

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CASA DE EVENTOS
SOCIALES “ORQUÍDEA DORADA” QUE UTILIZA UNA APLICACIÓN MOVIL
PARA DIFUNDIR SUS SERVICIOS EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI**

ANGÉLICA MARÍA LADINO DEL CASTILLO

JULIET DAYANA MAYA DAZA

LIS FANNY MONTILLA GRIJALBA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2018

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CASA DE
EVENTOS SOCIALES “ORQUÍDEA DORADA” QUE UTILIZA UNA
APLICACIÓN MOVIL ´PARA DIFUNDIR SUS SERVICIOS EN LA CIUDAD DE
SANTIAGO DE CALI**

ANGÉLICA MARÍA LADINO DEL CASTILLO

JULIET DAYANA MAYA DAZA

LIS FANNY MONTILLA GRIJALBA

**Trabajo de grado como requerimiento para optar el título de Administradora
de Empresas**

Asesor

Mg. LUIS MARIO GUERRERO RODRÍGUEZ

Especialista en Finanzas

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2018

NOTA DE ACEPTACIÓN

Trabajo de grado Estudio de factibilidad para la creación de una casa de eventos sociales “orquídea dorada” empleando las “TIC” para los servicios de selección y reserva en la ciudad de Santiago De Cali aceptado por la Facultad de Ciencias Empresariales de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, admitido como requisito para obtener el título de Administradora de empresas

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Santiago de Cali, diciembre de 2018.

DECLARACIÓN DE PRIVACIDAD

El actual proyecto “Estudio de factibilidad para la creación de una casa de eventos sociales “orquídea dorada” empleando las “TIC” para los servicios de selección y reserva en la ciudad de Santiago De Cali” tiene todos los derechos reservados, por lo que Ninguna parte ni, fragmento o la totalidad del archivo podrá transcribirse por cualquier medio de almacenamiento físico o digital sin autorización previa de los autores.

ANGÉLICA MARÍA LADINO DEL CASTILLO

JULIET DAYANA MAYA DAZA

LIS FANNY MONTILLA GRIJALBA

DEDICATORIA

Gracias primeramente a Dios que nos guía e ilumina a diario para lograr nuestras metas, a mi madre, hermano y novio la escucha, orientación y ayuda constante, a Julieth y lis por acompañarme en este proceso y poder culminar esta etapa junta. A los docentes por su valioso aporte. Compartiendo su conocimiento, tiempo, y demás virtudes con los cuales nos ayudaron para la exitosa realización de este proyecto.

ANGÉLICA MARÍA LADINO DEL CASTILLO

Agradezco a Dios por haberme acompañado a lo largo de mi carrera, por ser mi bastón en los momentos de debilidad. Gracias a mis padres Vladimir y Miriam por el apoyo incondicional que siempre me han brindado, por su paciencia y sus esfuerzos para brindarme mejores oportunidades y calidad de vida. A mis abuelos Eduardo y Filomena por el gran ejemplo de vida que me han dado y especialmente por haber creído siempre en mí, finalmente, agradezco a Angélica y Lis Fanny por haber sido excelentes compañeras de tesis y amigas, por brindarme soporte en los momentos de desesperación y especialmente por el cariño brindado.

JULIET DAYANA MAYA DAZA

Gracias le doy a Dios y a mis Ángeles por haberme acompañado en todo este proceso de mi carrera, a mi familia por creer en mí y apoyarme en todo, gracias familia por cada consejo y guía que me dieron para ayudarme a ser la persona que soy hoy, por inculcarme unos principios y valores éticos que han hecho de mí una mejor persona y una mujer llena de metas y sueños por cumplir. Gracias a mi esposo por todo el acampamiento y entendimiento en todo este proceso de reunirme para realizar trabajos, gracias a mis compañeras Julieth maya y angélica ladino por formar parte de este grupo.

