45
3.9. INVERSIONES INICIALES.....	46
3.10. COSTOS DIRECTOS.....	47
3.10.1. PLAN FINANCIERO.....	48
3.10.2. TESORERÍA PREVISIONAL Y FLUJO DE CAJA.....	49
3.10.3. ESTADO FINANCIERO.....	50
4. ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS.....	51
4.1. FACTORES PARA DETERMINAR EL TIPO DE PERSONA JURÍDICA.....	51
4.1.1. DEFINICIÓN DE SAS.....	51
4.2. ESTÍMULOS, SUBVENCIONES, APOYOS A LA CREACIÓN DE EMPRESA Y EL EMPLEO RÉGIMEN FISCAL Y REGLAMENTACIÓN DE LA ACTIVIDAD.....	51
4.3. FORMACIÓN DEL CAPITAL.....	52
4.4. RIESGO PATRIMONIAL.....	52
4.5. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO.....	52
4.6. PROCEDIMIENTO PARA LA LEGALIZACIÓN.....	53
4.6.1. ALGUNOS REQUERIMIENTOS Y PROCEDIMIENTOS.....	55
4.7. RECURSOS FINANCIEROS.....	56

4.7.1. RECURSOS PROPIOS VS. INVERSIONISTAS, SOCIOS Y ASOCIADOS.....	56
4.7.2. CRÉDITOS Y PRÉSTAMOS.....	56
4.7.3. FUENTES DE SUBVENCIONES, AYUDAS Y FONDOS CONCURSALES.....	56
5. PLAN PREOPERATORIO –PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA.....	57
5.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	57
5.2. RECURSOS FÍSICOS, HUMANOS, TÉCNICOS Y FINANCIEROS INICIALES.....	57
5.3. POLÍTICAS DE LA EMPRESA.....	58
5.3.1. POLÍTICAS INTERNAS.....	58
5.3.2. POLÍTICAS EXTERNAS.....	58
5.3.3. POLÍTICAS DEL SISTEMA CALENDARIO.....	58
CONCLUSIÓN.....	59
BIBLIOGRAFÍA.....	60
CIBERGRAFÍA.....	61

TABLA DE GRÁFICOS E ILUSTRACIONES

TABLAS

Tabla 1. Rango de precios o tarifas.....	32
Tabla 2. Gastos iniciales.....	44
Tabla 3. Inversiones iniciales.....	46
Tabla 4. Plan financiero.....	48
Tabla 5. Flujo de caja.....	49
Tabla 6. Formación de capital.....	52
Tabla 7. Recursos.....	56
Tabla 8. Recursos Físicos.....	57

ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Procedimiento para la legalización	53
Ilustración 2. Código CIU.....	54
Ilustración 3. Rut.....	55

GRÁFICOS

Gráfico 1 Cadena de distribución.....	30
---------------------------------------	----

ESQUEMAS

Esquema 1. Estructura organizacional.....	40
---	----

IMÁGENES

Imagen 1. Logo de la empresa VIP Elaborado por Profesional Rfid Cards.....	26
--	----

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia, quiero agradecer a Dios por permitirme llegar hasta este punto, después de haber atravesado un año bastante difícil cómo lo sé que ha sido para la mayoría, es un privilegio contar con vida y salud para realizar la sustentación de este proyecto empresarial.

En segunda instancia, agradecer a la universidad y a los docentes por el apoyo prestado, la dedicación y experiencia compartida con nosotros, que fueron de vital importancia para guiar nuestro trabajo.

En tercera instancia, quiero agradecer a mis padres por apoyarme moralmente a cumplir una meta más en mi vida, por cada esfuerzo que han hecho para que yo tenga quizás lo que ellos no tuvieron, como lo es el privilegio de estudiar.

Muchas gracias

INTRODUCCIÓN

VIP Eventos y Logística es una empresa de eventos que brindará acompañamiento en cada celebración que necesites, apoyando toda la parte logística y organización del evento, además de prestar servicios de desayunos sorpresa y detalles. Queremos que cada persona celebre sus fechas especiales con la mejor decoración, animación, comida, instalaciones, música y diversión.

Contamos con un maravilloso sistema calendario que se basa en elegir las fechas celebradas durante el año en el momento de la adquisición del plan, para los eventos que deseas llevar a cabo como, aniversarios, cumpleaños, día de la mujer, día del amor y la amistad, entre otros. El cliente decidirá con qué insumos, servicios y adecuaciones debe ir su fiesta y nosotros nos encargaremos de organizar, planear y ejecutarlas con tiempo y la mejor metodología. Este sistema calendario además te permitirá pagar a cuotas los eventos proyectados y programados que elegiste durante el año.

Para que vivas una experiencia inigualable al lado de los seres que amas y no tengas que preocuparte por preparativos sobre el tiempo, o por no contar con el dinero suficiente para realizarle algo a esa persona que amas en ese día especial.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para aquellas personas que desean sorprender a alguien y celebrar una fecha importante o especial pero, que no cuentan con el tiempo para organizar, tampoco con la creatividad para realizar algo diferente, ni las herramientas o dedicación para llevar a cabo dicha reunión, celebración, fiesta y demás. Estas personas que están en busca de ayuda, que les brinden buenos precios, excelente calidad de servicio y compromiso a la hora de adquirir el servicio que llevará a cabo el evento que quieren realizar.

La mayoría de las empresas de eventos cuentan con una línea de servicio de preferencia ya sea, casa de banquetes, eventos de recreación, eventos de logística, casas decorativas, servicios de catering, entre otros. Solo se basan en un producto y no ofrecen total cubrimiento para llevar a cabo la celebración que desee el cliente.

Estas casas de eventos no cuentan con un sistema de pagos personalizados y flexibles, por ende es difícil que sean contratadas. Tampoco cuentan con un servicio al cliente personalizado que les aporte ideas creativas a la hora de planear su reunión, saliendo de lo convencional y común.

1. IDEA DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.1. MOTIVACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN HACIA LA IDEA EMPRESA

1.1.1. Conocimiento y experiencia

Tengo conocimiento en empresas de eventos puesto que trabajé tres años en diferentes, he realizado eventos por mi cuenta donde he innovado en la planeación y desarrollo del mismo. Llevo dos años en la parte de construcción de empresa y estudio de la misma para llevar a cabo mi propio emprendimiento.

1.1.2. Antecedentes en general de la idea de negocio

Las empresas de eventos son organizaciones que se dedican al sector de servicios, de ocio y recreativo. Hay tres grandes bloques de servicios de organización de eventos. El primero son eventos sociales particulares, como lo son bodas, cumpleaños y otros. El segundo hace referencia a los eventos corporativos para empresas como congresos. Y el tercero los eventos públicos o logísticos como conciertos y demás actividades similares.

Los eventos en Colombia son populares porque es uno de los países con mayores fechas de festividad y reconocido por la cultura fiesterera, la alegría y el ambiente social que nos representa. Existen casas de eventos pequeñas o familiares que se especializa en cierto tipo de eventos para su permanencia y sostenibilidad propia, hay otras que brindan trabajo a otros y que manejan una mayor cantidad de eventos y están aquellas empresas profesionales que llevan a cabo eventos con mayor flujo de caja y a personas del sector de la farándula y demás.

1.1.3. FODA Personal

Fortalezas: Responsabilidad, creatividad, toma de decisiones, trabajo en equipo, tolerancia, respeto, autonomía.

Oportunidades: Tiene un plus especial, estamos en la era de lo digital, brinda confianza, fácil de pagar, personalizado.

Debilidades: Manejo de estrés, manejo del tiempo y recursos, administración.

Amenazas: Clima, aspectos sociales, políticos y económicos del país, oferta y demanda.

1.2. EL PROMOTOR O PROMOTORES

1.2.1. Factores personales que orientan la búsqueda de la actividad a desarrollar

Se evidencia en la sociedad la ocupación permanente por el trabajo, estudio y rutina cotidiana que en ocasiones no deja lugar para organizar y celebrar fechas especiales con nuestros seres amados. Hablo desde mi punto de vista soy un poco despistada para las fechas y no tenía muy en cuenta el aniversario con mi pareja, por ello pensé en diseñar un sistema calendario para mi empresa de eventos en donde se recuerde, organice y ejecute evento y detalles, con el propósito de que no se pierdan las tradiciones de reunir a la familia en estas fechas importantes, queremos brindar un servicio completo con flexibilidad de pagos.

1.2.2. Factores sociales

Me gusta toda la parte organizacional de una empresa, considero que es importante hacer sentir a cada trabajador especial y no solo eso también a nuestros familiares y amigos. Por ello, desarrolle esta idea de negocio que permite que una persona celebre junto a sus familiares cada fecha especial con detalles prácticos, el plus es el sistema calendario que brinda comodidad al cliente para realizar los pagos mensuales de los eventos y seguridad de planear sus reuniones de forma responsable e innovadora.

1.2.3. Factores económicos

La empresa se iniciará con recursos propios de ahorros en anteriores trabajos. Podemos contar con un capital de diez millones para comprar el material inicial esencial que se suele utilizar en la mayoría de eventos.

1.2.4. Factores tecnológicos

Nuestra empresa requiere de tecnología básica a la hora de la organización de eventos a nivel nacional, se requiere el marketing digital que permita reconocimiento virtual, que es la nueva tendencia. Para ello, contrataremos un experto que aparte de manejar esta área de la empresa no brinda capacitación y enseñe el adecuado uso tecnológico en eventos que lo requiera.