LIS FANNY MONTILLA GRIJALBA

CONTENIDO

	Pág.	
1	CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17
1.1	TÍTULO DEL PROYECTO	17
1.2	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	17
1.3	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.4	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.5	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.6	MARCO DE REFERENCIA	22
1.7	ASPECTOS METODOLÓGICOS	29
2	ESTUDIO DE MERCADO	31
2.1	ANÁLISIS DE MERCADO	31
2.2	ANÁLISIS DEL SECTOR	31
2.3	ESTRUCTURA DEL MERCADO	36
2.4	CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO	50
2.5	PLAN DE MERCADEO	51
3	ESTUDIO TÉCNICO	58
3.1	INGENIERA DEL PROYECTO	58
3.2	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	80
3.3	TAMAÑO DEL PROYECTO	81
4	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	82
4.1	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	82
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	84
4.3	MODELO DE RECLUTAMIENTO PERSONAL	96
4.4	PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL	98
4.5	PROCESO DE CONTRATACIÓN	101
4.6	PROCESO DE CARACTERIZACIÓN Y ENTRENAMIENTO	105
4.7	FUNDAMENTACIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES ESTRATÉGICAS	106
5	ESTUDIO FINANCIERO	109

5.1	INVERSIÓN INICIAL	109
5.1.1	DEPRECIACIÓN EN PESOS	111
5.1.2	ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL CON Y SIN FINANCIACIÓN EN PESOS.	111
5.2	AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO EN PESOS	114
5.3	LEASING FINANCIERO EN PESOS	115
5.4	PARÁMETROS GENERALES	116
5.5	GASTOS EN PESOS	120
5.6	NÓMINA DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS EN PESOS	122
5.7	COSTO DE LOS SERVICIOS EN PESOS	125
5.8	DEMANDA	129
5.9	VENTAS Y COSTOS EN PESOS	130
5.10	IVA, RECAUDOS Y PAGOS EN PESOS	131
5.11	ESTADO DE RESULTADOS SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS	132
5.12	FLUJO DE CAJA SIN Y CON FINANCIACIÓN	137
5.13	ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO SIN Y CON FINANCIACIÓN	140
5.14	ANÁLISIS VERTICAL SIN Y CON FINANCIACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
5.15	INDICADORES FINANCIEROS SIN Y CON FINANCIACIÓN	¡Error!
	Marcador no definido.	
5.16	PUNTO DE EQUILIBRIO	142
5.17	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	¡Error! Marcador no definido.
6	CONCLUSIONES	143
	REFERENCIAS	144

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1. Logo de la empresa	54
Imagen 2. Portafolio.....	55
Imagen 3. Silla gerencial.....	77
Imagen 4. Escritorio.....	77
Imagen 5. Vitrinas.....	78
Imagen 6. Divisiones para oficina	78
Imagen 7. Silla secretaria	79

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Diagrama y plan de desarrollo	72
Figura 2. Diagrama y plan de desarrollo	74
Figura 3. Organigrama.....	85
Figura 4. Esquema de reclutamiento	100
Figura 5. Proceso de caracterización y entrenamiento	106

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. ¿Ha contratado alguna vez un paquete de servicios en casas de eventos sociales en la ciudad de Cali?	41
Gráfico 2. ¿Trabaja actualmente?	41
Gráfico 3. Quedo conforme con el servicio brindado por parte de la casa de evento que contrato.....	42
Gráfico 4. Sabe usted qué clase de eventos se realiza en las casas de eventos sociales de la ciudad de Cali	42
Gráfico 5. Como les pareció la atención a los clientes	44
Gráfico 6. Que espera encontrar en casa de eventos la orquídea dorada	44
Gráfico 7.Cuál es el presupuesto que maneja usted para la realización de su evento	45