1.3. ANÁLISIS DE LAS IDEAS PRELIMINARES

1.3.1. Ventajas

- Se generan nuevos métodos de evaluación diferentes a los tradicionales para alcanzar un objetivo común.
- Permite una cercanía con los empleados para buscar beneficios tanto para ellos como para la empresa en la logística de cada evento.
- Desarrolla el pensamiento creativo y productivo, en el caso de VIP esto permite optimizar el desarrollo de actividades en los eventos.

1.3.2. Inconvenientes

- Desautorización en órdenes de carácter urgentes, debido al grado de confianza depositado en las habilidades, autonomía y corresponsabilidad brindada a los recreadores.
- Poca optimización en el tiempo para desarrollar las labores productivas.
- No hay evidencias cuantitativas suficientes de la evolución de los empleados.

1.3.3. Conocimiento y experiencia frente a la idea empresa

VIP Eventos y Logística actualmente se encuentra buscando nuevos mercados virtuales donde queremos alcanzar un público moderno el cual realiza compras por medio de internet y redes sociales, queremos implementar una página de compra en la cual puedan cancelar sus pedidos con tarjeta de crédito y contra entrega si así lo desean. La competencia de mercado por este medio es bastante grande, pero tenemos a nuestro favor el sistema calendario y el acogimiento exclusivo de la organización para cada celebración.

1.3.4. Justificación de la idea

VIP es una empresa de eventos, que no se conforma con eventos ocasionales sino que busca la fidelización del cliente a través de su sistema calendario que recuerda sus celebraciones y se encarga de ellas durante todo el año. Busca mejorar las temáticas especialmente para toda

ocasión, crear estrategias creativas para que las personas en un 100% nos elijan. Se manejan herramientas digitales para empezar lo cual reduce el costo de inversión y a partir de esto, podemos concluir que viable es para que otras personas realicen inversiones en nuestra empresa y ampliar un espacio presencial de trabajo, como local o bodega.

1.4. IDENTIFICACIÓN DEL BIEN, DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE SERÁN EL OBJETO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA A DESARROLLAR

Nuestros eventos se dividen en dos sectores y diferentes planes.

Sistema Calendario:

- Cumpleaños
- Aniversarios
- Día de la mujer
- Día de la madre
- Día del padre
- Amor y amistad
- Fiestas de Halloween
- Navidad

Eventos Ocasionales:

- Chicotea
- Viejoteca
- Matrimonios
- Cumpleaños
- Eventos Empresariales
- Eventos Logísticos
- Eventos Estatales
- Picnic
- Eventos de Sonido

1.5. IDENTIFICACIÓN DE LAS IDEAS O PROYECTOS ALTERNATIVOS O COMPLEMENTARIOS

Se pueden ofrecer planes de eventos con salidas de paseos, organizando toda la parte de transporte, alojamiento, comida y por supuesto incluyendo el objetivo principal del paquete que es la celebración del evento ya sea fiesta de cumpleaños en la piscina y demás.

1.6. ANTECEDENTES

Estas son algunas empresas nacionales que manejan un servicio similar al nuestro y llevan años operando en el mercado.

- **Yagood eventos:** Es una empresa en la cual trabaje que se mueve con eventos de promoción de marca, eventos recreativos, eventos de sonido y banquetes. Lleva aproximadamente diez años en el mercado y continúa creciendo.
- **Agugu:** Es una empresa que maneja diferentes franquicias con nombres diferentes que busca que el cliente siempre la elija, maneja eventos infantiles principalmente.
- **Picardías:** Es una empresa de eventos infantiles muy reconocida en Bogotá y fuera de Bogotá lleva años en el mercado y se mueven a través de su página web y franquicias.

1.7. ANALISIS FODA

1.7.1. Análisis FODA empresarial

Fortalezas:

- Alianzas estratégicas.
- Experiencia laboral personal.
- Contactos para capacitar al personal.
- Conocimiento del portafolio.

Oportunidades:

- Exclusividad en el servicio.
- Capacidad de adaptación.

- Acogida en el mercado gracias a la excelencia del servicio.

Debilidades:

- No contar con una base de datos de clientes.
- No tener un capital de trabajo alto inicial.
- Falta de conocimiento financiero.

Amenazas:

- Cuarentenas, toque de queda, políticas de aislamiento.
- Temor de las personas por la aglomeración.
- Demasiada competencia en el mercado.

1.7.2. FODA estratégico

Fortalezas:

- Sistema calendario los 12 meses del año, 360 días, 24 horas para recordar y preparar una sorpresa grata en esa fecha tan especial e importante.
- Sorprender a nuestro público con temáticas que se ajusten a sus personalidades.
- Excelente servicio y atención al cliente con creativos procesos de diversión, acompañamiento y acoplamiento.

Oportunidades:

- Recordar las fechas importantes para que estas no se conviertan en un problema.
- Realizar la mejor fiesta a la que hayan asistido para callar la boca de aquellos que no nos agradan.
- Desarrollar una tabla de precios que se respete.

Debilidades:

- La competencia es innovadora.
- Las diferencias ya no reúnen a todas las personas en una reunión.
- No valorar correctamente nuestro trabajo.

Amenazas:

- No poder abarcar la demanda solicitada.
- Que el público solicite algo que no se ajuste a nuestros valores como empresa.
- Abuso por parte del cliente debido a la magnitud del servicio.

1.8. RESEÑA DE SU EVOLUCIÓN: ORIGEN, USOS, COMPETENCIA, SUSTITUCIÓN Y COMPLEMENTARIEDAD

1.8.1. Origen

VIP eventos y logística lograra organizar el evento de cualquier ocasión para que no te preocupes por las fechas especiales, quitando el dolor de cabeza o lo tedioso que puede llegar hacer estas fechas. Puesto que nuestro sistema calendario estará recordándote las y así mismo supliendo cada fecha importante con sus maravillosos servicios.

1.8.2. Usos

El plus de VIP eventos y logística es un sistema calendario, el cual consiste en estipular las fechas que se quieren celebrar. Tu solo deberás registrarte con la casa que se convertirá en tu familia y a partir de ese momento nos encargaremos de recordar y organizar tus fechas importantes, con tu calendario.

1.8.3. Competencias

- **Competencia Interna:** Los empleados que aprendan técnicas en nuestra empresa y quieran independizarse llevándose nuestros clientes.
- **Competencia Externa:** Todas las empresas de eventos, casas de banquetes a nivel nacional que tengan sistema de abono y pagos.

1.8.4. Complementariedad

Se realizarán eventos regalo por los puntos acumulativos en los diferentes paquetes comprados para disfrutar de una fecha agradable y gratis, celebrando con los que amas. El

proceso de compra es diferente al ofrecer nuestro maravilloso sistema calendario en el cual se podrán seleccionar las fechas a celebrar durante el año de forma personalizada.

1.9. EVALUACION NATURAL DEL ENTORNO

1.9.1. Factores políticos y legales

Realmente desde que se cumpla con los documentos legales de empresa que son, Rut, cámara de comercio, en este caso curso de manipulación de alimentos, y toda la reglamentación legal. Los factores políticos nos afectarían de acuerdo a postulación de leyes o decretos que impidan la aglomeración de personas como lo vivimos en este momento, o nos límite como empresa de prestación de servicios recreativos.

1.9.2. Factores económicos, sociales y demográficos

1.9.2.1. Factores económicos (Macroambiente)

Un ejemplo claro de estos factores es la crisis mundial que se está presentando en este momento por el coronavirus. El cierre de empresas, crisis económica a causa de la suspensión de las labores de trabajo, desempleo, calamidades como terremotos, todos estos factores afectan nuestra empresa, puesto que nos regimos en los eventos del día a día y la organización de los mismos depende del bienestar de nuestros clientes en el factor económico

1.9.2.2. Factores sociales (Macroambiente)

Los aspectos sociales que afectan nuestra empresa es la seguridad ciudadana, conductas de consumo que no permitan la adquisición de planes recreativos, distribución geográfica a causa de situaciones de violencia o desplazamiento social, que nos impida llegar algún territorio para realizar el evento.

1.9.2.3. Factores demográficos (Macroambiente)

El único aspecto demográfico que puede afectar nuestro mercado es el estado laboral de desempleo, porque no permite el recurso monetario para adquirir el producto.

1.9.3. Análisis de riesgos

- Riesgos patrimoniales: Perder la inversión realizada por alguna catástrofe, hurto o fuerza ajena.
- Riesgos Laborales: Que los empleados lleguen tarde a los eventos y realicen los procesos correctamente de acuerdo a las indicaciones sugeridas por el cliente y el empleador.
- Riesgos de otras responsabilidades: Que los clientes no realicen el pago del servicio o suspendan el plan cuando ya se ha comprado material para realizarlo.

1.9.4. Cambios tecnológicos

Que los implementos de sonido tecnológicos avanzan a tal punto que los comprados no sean útiles para la realización de los eventos.

2. EL MERCADO

2.1. ESTUDIO DEL MERCADO

Determinar cuáles son las fechas celebradas en nuestro país con mayor impacto social que no pueden pasar en alto, para que de tal forma se pueda conocer el enfoque principal de los detalles planteados, ideas, estructura de eventos y manejo de logística para dichas fechas.

2.1.1. Objetivo general del estudio de mercado

Queremos desarrollar una investigación de mercados profunda en la cual podamos identificar las principales necesidades del consumidor y así mismo suplir, saber cuáles el público que consume o invierte su dinero en eventos familiares, detalles o en ocasiones especiales. Cuáles son las fechas más celebradas y que realizan en ellas. Identificar en qué campos comerciales podemos involucrarnos, cuáles son nuestras armas y ventajas frente a la competencia.

2.1.2. Objetivos específicos del estudio de mercado

- Identificar por que medio comercial las personas suelen comprar los elementos para realizar un evento, como por ejemplo; el centro, centros comerciales, tiendas de barrio, o dicho punto de la ciudad.
- Conocer cuáles son las zonas de Bogotá con mayores empresas y casas de eventos e identificar cuáles mercados no se han abarcado aún.
- Descubrir qué páginas de internet los clientes visitan para escoger su corredor de eventos y qué puntos tienen en cuenta a la hora de contratarlo.

2.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO, BIENES O SERVICIOS QUE SE DESARROLLARAN

Es un servicio que se presta a los clientes el cual consiste en planear, organizar y ejecutar todo tipo de eventos. Se ofrecerá un sistema calendario que permitirá agendar los eventos a celebrar durante el año y también por medio del cual podrán pagar a cuotas sus paquetes.

2.3. NOMBRES, MARCAS, LOGOTIPOS, EMBLEMAS SLOGAN

2.3.1. Nombre

VIP Eventos y Logística

2.3.2. Marca

VIP EVENTOS Y LOGISTICA

2.3.3. Logotipo



Imagen 1. Logo de la empresa VIP Elaborado por Profesional Rfid Cards

2.3.4. Emblemas

No aplica

2.3.5. Slogan

“Control total para el descontrol”

2.3.6. Etiqueta

No aplica

2.3.7. Empaque

No aplica puesto que es un servicio

2.4. DEFINICION Y DESCRIPCION

2.4.1. Investigación de mercado

- **Producto:** Vendemos paquetes de eventos pueden ser empresariales, recreativos, de sonido, entre otros. Ofrecemos un sistema calendario que cubre las fechas importantes que quieras estipular durante el año, en ellas organizaremos tu fiesta o enviaremos un detalle a tu persona favorita.
- **Precio:** Eventos desde \$100.000, en adelante, Se gana en promedio el 50% del evento.
- **Plaza:** Nos moveremos a través de páginas web, redes sociales por ahora. Se organizaron los eventos desde la empresa y se busca abrir un punto de venta de paquetes en la carrera 30.
- **Promoción:** Se realizarán eventos regalo por los puntos acumulativos en los diferentes paquetes comprados para disfrutar una fecha agradable y gratis.

2.4.2. Determinación de la muestra de mercado

El estudio se realizará en el barrio Bosa Laureles 3 sector que es donde está ubicada la empresa. Se hará entre hombres y mujeres de 18 a 70 años, niños de 5 a 12 años y adolescentes de 12 a 18 años. De la clase 2 en adelante, que sean detallistas, alegres, rumberos, extrovertidos, especulativos, ingeniosos, distraídos, con espíritu de celebración, que les guste realizar y probar cosas nuevas para salir de la rutina. El tamaño de la muestra que se va a tomar según la fórmula es de 246 personas

2.4.3. Herramienta y/o herramientas de recolección

Se utilizarán técnicas proyectivas para el diseño de encuestas virtuales, también se realizarán entrevistas a profundidad que nos permitirá conocer mejor los gustos del cliente.

2.4.4. Conclusión del análisis de resultados

El material recolectado fue muy claro y veraz a la hora de optimizar el objetivo de la investigación, las personas nos cuentan claramente la preferencia porque una persona les ayude para poder estar en la fiesta disfrutando del ambiente y la compañía de sus seres queridos. Puesto que anteriormente la organización ocupaba todo su tiempo y era muy poco lo que las personas podían compartir en su propia fiesta, las cuales varían bastante dependiendo de la edad, ocupación y prioridades.

2.5. USOS Y USUARIOS: DEFINICIÓN DE LA CLIENTELA POTENCIAL

2.5.1. Usos

Se espera principalmente que todos los clientes adquieran el plan calendario puesto que, tendremos fijó un cliente durante todo el año para la organización de sus eventos. También el acogimiento de la empresa en el mercado al brindar variedad de servicios y flexibilidad de pago.

2.5.2. Usuarios

Nuestros usuarios abarcan todo tipo de edades, estratos y culturas puesto que, nos encargamos de organizar el evento de cada uno de acuerdo a su gusto y preferencias. Se puede identificar como clientes potenciales a personas con las características de la muestra de mercado, personas muy rumberas, familiares, detallistas, entre otros.

2.5.3. Poder de negociación con los clientes

Gracias al sistema calendario se podrán separar varios eventos para diferentes fechas durante el año, la comunicación con el cliente es directa y personalizada puesto que, estas fechas, el estilo y todo lo relacionado a la realización del evento lo escoge el mismo. Se ofrecerán descuentos por la mayor cantidad de eventos que decidan adquirir por medio de nuestro plus.

2.6. FACTORES DE COMPETENCIA

- Capacidad directiva: Tenemos una capacidad puesto que, hay experiencia en las habilidades de integración y conocimientos básicos de administración.
- Recursos tecnológicos: Se utilizarán recursos propios sin deuda, lo cual optimiza la economía para seguir adquiriendo material tecnológico para la realización de eventos.
- Capacidad innovadora: Nuestro sistema calendario, nos permite tener innovación ayudándonos de marketing digital para ser competitivos frente al mercado.

2.7. APROVISIONAMIENTO DE INSUMOS O APOYO TECNOLÓGICO

Cadena de distribución: VIP es una empresa que presta un servicio, esta sería la cadena de distribución, enfocándose a la cadena de valor. La estrategia comercial es nuestra negociación inteligente, la compra de materiales y almacenamiento de inventarios se realiza en el momento en que se organiza el evento, para que cuando llegue la distribución de material sea preciso.

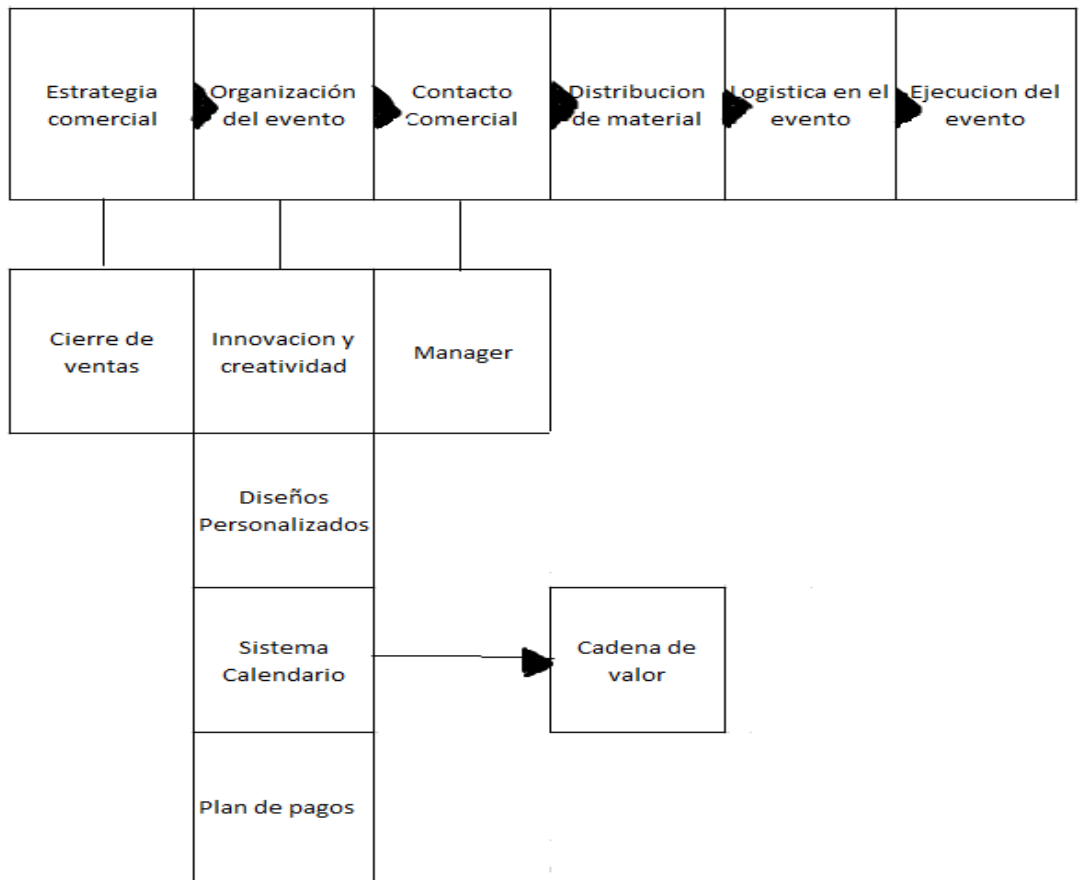


Gráfico 1. Cadena de distribución

2.8. PROVEEDORES INTERNOS Y EXTERNOS

2.8.1. Proveedores internos

Nuestros proveedores internos son los empleados, los cuales son contratados de acuerdo a la necesidad del evento.

2.8.2. Proveedores externos

- **Suministros Castro:** Serán nuestros proveedores de todo el material de piñatería y decoración necesario para los eventos.
- **Yagood Eventos:** Serán nuestros proveedores de todo tipo de muñecos y disfraces, como también proveedores de la comida para los banquetes.

- Grupo empresarial Didakti-k: Será nuestro proveedor para lencería, dulcería y otros artículos solicitados de piñatería.
- Ideas Publicidad: Proveedores de sonido y estructura para eventos grandes, herramientas tecnológicas como mezcladores y demás.