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Matriz DOFA	35
Cuadro 2. Mercado potencial de hogares	38
Cuadro 3. Eventos	46
Cuadro 4. Competencia	48
Cuadro 5. Caracterización del servicio casa de eventos Orquídea Dorada	50
Cuadro 6. Ficha del evento de Cumpleaños	59
Cuadro 7. Ficha del evento de matrimonios	59
Cuadro 8. Ficha técnica del evento de cumpleaños	60
Cuadro 9. Paquetes de eventos de cumpleaños	61
Cuadro 10. Ficha técnica del evento de matrimonios	62
Cuadro 11. Paquetes de eventos de matrimonio	63
Cuadro 12. Insumos necesarios para el evento de matrimonios 1 a 100 personas	65
Cuadro 13. Insumos necesarios para el evento de matrimonios 101 a 200 personas	66
Cuadro 14. Insumos necesarios para el evento de matrimonios 201 a 300 personas	67
Cuadro 15. Insumos necesarios para el evento de cumpleaños 1 a 100 personas	68
Cuadro 16. Insumos necesarios para el evento de cumpleaños 101 a 200 personas	69
Cuadro 17. Insumos necesarios para el evento de cumpleaños 201 a 300 personas	70
Cuadro 18. Equipo	76
Cuadro 19. Calculo de cantidades de materia prima e insumos	80
Cuadro 20. Gerente general.	86
Cuadro 21. Secretaria	87

Cuadro 22. Auxiliar contable	88
Cuadro 23. Recursos Humanos	89
Cuadro 24. Director comercial	90
Cuadro 25. Director logístico	92
Cuadro 26. Encargado de los eventos	93
Cuadro 27. Encargado de cocina y meseros	94
Cuadro 28. Personal de decoración.....	95

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Inversión inicial	110
Tabla 2. Depreciación en pesos.....	111
Tabla 3. Estado de la situación financiera inicial sin financiación en pesos	112
Tabla 4. Estado de la situación financiera inicial con financiación en pesos	113
Tabla 5. Amortización del préstamo en pesos	114
Tabla 9. Leasing financiero en pesos	115
Tabla 7. Parámetros económicos	116
Tabla 8. Parámetros laborales	117
Tabla 9. Cargos y salarios	118
Tabla 10. Parámetros recaudos y pagos	118
Tabla 11. Parámetro de gasto	119
Tabla 12. Parámetros registro mercantil	120
Tabla 13. Escrituración	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 14. Gastos en pesos	121
Tabla 20. Nómina de administración en pesos	123
Tabla 21. Nómina de operativa en pesos.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 19. Costos por servicios.....	125
Tabla 18. Ventas y costos en pesos	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 24. Iva, recaudos y pagos en pesos.....	131
Tabla 20. Estado de resultados sin financiación en pesos	135
Tabla 21. Estado de resultados con financiación en pesos.....	136
Tabla 22. Flujo de caja sin financiación en pesos	138
Tabla 23. Flujo de caja con financiación en pesos	139
Tabla 24. Estado de la situación financiera proyectado sin financiación	140
Tabla 25. Estado de la situación financiera proyectado con financiación	141

- Tabla 26. Análisis vertical del estado de la situación financiera proyectado sin financiación..... ¡Error! Marcador no definido.
- Tabla 27. Análisis vertical del estado de la situación financiera proyectado con financiación..... ¡Error! Marcador no definido.
- Tabla 28. Análisis vertical estado de resultados sin financiación en pesos ¡Error! Marcador no definido.
- Tabla 29. Análisis vertical estado de resultado con financiación en pesos..... ¡Error! Marcador no definido.
- Tabla 30. Razones financieras sin financiación ¡Error! Marcador no definido.
- Tabla 31. Razones financieras con financiación ¡Error! Marcador no definido.
- Tabla 32. Punto de equilibrio ¡Error! Marcador no definido.
- Tabla 33. Análisis de sensibilidad en la disminución del margen de venta..... ¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

El presente proyecto expone la factibilidad sobre la creación de una empresa que se especializará en ser una casa de eventos sociales y que mediante de una aplicación móvil las personas puedan solicitar estos servicios, de este modo serán claros los procesos de selección y reserva del sitio, por lo tanto esta será una empresa que cubrirá la necesidad de buscar un lugar acorde a las necesidades del cliente en el cual se desee realizar cualquier tipo de evento con el acompañamiento de personal profesional e idóneo.