2.8.3. Poder de negociación con los proveedores

Nuestros proveedores varían de acuerdo con la actitud y costo del servicio, producto que nos ofrecen en el mercado. Se llegara acuerdos o trueques para la adquisición de los mismos.

2.9. ESTACIONALIDAD DEL MERCADEO

Algunas de las épocas del año con mayor fluidez de eventos son el día de la madre, día del niño, Halloween, mes del amor y la amistad y navidad.

2.10. PODER DE COMPRA

Según los estudios realizados los usuarios de la clase 2 y 3 están dispuestos a pagar por un evento hasta 5 millones de pesos. Estratos entre 4 y 5 hasta 10 millones de pesos y del estrato 5 en adelante suelen ser organizados eventos empresariales y sociales como conciertos que superan los 10 millones de pesos. El poder de compra del paquete es según los beneficios que se brinden y que se realice lo solicitado por el cliente.

2.11. RANGO DE PRECIOS O TARIFAS

Marco de referencia competitivo

ANÁLISIS DIMENSIONES		SU MARCA	COMPETENCIA 1	COMPETENCIA 2
		Definición detallada	Definición detallada	Definición detallada
CORAZÓN	Beneficio central	Beneficio principal: Beneficios secundarios:	Beneficio principal: Beneficios secundarios:	Beneficio principal: Beneficios secundarios:
DIMENSIÓN DE MARCA	Marca y elementos de marca	Su nombre fue estructurado pensando en que el cliente siempre merece lo mejor, estar en VIP. El diseño de las letras son negras puesto que es un color elegante neutro, acompañado de colores de neón que hacen referencia a la rumba, diversión y alegría que representa una fiesta.	YAGOOD Eventos y logística., tiene un estilo divertido enfocado a los niños con letras dinámicas y bastantes figuras de colores.	Picardías es una empresa de recreación enfocada en eventos recreativos en campos abiertos, con un logotipo didáctico y colorido.
	Características y estilo	Es divertida, amigable, familiar, con una promesa de valor clara enfocada a recordar fechas especiales, alegre, organizada que ahorra tiempo y permite disfrutar cada momento.	Esta enfocada a los niños, es amigable, alegre, familiar, divertida y rentable.	Es alegre, espontanea, extrovertida, natural, divertida.
	Empaque	Es un Servicio que beneficia a cada cliente y deja un sello recordara que hará de tus momentos los mas especiales.		
	Precio	Desde \$100.000 en adelante	Desde \$60.000 en adelante	Desde \$150.000 en adelante
DIMENSIÓN AUMENTADA	Servicios complementarios	Asesoría en decoración y aplicación de temáticas.		
		En el momento indicado, para celebrar esa fecha especial.	Eventos infantiles.	Recreación deportiva.
		Calendario todo el año.		
		Temáticas Innovadoras		
		FPS 25	FPS 15	

Tabla 1. Rango de precios o tarifas

2.12. COMPORTAMIENTO DE LA CLIENTELA

Los hallazgos del comportamiento del consumidor según el estudio de mercado son:

- Para la mayoría de las personas la fecha más importante en el año es su cumpleaños.
- La fecha que más celebran es el día de la madre.
- Una de las fechas más importantes para celebrar con su familia es navidad.

- No les gustan las fiestas en las cuales no pueden bailar o tomar.
- Se puede deducir que la mayor parte de la población prefieren contratar a una persona para que les ayude con la organización de su fiesta para poder estar en ella disfrutando.
- No les gusta que realicen siempre las mismas actividades.
- Les gustan las fiestas temáticas.
- Les encanta las sorpresas como peluches, dulces, decoraciones.
- La forma de contratar empresas de eventos es a través de conocidos, lo que llamamos referidos.

2.13. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

- **Introducción:** Esta se da en el momento de iniciar con la idea de negocio y al ser implantada tiempo propuesto, dos años.
- **Crecimiento:** Este se tiene proyectado a cinco años donde tengamos más de cincuenta empleados en diferentes áreas.
- **Madurez:** Esta se alcanza según nuestra proyección a diez años es donde la empresa está estable en todas sus áreas y brinda reconocimientos evidentes.
- **Declive:** Esto sucede si no se innova en la forma de realizar los eventos o si por cuestiones fuera de alcance no se puede continuar con la empresa.

2.14. ZONAS O ÁREAS POTENCIALES DEL MERCADO

- Bosa centro se encuentra varias empresas de recreación
- Carrera de 30 están todas las casas de banquetes
- Av. Roma están ubicados varias empresas de eventos

2.15. TIPOLOGÍA DEL MERCADO

VIP Eventos y Logística hace parte del tipo de mercado de bienes y servicios.

El tipo de competencia es Monopolista, porque hay muchas empresas en el mercado, tienes facilidad de entrada y salida del sector, pero nuestro producto en comparación con el resto de empresas tiene una diferenciación apoyada en marcas y publicidad. Tiene cierta influencia sobre el precio, porque los establecemos nosotros de acuerdo al servicio.

2.16. DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

El servicio diferenciador de VIP es nuestro sistema calendario, es un mecanismo diseñado para planear todas las actividades especiales durante el año. El cliente digamos puede separar el paquete de tres fechas, entonces un ejemplo, escoge celebrar; Día de la madre, aniversario con la esposa y el cumpleaños del hijo. El irá pagando estos tres eventos durante el año a cuotas y así mismo, nosotros nos encargaremos de planear y ejecutar los eventos acordados y adicionales de recordar las fechas importantes que el cliente establezca en el plan.

2.16.1. Ficha técnica del producto

Nombre:	VIP Eventos y Logística
Tipo:	Empresa de Servicios
Nombre Comercial:	VIP EVENTOS Y LOGISTICA
Origen:	Empresa de Eventos
Descripción:	Es una empresa que presta servicios de eventos y logística con un sistema calendario que permite facilidad de pago y recordación de la fecha a celebrar.
Características:	Es innovadora, tiene un plus único y diferenciador, tiene facilidad de pago, los eventos son realizados con creatividad, buscamos la satisfacción del cliente, nos basamos en los referidos.

Identificación de los servicios que serán el objeto de la actividad económica a desarrollar:

Cumpleaños	Se ofrecerán paquetes con los siguientes servicios para esta celebración; pinturitas, desayunos sorpresa globoflexia, payasos, títeres, zumba, sonido, dj, recreación niños y adultos, bufete, temática, juegos recreativos, animador, inflable, snack.
Aniversarios	Se ofrecerán paquetes con los siguientes servicios incluidos; detalles o desayunos sorpresa hasta la puerta de la casa, cena romántica, serenata, fiesta decorativa, sonido, rumba.
Día de la mujer	Se ofrecerán paquetes con los siguientes servicios; serenata, dj, sonido, decoración, detalles, desayunos sorpresa, rumba, actividades lúdicas, zumba, bufete (desayunos, almuerzo, snack, cena).
Día de la madre	Se ofrecerán servicios de buffet, decoración, detalles, desayunos sorpresa, serenata, sonido, dj, zumba, rumba, actividades lúdicas, decoración.
Día del padre	Se ofrecerán servicios de buffet, decoración, detalles, desayunos sorpresa, serenata, sonido, dj, zumba, rumba, actividades lúdicas, decoración.

Amor y amistad	Se ofrecerán servicios de snack, detalles, decoración, cenas, desayunos sorpresa, sonido, serenata, rumba, zumba.
Fiestas de Halloween	Se ofrecerán servicios de pinturita, decoración, sonido, dj, rumba, zumba, snack, animador, recreación.
Navidad	Se ofrecerán servicios decorativos, sonido, dj, recreación, animación, presentaciones, zumba, rumba, cenas, snack.
Chicotea	Estas se llevarán a cabo en colegios principalmente y llevarán los siguientes servicios; decoración temática, sonido, dj, animación, snack, zumba, rumba.
Viejoteca	Se ofrecerán los siguientes servicios; rumba, zumba, animación, decoración temática, snack, sonido, dj, bufete.
Matrimonios	Se ofrecerán los siguientes servicios para este tipo de paquete; buffet, snack, sonido, dj, decoración, animación, maestro de ceremonia, zumba, rumba, vestidos, temáticas, inflables, actividades acordes, mariachis, parranda vallenato, serenata.

Eventos Empresariales	Se ofrecerán los siguientes servicios para este tipo de eventos; actividades lúdicas, bingo, inflables, animación, rumba, zumba, sonido, dj, buffet, snack.
Eventos Logísticos	Son eventos que requieren únicamente de nuestros agentes logísticos para trabajar dentro del evento, se brindan convenios para dirigir la decoración, montaje, snack, organización.
Picnic	Para este evento se brinda los servicios de detalle sorpresa, snack, decoración, montaje.
Eventos de Sonido	Son eventos que requieren del alquiler de nuestro sonido que incluye; cabina, estructura, luces, micrófono, consola, memoria USB con música y la disposición de dj para el mismo, en ocasiones animador o maestro de ceremonia.
15 Años	Para este evento se prestará el servicio de decoración, buffet, snack, vestidos, animación, maestro de ceremonia, dj, sonido, rumba, mariachis, serenata, parranda vallenato, desayunos sorpresa.
Decoraciones con globos	Son eventos en donde se realizará la decoración con globos únicamente y esta es la prestación del servicio.

2.17. POLÍTICAS DE PRECIOS O TARIFAS

Como tal es un servicio que maneja paquetes desde \$100.000 pesos en adelante lo cual se rige en comparación a todo el auge de empresas similares.

2.18. ESTRATEGIAS DE VENTAS

2.18.1. Promoción

La promoción se hará por medio de Net Marketing a través de los puntos acumulados que tenga cada cliente obtenido por compras de paquetes de eventos anteriores.

2.18.2. Ventas Directas

En el caso de VIP las ventas se harán a través de la página de internet y del asesor de ventas directamente.

2.18.3. Ventas Indirectas

En el caso de ventas indirectas son aquellas que se realizan por referidos o en el momento en que se está realizando otro evento y la persona solicita nuestros servicios.

2.19. DISTRIBUCIÓN Y MERCADEO

Nuestra estrategia de desarrollo será doble porque necesitaremos de agentes, mayoristas y detallistas que nos permitan tener a disposición los materiales necesarios para la elaboración de cada evento.

2.20. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Nuestro servicio tendrá publicidad a través de redes sociales y páginas de internet, como también volanteo y voz a voz. La promoción se realizará a través de eventos locales gratuitos para darnos a conocer como también, por medio de los clientes potenciales con los puntos regalo acumulados.

2.21. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

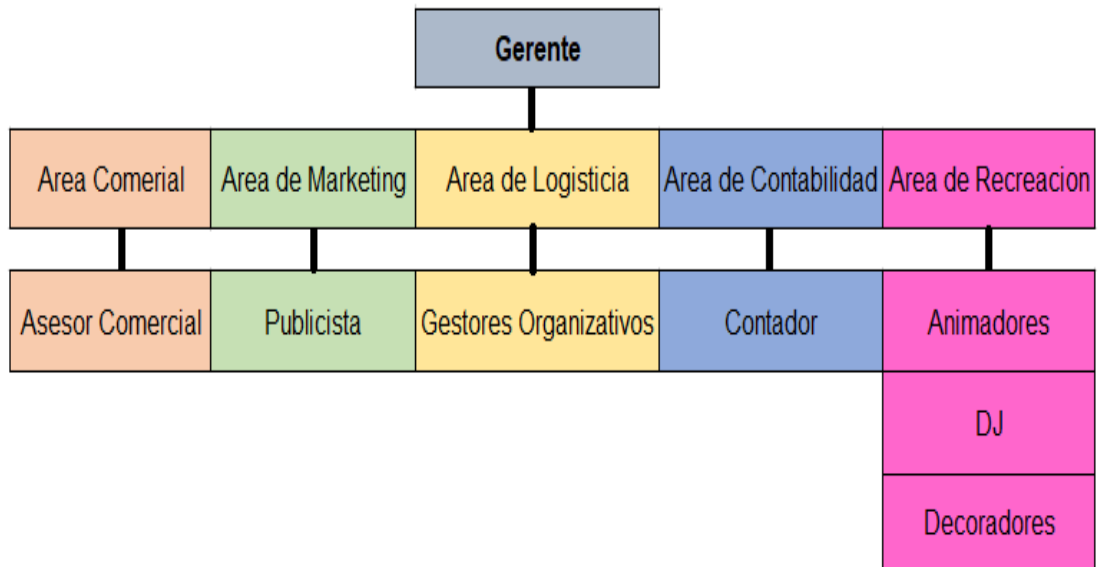
La estrategia de lanzamiento será a través de eventos gratis en los diferentes puntos y clientes potenciales por segmentos. Para los niños, en los parques potenciales de la zona, para los adultos en las empresas donde nos permitan promover la marca y nuestros servicios. Y para los ancianos realizaremos actividades lúdicas en los salones comunales. Se enviarán correos e información a través de nuestras plataformas digitales.

3. ASPECTOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS

3.1. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

3.1.1. Estructura organizacional

Organigrama de la empresa o de idea de negocio.



Esquema 1. Estructura organizacional

3.1.2. Cargos y funciones del personal

Gerente general:	Diseñar, controlar, organizar, promover, establecer todo lo relacionado a la empresa y asegurar su excelente funcionamiento tanto en la parte de los empleados como en la de los eventos de los respectivos clientes.
Asesor comercial:	Vender los paquetes de eventos de VIP

Publicista:	Es la persona encargada de realizar todas las piezas publicitarias necesarias para la empresa.
Gestores organizativos:	Son los agentes logísticos encargados de vigilar, controlar toda la seguridad y organización en los eventos.
Contador:	Es el encargado de llevar las finanzas de la empresa y pagar a los proveedores y trabajadores.
Animadores:	Son las personas contratadas para recrear las fiestas, por medio de payasos, títeres, juegos, actividades lúdicas, baile y todas las actividades que requieran de carisma.
DJ:	Es la persona encargada de animar las fiestas que requieren sonido a través de las mezclas musicales.
Decoradores:	Son los encargados de decorar los lugares en los que se van a realizar los eventos.

3.1.3. Direccionamiento estratégico

3.1.3.1. Visión

En el 2025 seremos una empresa reconocida a nivel nacional por medio de, nuestro sistema calendario que permitirá una acogida en el mercado favorable gracias a su política de compra y la excelencia del servicio brindando por parte de nuestros agentes logísticos.

3.1.3.2. Misión

La empresa VIP Eventos y Logística se dedicará a la planeación, organización y ejecución de cada uno de los eventos establecidos por las fechas al inicio del plan, poniendo en marcha

toda nuestra creatividad, innovación y colaboración para que cada fecha especial tenga una propuesta de desarrollo diferente y sea desarrollada bajo nuestro sistema calendario.

3.1.3.3. Objetivos

3.1.3.3.1. Objetivo general

Por medio de la aplicación del sistema calendario lograr impactar en el mercado y el área de entretenimiento, para ser grandes cambios en las tendencias organizacionales de empresas relevantes al sector.

3.1.3.3.2. Objetivos específicos

- Promover al área de entretenimiento y recreación brindando nuevos métodos de logística.
- Generar nuevas formas de empleo para adolescentes y jóvenes a través de actividades que desarrollen sus habilidades.
- Planificar los eventos y fechas especiales para nuestros clientes, de tal modo que se sientan cómodos y satisfechos con nuestro trabajo.

3.1.4. TAMAÑO DEL PRODUCTO O TAMAÑO ÓPTIMO

No aplica

3.2. REQUERIMIENTOS TECNICOS, TECNOLOGICOS Y CIENTIFICOS

Se necesitará cabinas de sonido, estructura para las mismas y para las luces PNG, se necesitará una consola mezcladora de sonido audio pro DJ, computador portátil e internet como herramienta de trabajo. Estos son los requerimientos técnicos básicos para iniciar con la empresa y necesarios para la mayoría de eventos.

3.3. PLANES GENERALES

- Realizar la compra del material tecnológico
- Realizar la compra del material inicial
- Hacer la creación de página de internet
- Pagar por el uso de medios por internet

- Creación de redes sociales de la empresa
- Constitución legal de la empresa (Solicitar el Rut, la cámara de comercio y documentos necesarios)
- Promoción virtual de los servicios de la empresa
- Publicidad física como volantes, tarjetas, entre otros medios.

3.4. MANO DE OBRA DIRECTA

<p>Gerente general: Es el dueño de la empresa directamente.</p>
<p>Asesor comercial: Persona eficiente en el proceso de venta directa con el cliente. El tipo de contrato será por prestación de servicios y su remuneración será por comisiones basadas en la venta de paquetes de eventos.</p>
<p>Publicista: Persona experta en marketing digital, y publicidad por redes sociales. Tipo de contrato por prestación de servicios.</p>
<p>Gestores organizativos: Personas con el siguiente perfil; excelente presentación personal, manejo de público, paciencia, organización. Tipo de contrato por prestación de servicios.</p>
<p>Contador: Persona profesional en contabilidad con experiencia en pequeñas empresas. Tipo de contrato por prestación de servicios.</p>
<p>Animadores: Personas con carisma, pro actividad, habilidades de comunicación e integración. Tipo de contrato por prestación de servicios. Se paga por evento realizado.</p>
<p>DJ: Conocimiento como DJ y experiencia con tal. Tipo de contrato por prestación de servicio. Se paga por evento.</p>
<p>Decoradores: Personas con creatividad e innovación en sus ideas, que sepan de globoflexia. Tipo de contrato por prestación de servicios.</p>

3.5. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA O ACTIVIDAD ECONÓMICA

La empresa se iniciará desde el espacio de mi casa y se moverá por internet de forma digital por la contingencia presentada. A futuro se busca arrendar un local en la carrera 30 que cuesta el arriendo un promedio de \$700.000 a \$1.000.000. No se necesita planta puesto que, es un servicio.