Palabras Claves: Emprendimiento, Casa de eventos, Servicios, App.

ABSTRACT

The present project exposes the feasibility on the creation of a company that will specialize in being a house of social events and that through a mobile application people can request these services, in this way the processes of selection and reservation of the site will be clear, therefore this will be a company that will cover the need to find a place according to the needs of the client in which you want to perform any type of event with the accompaniment of professional and qualified staff.

Key Words: Entrepreneurship, Events House, Services, App.

INTRODUCCIÓN

Debido a que constantemente las costumbres culturales cambian con más frecuencia, en cuanto a las reuniones sociales, reuniones empresariales, anteriormente se realizaban en la casa de los festejados o simplemente en un espacio amplio y por ende su realización generaba una inversión no muy favorable para el interesado en la realización del evento. Por tanto, se ha generado en los ciudadanos la necesidad de buscar sitios apropiados para la realización de sus eventos, además de esto se requiere un servicio completo que incluya: música, menaje, etc.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

Estudio de factibilidad para la creación de una casa de eventos sociales “orquídea dorada” que utiliza una aplicación móvil para difundir sus servicios en la ciudad de santiago de cali

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

La línea de investigación en la cual nos enfocaremos es la de Emprendimiento, porque se va crear empresa de eventos sociales llamada Orquídea Dorada.

1.3 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

El problema de investigación de orquídea dorada es determinar la factibilidad de un proyecto de emprendimiento basado en servicios tecnológicos como aplicaciones móviles que le permita realizar procesos de reserva y selección de paquetes fácilmente al público objeto. Debido a que las aplicaciones son unas herramientas muy prácticas y a su vez costosas en el mercado. Por esto, el sector de eventos sociales crece de manera significativa, ya que, se busca un sitio adecuado para la realización de su evento, pero, además, que esté dentro de sus capacidades económicas, sin dejar de ser elegante, sofisticado y glamuroso; también buscando dejar de lado los prejuicios por los distintos niveles sociales de la comunidad. De esta manera el cliente busca encajar en este nuevo mercado.

Sin embargo, este cada vez ofrece nuevas doctrinas, costumbres, colores, temáticas, etc. Para satisfacerlos, por lo tanto, decide emplear procesos tecnológicos como páginas web para eventos, por medio de la afiliación de una aplicación móvil existente para procesos de selección y reserva), para ser

destacados por los productos y servicios ofrecidos en cuanto a la calidad, el tiempo y los costos.

1.3.1 Planteamiento del problema. Se ha observado el crecimiento competitivo en el sector casas de eventos sociales, por ende, es claro que se afrontara una dificultad de estabilidad económica, debido a las diversas competencias que existen en el sector. Según sean los diferentes niveles sociales a los que pertenecen las personas a las cuales se les brindara la oportunidad de hacer uso de los eventos que ofrece la empresa orquídea dorada.

Pues la moda evoluciona continuamente según las distintas temáticas que a diario innovan para estas reuniones sociales; además de los gastos que generan dichos eventos. Por tanto, se tiene claro que cada innovación requiere de nuevas inversiones, lo que podría generar un costo muy elevado para el objetivo de la empresa (presupuesto final del cliente), La idea es poder prestar los servicios completos sin dejar de lado la elegancia y confort que caracteriza la organización. Y a si suplir a cabalidad las necesidades de los clientes.

1.3.2 Formulación del problema. ¿Cuál sería la factibilidad para la creación de una casa de eventos sociales “orquídea dorada” que utiliza una aplicación móvil para difundir sus servicios en la ciudad de Santiago de Cali?

1.3.3 Sistematización del problema. A continuación, las siguientes preguntas del grupo de investigación.

- ¿Cómo elaborar un estudio de mercado que permita identificar la oferta y la Demanda, precios del servicio que se va a ofrecer, para la creación de una casa de eventos sociales “orquídea dorada” que utiliza una aplicación móvil para difundir sus servicios en la ciudad de Santiago De Cali?