3.6. PRECISIÓN DE INVERSIONES Y GASTOS INICIALES

Concepto	Monto
Maquinaria (Sonido, luces, estructura)	\$3.000.000
Equipo de Cómputo	\$2.000.000
Inventario Inicial (Globoflexia, teatrino, payasos, pintucaritas, muñecos, inflable)	\$2.500.000
Efectivo de Reserva (Decoración específica)	\$500.000
Otros (Transporte)	\$500.000
Contratos de Servicios	\$500.000
Gastos de Constitución	\$1.000.000
TOTAL	\$10.000.000

Tabla 2. Gastos iniciales

3.7. GASTOS PRE OPERATIVOS

Gastos pre operativos	
Concepto	Valor
Bodega	\$ 500,000
Agua	\$ 50,000
Luz	\$ 30,000
Internet y telefonía	\$ 105,0000

3.8. GASTOS GENERALES

Gastos Generales	
Concepto	Valor Unitario
Transporte	\$ 30,000
Globoflexia	\$ 15.000
Pintucaritas	\$ 5.000
Collares	\$ 5.000
Explosión de papel	\$ 10.000
Lluvia de nieve	\$ 10.000
Sombreros	\$ 5.000
Manillas de Neón	\$ 10.000
Pitos	\$ 5.000
Snack	\$ 5.000
Buffet	\$ 15.000
Globos	\$ 15.000
Detalles	\$ 30.000
Desayuno	\$ 15.000
Domicilio	\$ 5.000
Serenata	\$ 300.000

Parranda vallenato	\$	300.000
Mariachis	\$	300.000
Mantelería	\$	2.000
Icopor	\$	50.000
Flores	\$	50.000
Utensilios	\$	2.000

3.9. INVERSIONES INICIALES

	Valor Inicial	\$ 10.000.000	
Unidades a Vender	Servicio Eventos de 20/50 Personas	Costo	Precio Venta
1	Cumpleaños	\$ 145.000	\$ 300.000
1	Día de la mujer	\$ 155.000	\$ 200.000
1	Día de la madre	\$ 155.000	\$ 200.000
1	Día del padre	\$ 155.000	\$ 200.000
1	Amor y amistad	\$ 155.000	\$ 200.000
1	Fiestas de Halloween	\$ 160.000	\$ 200.000
1	Navidad	\$ 160.000	\$ 200.000
1	Chicotea	\$ 80.000	\$ 100.000
1	Viejo teca	\$ 80.000	\$ 100.000
1	Matrimonios	\$ 200.000	\$ 300.000
1	Eventos Empresariales	\$ 150.000	\$ 300.000
1	Eventos Logísticos	\$ 135.000	\$ 300.000
1	Picnic	\$ 120.000	\$ 150.000
1	Eventos de Sonido	\$ 100.000	\$ 220.000
1	15 Años	\$ 200.000	\$ 300.000
1	Decoraciones con globos	\$ 60.000	\$ 100.000
1	Baby Shower	\$ 150.000	\$ 200.000
1	Bautizos	\$ 150.000	\$ 200.000
1	Aniversarios	\$ 90.000	\$ 110.000
1	Snack	\$ 200.000	\$ 200.000
1	Buffet	\$ 700.000	\$ 700.000
1	Decoracion	\$ 100.000	\$ 100.000
1	Grupo Musical	\$ 300.000	\$ 300.000
1	Sonido	\$ 90.000	\$ 120.000
24	Totales	\$ 3.990.000	\$ 5.300.000
	Suma de eventos no relacionados en todo el año	\$ 940.000	\$ 1.200.000
	Total menos eventos no relacionados en todo el año	\$ 3.050.000	\$ 4.100.000

Tabla 3. Inversiones iniciales

3.10. COSTOS DIRECTOS

Empresa de Servicios			
Mano de Obra	Valor	Costos Indirectos de Fabricación	Valor
Gerente	\$ 100.000	Publicista	\$ 400.000
Contador	\$ 20.000	Adecuaciones	\$ 500.000
Asesor Comercial	\$ 10.000		
Conductor	\$ 30.000		
Recreadores	\$ 35.000		
DJ	\$ 50.000		
Maestros de Ceremonia	\$ 50.000		
Gestores Organizativos	\$ 50.000		
Decoradores	\$ 50.000		

3.10.1. Plan financiero

Costo Unitario del servicio										
Concepto	Cantidad de Personas	Valor	Cantidad de Personas	Valor	Cantidad de Personas	Valor	Cantidad de Personas	Valor	Cantidad de Personas	Valor
Cumpleaños	20/50	\$ 300.000	50/100	\$ 500.000	100/150	\$ 700.000	150/200	\$ 900.000	200/250	\$ 1.100.000
Día de la mujer	20/50	\$ 200.000	50/100	\$ 350.000	100/150	\$ 500.000	150/200	\$ 650.000	200/250	\$ 800.000
Día de la madre	20/50	\$ 200.000	50/100	\$ 350.000	100/150	\$ 500.000	150/200	\$ 650.000	200/250	\$ 800.000
Día del padre	20/50	\$ 200.000	50/100	\$ 350.000	100/150	\$ 500.000	150/200	\$ 650.000	200/250	\$ 800.000
Amor y amistad	20/50	\$ 200.000	50/100	\$ 350.000	100/150	\$ 500.000	150/200	\$ 650.000	200/250	\$ 800.000
Fiestas de Halloween	20/50	\$ 200.000	50/100	\$ 400.000	100/150	\$ 600.000	150/200	\$ 800.000	200/250	\$ 1.000.000
Navidad	20/50	\$ 200.000	50/100	\$ 350.000	100/150	\$ 500.000	150/200	\$ 650.000	200/250	\$ 800.000
Chicotea	20/50	\$ 100.000	50/100	\$ 200.000	100/150	\$ 300.000	150/200	\$ 400.000	200/250	\$ 500.000
Viejo teca	20/50	\$ 100.000	50/100	\$ 200.000	100/150	\$ 300.000	150/200	\$ 400.000	200/250	\$ 500.000
Matrimonios	20/50	\$ 300.000	50/100	\$ 600.000	100/150	\$ 900.000	150/200	\$ 1.200.000	200/250	\$ 1.500.000
Eventos Empresariales	50/100	\$ 300.000	100/150	\$ 500.000	150/200	\$ 700.000	150/200	\$ 900.000	200/250	\$ 1.100.000
Eventos Logísticos	100/200	\$ 300.000	200/300	\$ 500.000	300/400	\$ 700.000	400/500	\$ 900.000	500/600	\$ 1.100.000
Picnic	5/10	\$ 150.000	10/15	\$ 175.000	15/20	\$ 200.000	20/25	\$ 225.000	25/30	\$ 250.000
Eventos de Sonido	20/50	\$ 220.000	50/100	\$ 250.000	100/150	\$ 300.000	150/200	\$ 350.000	200/250	\$ 400.000
15 Años	20/50	\$ 300.000	50/100	\$ 600.000	100/150	\$ 900.000	150/200	\$ 1.200.000	200/250	\$ 1.500.000
Decoraciones con globos	20/50	\$ 100.000	50/100	\$ 150.000	100/150	\$ 200.000	150/200	\$ 250.000	200/250	\$ 300.000
Baby Shower	20/50	\$ 200.000	50/100	\$ 350.000	100/150	\$ 500.000	150/200	\$ 650.000	200/250	\$ 800.000
Bautizos	20/50	\$ 200.000	50/100	\$ 350.000	100/150	\$ 500.000	150/200	\$ 650.000	200/250	\$ 800.000
Aniversarios	1/2	\$ 110.000	2/4	\$ 170.000	4/6	\$ 200.000	6/8	\$ 260.000	8/10	\$ 300.000
Snack	20/50	\$ 200.000	50/100	\$ 400.000	100/150	\$ 600.000	150/200	\$ 800.000	200/250	\$ 1.000.000
Buffet	20/50	\$ 700.000	50/100	\$ 1.400.000	100/150	\$ 2.100.000	150/200	\$ 2.800.000	200/250	\$ 3.500.000
Decoracion	20/50	\$ 100.000	50/100	\$ 200.000	100/150	\$ 300.000	150/200	\$ 400.000	200/250	\$ 500.000
Grupo Musical	20/50	\$ 300.000	50/100	\$ 300.000	100/150	\$ 300.000	150/200	\$ 400.000	200/250	\$ 400.000
Sonido	20/50	\$ 120.000	50/100	\$ 150.000	100/150	\$ 200.000	150/200	\$ 250.000	200/250	\$ 300.000

Tabla 4. Plan financiero

3.10.2. Tesorería previsional y flujo de caja

VALOR INICIAL \$10,000,000													
Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Ingresos	\$ 49,080,700,00	\$ 49,080,700,00	\$ 51,580,700,00	\$ 49,080,700,00	\$ 51,580,700,00	\$ 51,580,700,00	\$ 49,080,700,00	\$ 49,080,700,00	\$ 51,580,700,00	\$ 52,080,700,00	\$ 49,080,700,00	\$ 51,580,700,00	\$ 604,468,400,00
Eventos 20/ personas	\$ 4,100,000,00	\$ 4,100,000,00	\$ 4,300,000,00	\$ 4,100,000,00	\$ 4,300,000,00	\$ 4,300,000,00	\$ 4,100,000,00	\$ 4,100,000,00	\$ 4,300,000,00	\$ 4,300,000,00	\$ 4,100,000,00	\$ 4,300,000,00	\$ 33,800,000,00
Eventos 50/100 personas	\$ 6,995,000,00	\$ 6,995,000,00	\$ 7,345,000,00	\$ 6,995,000,00	\$ 7,345,000,00	\$ 7,345,000,00	\$ 6,995,000,00	\$ 6,995,000,00	\$ 7,345,000,00	\$ 7,395,000,00	\$ 6,995,000,00	\$ 7,345,000,00	\$ 57,760,000,00
Eventos 100/150 personas	\$ 9,200,700,00	\$ 9,200,700,00	\$ 9,700,700,00	\$ 9,200,700,00	\$ 9,700,700,00	\$ 9,700,700,00	\$ 9,200,700,00	\$ 9,200,700,00	\$ 9,700,700,00	\$ 9,800,700,00	\$ 9,200,700,00	\$ 9,700,700,00	\$ 76,205,600,00
Eventos 150/200 personas	\$ 12,995,000,00	\$ 12,995,000,00	\$ 13,595,000,00	\$ 12,995,000,00	\$ 13,595,000,00	\$ 13,595,000,00	\$ 12,995,000,00	\$ 12,995,000,00	\$ 13,595,000,00	\$ 13,795,000,00	\$ 12,995,000,00	\$ 13,595,000,00	\$ 106,880,000,00
Eventos 200/250 personas	\$ 15,890,000,00	\$ 15,890,000,00	\$ 16,690,000,00	\$ 15,890,000,00	\$ 16,690,000,00	\$ 16,690,000,00	\$ 15,890,000,00	\$ 15,890,000,00	\$ 16,690,000,00	\$ 16,890,000,00	\$ 15,890,000,00	\$ 16,690,000,00	\$ 131,000,000,00
Costos	\$ 44,070,000,00	\$ 44,070,000,00	\$ 46,225,000,00	\$ 44,070,000,00	\$ 46,225,000,00	\$ 46,225,000,00	\$ 44,070,000,00	\$ 44,070,000,00	\$ 46,225,000,00	\$ 46,410,000,00	\$ 44,070,000,00	\$ 46,130,000,00	\$ 541,850,000,00
Eventos 20/ personas	\$ 3,090,000,00	\$ 3,090,000,00	\$ 3,205,000,00	\$ 3,090,000,00	\$ 3,205,000,00	\$ 3,205,000,00	\$ 3,090,000,00	\$ 3,090,000,00	\$ 3,205,000,00	\$ 3,210,000,00	\$ 3,090,000,00	\$ 3,210,000,00	\$ 27,540,000,00
Eventos 50/100 personas	\$ 5,985,000,00	\$ 5,985,000,00	\$ 6,305,000,00	\$ 5,985,000,00	\$ 6,305,000,00	\$ 6,305,000,00	\$ 5,985,000,00	\$ 5,985,000,00	\$ 6,305,000,00	\$ 6,385,000,00	\$ 5,985,000,00	\$ 6,305,000,00	\$ 49,040,000,00
Eventos 100/150 personas	\$ 8,290,000,00	\$ 8,290,000,00	\$ 8,690,000,00	\$ 8,290,000,00	\$ 8,690,000,00	\$ 8,690,000,00	\$ 8,290,000,00	\$ 8,290,000,00	\$ 8,690,000,00	\$ 8,740,000,00	\$ 8,290,000,00	\$ 8,690,000,00	\$ 68,040,000,00
Eventos 150/200 personas	\$ 11,170,000,00	\$ 11,170,000,00	\$ 11,770,000,00	\$ 11,170,000,00	\$ 11,770,000,00	\$ 11,770,000,00	\$ 11,170,000,00	\$ 11,170,000,00	\$ 11,770,000,00	\$ 11,820,000,00	\$ 11,170,000,00	\$ 11,770,000,00	\$ 93,640,000,00
Eventos 200/250 personas	\$ 13,770,000,00	\$ 13,770,000,00	\$ 14,470,000,00	\$ 13,770,000,00	\$ 14,470,000,00	\$ 14,470,000,00	\$ 13,770,000,00	\$ 13,770,000,00	\$ 14,470,000,00	\$ 14,570,000,00	\$ 13,770,000,00	\$ 14,470,000,00	\$ 109,490,000,00
Pagos de Nómina	\$ 1,500,000,00	\$ 1,500,000,00	\$ 1,500,000,00	\$ 1,500,000,00	\$ 1,500,000,00	\$ 1,500,000,00	\$ 1,500,000,00	\$ 1,500,000,00	\$ 1,500,000,00	\$ 1,500,000,00	\$ 1,500,000,00	\$ 1,500,000,00	\$ 12,000,000,00
Pagos de servicios públicos	\$ 185,000,00	\$ 185,000,00	\$ 185,000,00	\$ 185,000,00	\$ 185,000,00	\$ 185,000,00	\$ 185,000,00	\$ 185,000,00	\$ 185,000,00	\$ 185,000,00	\$ 185,000,00	\$ 185,000,00	\$ 1,500,000,00
Arrendo	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 4,000,000,00
Gastos	\$ 791,668,00	\$ 791,668,00	\$ 791,668,00	\$ 791,668,00	\$ 791,668,00	\$ 791,668,00	\$ 791,668,00	\$ 791,668,00	\$ 791,668,00	\$ 791,668,00	\$ 791,668,00	\$ 791,668,00	\$ 9,500,016,00
Gastos legales	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 336,004,00
Equipos de Computo	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 1,333,336,00
Maquinaría y equipo	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 2,000,000,00
Materia Prima	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 2,000,000,00
Publicidad	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 336,004,00
Adeuaciones	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 41,667	\$ 336,004,00
Total de flujo de caja	\$ 4,219,032,00	\$ 4,219,032,00	\$ 4,564,032,00	\$ 4,219,032,00	\$ 4,564,032,00	\$ 4,564,032,00	\$ 4,219,032,00	\$ 4,219,032,00	\$ 4,564,032,00	\$ 4,679,032,00	\$ 4,219,032,00	\$ 4,564,032,00	\$ 33,108,384,00

Tabla 5. Flujo de caja

3.10.3. Estado financiero

VIP Eventos y Logística S.A.S

Estado financiero

Del 1 de Enero al 31 de Diciembre

Ventas Totales	= \$604.468.400
(-) Devoluciones ventas	= 0
(-) Rebajas sobre ventas	= 0
Ventas netas	= \$604.468.400
(-)Costo de ventas	= (\$515.640.000)
(-)Utilidad (pérdida) bruta	= \$88.828.400
Gastos de venta	= (\$26.220.000)
Gastos de administración	= (\$9.500.016)
(-) Utilidad (pérdida) antes del impuesto a la utilidad	= \$53.108.384
(-) Impuesto a la utilidad (33%)	= (\$17.525.767)
(-) Reserva Legal (10%)	= (\$5.310.838)
(-) Utilidad (pérdida) neta	= \$30.271.779
Propietario	Contador

Leany Sanchez

Lorena Cardenaz

1. ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS

4.1. FACTORES PARA DETERMINAR EL TIPO DE PERSONA JURÍDICA

4.1.1. Definición de SAS

La sociedad por acciones simplificadas fue creada por la ley 1258 de 2008, además del decreto 2020 de junio de 2009, basándose en la antigua ley de emprendimiento 1014 de 2006. Con el fin de facilitar la apertura de compañías en Colombia a través de la eliminación de procesos y múltiples trámites. Su constitución, transformación y disolución es a través de escritura pública ante el notario o a través de documento privado. El número de accionistas o socios es de 5 y no tiene límite de máxima cantidad. El capital se divide entre la cantidad de accionistas. Algunas características es que es una sociedad de naturaleza comercial y de capitales, cada accionista responde de acuerdo al monto de sus aportes, manejan una estructura de gobierno y capitalización flexibles, son simples los trámites de constitución.

4.2. ESTÍMULOS, SUBVENCIONES, APOYOS A LA CREACIÓN DE EMPRESA Y EL EMPLEO REGIMEN FISCAL Y REGLAMENTACIÓN DE LA ACTIVIDAD

Para que sea efectiva la constitución de VIP Eventos y Logística primero se requiere buscar el nombre en el RUES, donde se registró que no había ninguna otra empresa con el mismo nombre. La reglamentación existente para mi actividad económica exige el PRE RUT se diligencia en la página web de la DIAN, seleccionando la opción Inscripción RUT y luego cámara de comercio. El sistema le informará que si ya había realizado el proceso y guardó un borrador del documento, puede escribir el número del formulario para continuar con la edición. Para la creación, solo hay que dar clic en continuar dejando el campo de formulario en blanco, el documento privado de constitución que son los estatutos de la compañía donde se define la estructura de la organización.

Con la cédula y el RUT se dirige a la Cámara de comercio cobrarán los derechos de inscripción junto con los demás costos de constitución. Se entregará una versión preliminar de la matrícula mercantil la cual servirá para crear la cuenta de ahorros. También le darán

una segunda versión del PRE-RUT. Para terminar le harán entrega una carta dirigida a la DIAN, donde certifican y detallan la existencia de la cuenta y como tal la empresa.

4.3. FORMACIÓN DE CAPITAL



VIP Eventos y Logística S.A.S NIT: 980526812-1		COMPROBANTE DE APERTURA		001
FECHA	DIA	MES	SEPTIEMBRE 14 DE 2020	
CODIGO		CUENTA	DEBITO	CREDITO
11050501		CAJA GENERAL	\$10,000,000	
31150501		APORTES SOCIALES		\$10,000,000
POR	REVISADO POR:	APROVADO	CONTABILIZADO	
Contabilidad Sas	Jose Luis	Contador Ramirez	Contabilidad Sas	

Tabla 6. Formación de capital

4.4. RIESGO PATRIMONIAL

Uno de los principales riesgos actualmente es la contingencia debido a la pandemia y la limitación por las fiestas y reuniones con muchas personas. Otro riesgo es la alta cantidad de competencia que hay en los mercados basados en la planeación de eventos.

4.5. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

Se pueden realizar alianzas estratégicas con las cajas de compensación de CAFAM y Compensar, las cuales se dedican también al área de entretenimiento de las familias

Colombianas. Se puede crear un convenio directo con estas entidades para realizar todos los eventos que ellos manejan durante todo el año.

4.6. PROCEDIMIENTO PARA LA LEGALIZACIÓN

Registros públicos | Solución de controversias | Servicios empresariales | Competitividad y valor compartido | Gobernanza y conocimiento empresarial

Consulte información para: Empresarios | Círculo de Afiliados CCB | Inversionistas | Ciudadanos | Proveedores - Contratistas | Sala de prensa virtual

Síguenos en: | RSS

Servicios en Línea

Soporte y ayuda en Línea: | Línea de Respuesta Inmediata 3830330 Chat | Llamada virtual | Ayuda

Registro Mercantil - Homonimia nacional

Por identificación

Clase: No. -

Por nombre o razón social*

Escriba los primeros caracteres del nombre

Búsqueda por palabra clave

Por palabra clave

Registro mercantil

Digite el número de matrícula

Cámara de Comercio	Matricula	Razón Social	Organización Jurídica	Ultimo año renovado	Estado
1					

Ilustración 1. Procedimiento para la legalización


Soporte y ayuda en línea

- > Línea de Respuesta Inmediata **3830330**
- > Chat
- > Llamada virtual



Consulte

- > Instructivos y Ayudas
- > Solicite su Clave de Servicios en Línea CCB
- > Ver Órdenes de Compra
- > Consulta de Formularios
- > Consulta del Estado de su Trámite



Medios de pago




Tarjeta Débito
Cuenta de Ahorros
o Corriente

Tarjetas de Crédito



Pago en Bancos

Solicite su clave para disfrutar estos servicios

Renovación Matricula Mercantil [clic aquí]

Transacciones seguras

Descripción actividades económicas (Código CIIU)

Búsqueda actividad económica

Consulte la Clasificación de Actividades Económicas CIIU Revisión 4 adaptada para Colombia.

Encuentre la descripción detallada de su actividad económica ingresando una palabra clave o su código CIIU. Una vez digitada la información, haga clic en el botón **Buscar**.

Por palabra clave
Por código CIIU

Búsqueda por código CIIU

Seleccione el método de búsqueda:


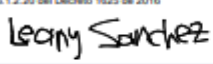
Por código CIIU Estructura detallada

Digite el código:

SECCIÓN >>			
Seleccionar	Codigo CIIU SHD	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	9329	Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.	Ver Nota

Ilustración 2. Código CIIU

4.6.1. Algunos requisitos y documentos

DIAN POR UNA COLOMBIA MÁS HONESTA		Formulario del Registro Único Tributario		001	
2. Concepto <input checked="" type="checkbox"/> 1 Inscripción		4. Número de formulario 14707460370			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 1 0 0 7 1 0 0 6 6 6 0		6. DV 0		12. Dirección seccional Instituto de Bogotá	
7. Buzón electrónico 3 2 1		IDENTIFICACIÓN			
24. Tipo de contribuyente Persona natural o sucesión ilíquida 2		25. Tipo de documento Cédula de Ciudadanía 1 3		26. Número de Identificación 1 0 0 7 1 0 0 6 6 6	
27. Fecha expedición 2 0 1 7, 0 6, 3 0		28. País COLOMBIA 1 6 9		29. Departamento Bogotá D.C. 1 1	
30. Ciudad/Municipio Bogotá, D.C. 0 0 1		31. Primer apellido SANCHEZ		32. Segundo apellido SANCHEZ	
33. Primer nombre LEANY		34. Otros nombres JASBLEIDY			
35. Razón social					
36. Nombre comercial					
37. Sigla					
UBICACIÓN					
38. País COLOMBIA 1 6 9		39. Departamento Bogotá D.C. 1 1		40. Ciudad/Municipio Bogotá, D.C. 0 0 1	
41. Dirección principal CR 80 N 75 38 SUR					
42. Correo electrónico leany Sanchez16@gmail.com					
43. Código postal		44. Teléfono 1 6 5 9 1 3 7 0		45. Teléfono 2 3 2 2 3 6 0 2 8 8 8	
CLASIFICACIÓN					
Actividad económica		Ocupación		52. Número establecimientos	
46. Código 8 2 9 9		47. Fecha inicio actividad 2 0 2 0, 0 9, 0 1		48. Código	
49. Fecha inicio actividad		50. Código 1 2		51. Código	
Responsabilidades, Calidades y Atributos					
53. Código 4 9					
49 - No responsable de IVA					
T Obligados aduaneros					
54. Código					
Exportadores					
55. Forma		56. Tipo		Servicio 1 2 3	
57. Modo		58. CPC			
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación					
Para uso exclusivo de la DIAN					
59. Anexos SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		60. No. de Folios 2		61. Fecha 2020 - 09 - 01 / 09 - 42: 16	
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Parágrafo del artículo 1.º 1.º del Decreto 1753 de 2010			Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada:		
Firma del solicitante: 			984. Nombre GARCIA OSORIO DIEGO MAURICIO 985. Cargo Analista III		

Fecha generación documento PDF: 01-09-2020 09:43:13AM

Ilustración 3. Rut

4.7. RECURSOS FINANCIEROS

4.7.1. Recursos propios

Accionista	Acciones Suscritas	Valor Acción	%	Valor Suscrito
Leany Sanchez	500	10	50	5,000,000
Hildary Sanchez	500	10	50	5,000,000
Totales	1000		100	10,000,000

Tabla 7. Recursos

4.7.2. CRÉDITOS Y PRÉSTAMOS

No aplica

4.7.3. FUENTES DE SUBVENCIONES, AYUDAS Y FONDOS CONCURSALES

No aplica

5. PLAN PREOPERATORIO, PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA

5.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

- **Formalización tributaria:** Se llevará a cabo desde marzo hasta junio. Hace referencia a toda la documentación necesaria para la constitución de la empresa.
- **Formalización comercial:** Se llevará a cabo desde junio hasta septiembre. Hace referencia a toda la parte comercial compra de implementos y adecuación del lugar de la bodega.
- **Plan de mercadeo:** Se llevará a cabo desde septiembre hasta diciembre para iniciar tareas en enero del siguiente año. Hace referencia a la elaboración de merchandising para la promoción de la empresa, por medio digital y de redes sociales.

5.2. RECURSOS FÍSICOS, HUMANOS, TÉCNICOS Y FINANCIEROS INICIALES.

		EFFECTIVO	\$ 1.500.000	
		BANCO	\$ 8.500.000	
COMPROBANTE DE CONTABILIDAD				
		N°	002	
VIP Eventos y Logística S.A.S NIT: 980526812-1		FECHA	AGOSTO 01 DE 2020	
	CODIGO	CUENTA	DEBITO	CREDITO
1	5140	GASTOS LEGALES	\$ 500.000	
	1105	CAJA		\$ 500.000
2	11100501	BANCO BANCOLOMBIA	\$ 1.000.000	
	1105	CAJA		\$ 1.000.000
3	1528	EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 2.000.000	
	11100501	BANCO BANCOLOMBIA		\$ 2.000.000
4	1520	MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 3.000.000	
	11100501	BANCO BANCOLOMBIA		\$ 3.000.000
5	1405	MATERIA PRIMA	\$ 3.000.000	
	11100501	BANCO BANCOLOMBIA		\$ 3.000.000
6	523560	PUBLICIDAD	\$ 500.000	
	11100501	BANCO BANCOLOMBIA		\$ 500.000
			\$ 10.000.000	\$ 10.000.000

Tabla 8. Recursos Físicos

5.3. POLÍTICAS DE LA EMPRESA

5.3.1. Políticas internas

- Confidencialidad por parte de los empleados hacia las actividades desarrolladas dentro de la empresa y en cada evento.
- Cumplimiento de los eventos en la, puntualidad, presentación personal y actividades a desarrollar.
- Diligenciar de forma honesta y asertiva la hoja de comentarios realizados por los clientes y firmada por los mismos.

5.3.2. Políticas externas

- No se hará devolución de dinero por incumplimiento del contrato a menos que; fallecimiento de alguna de las dos partes, calamidad doméstica del cliente que se pueda sustentar.
- La acumulación de puntos es por medio de la cantidad y el valor de los eventos realizados durante el año.
- Pago de la primera cuota del plan para cerrar el contrato por ambas partes.

5.3.3. Políticas del sistema calendario

- Pagos mensuales continuados y respecto a la suma pactada.
- Cumplimiento de las fechas establecidas.
- Para cambios de fechas, adecuaciones e instalaciones, debe realizarse con un mes de anticipación a la fecha establecida inicialmente.
- Debe tener un mes antes de la fecha de ejecución del evento la totalidad del mismo paga.

CONCLUSIÓN

A través de este proyecto pude aclarar mi idea de negocio, calcular presupuestos, costos y gastos de la empresa y poder conocer por medio de ello su viabilidad. Aprendí más acerca del manejo empresarial y su aplicación a nivel de constitución reglamentaria.

Se realizó el estudio de mercados que me dio una visión clara del público objetivo, de las zonas de enfoque y de las fechas con mayor importancia y así mismo gran cantidad de celebraciones. Identifique las necesidades del mercado y los puntos a mejorar para ofrecer un servicio completo y de calidad.

Por último, pude plasmar una idea innovadora a comparación del resto de las empresas de eventos, este es un sistema calendario que a diferencia de un calendario de celular normal, además de recordarte planea y ejecuta en control ese evento a realizar ese día especial.

BIOGRAFÍA

- American Psychological Association, APA. (2010) Manual de publicaciones (3ra ed.) (Guerra, M. F., 2010) México: Manual Moderno.
- Norma Técnica Colombiana, NTC. (1486) (Instituto Colombiano de normas técnicas) Colombiana: Instructivo ICONTEC 1486

CIBERGRAFÍA

- <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3759467-sas-colombia-definicion-caracteristicas-ventajas>
Consultado el 14 de agosto de 2020 a las 10:00 am horas
- <https://www.esneca.com/blog/empresas-organizadoras-de-eventos/>
Consultado el 14 de octubre de 2020 a las 12:00 pm horas
- <https://www.elespectador.com/noticias/actualidad/la-actualidad-de-la-industria-de-eventos-empresariales-en-colombia/>
Consultado el 11 de noviembre de 2020 a las 6:00 pm horas