- ¿Cómo desarrollar estudio técnico que permita definir características del servicio y necesidades de inversión, para la creación de una casa de eventos sociales “orquídea dorada” que utiliza una aplicación móvil para difundir sus servicios en la ciudad de Santiago De Cali?
- ¿Cómo identificar elementos básicos para construir todo lo relacionado a los aspectos administrativos y legales, para la creación de una casa de eventos sociales “orquídea dorada” que utiliza una aplicación móvil para difundir sus servicios en la ciudad de Santiago De Cali?
- ¿Cómo determinar la factibilidad económica y financiera a través de unas proyecciones financieras, para la creación de una casa de eventos sociales “orquídea dorada” que utiliza una aplicación móvil para difundir sus servicios en la ciudad de Santiago De Cali?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general. Elaborar un estudio de factibilidad, para la creación de una casa de eventos sociales “orquídea dorada” que utiliza una aplicación móvil para difundir sus servicios en la ciudad de Santiago De Cali.

1.4.2 Objetivos específicos. A continuación, los objetivos del proyecto:

Elaborar un estudio de mercado que permita identificar la oferta y la Demanda, precios del servicio que se va a ofrecer, para la creación de una casa de eventos sociales “orquídea dorada” que utiliza una aplicación móvil para difundir sus servicios en la ciudad de Santiago De Cali.

Desarrollar estudio técnico que permita definir características del servicio y necesidades de inversión, para la creación de una casa de eventos sociales “orquídea dorada” que utiliza una aplicación móvil para difundir sus servicios en la ciudad de Santiago De Cali.

Identificar elementos básicos para construir todo lo relacionado a los aspectos administrativos y legales, para la creación de una casa de eventos sociales “orquídea dorada” que utiliza una aplicación móvil para difundir sus servicios en la ciudad de Santiago De Cali.

Determinar la factibilidad económica y financiera a través de unas proyecciones financieras, para la creación de una casa de eventos sociales “orquídea dorada” que utiliza una aplicación móvil para difundir sus servicios en la ciudad de Santiago De Cali.

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Con este proyecto se estudia la factibilidad para la creación de empresas en el cual encontramos problemas que posicionan y complican las diferentes situaciones producidas por el mal manejo en los sectores competentes. De acuerdo con lo arrojado por el estudio realizado, lo que se busca con la creación de esta empresa es prestar servicios de valor agregados para empresas personas naturales que requieran eventos sociales como bodas y cumpleaños, innovando y facilitar la organización de sus deseos, teniendo en cuenta sus ideas e ilusión para que puedan disfrutar de los mejores eventos en espacios cómodos, además de brindar la posibilidad de deleitarse con banquetes exclusivos en todo lujo de detalles, pero manejando un presupuesto ajustado a sus posibilidades. Y de esta manera lograr hacer de su evento una fecha memorable en donde puedan disfrutar con mucha tranquilidad al lado de su mejor compañía.

Es por esto que la creación de esta empresa busca facilitar la organización y suplir las necesidades de los clientes, según sea la oferta, haciendo así que el nombre de esta empresa se destaque por emplear las mejores técnicas, tecnologías, menaje y precios favorables para los clientes. De esta manera resaltar los principios morales y valores corporativos que caracterizan a orquídea dorada para brindar a ustedes

un servicio mejorado, siendo el más cumplido y comprometido con su evento. Sin dejar de lado que lo primordial para la empresa es su capacidad económica.

1.5.1 Justificación teórica. El propósito de este proyecto es generar empleo dentro de un sector muy poblado hoy por hoy, resaltando de este trabajo, la calidad, innovación, organización y cumplimiento dentro de una industria realizadora de eventos. Para la planeación de sus eventos se cuenta con la valiosa participación de los clientes.

Pues la meta es cumplir a cabalidad sus deseos. Para llevar a cabo esto se contará con un personal capacitado que se destaque por su buen desempeño, además de conocimiento acerca del tema sin temor a romper barreras; debido a esto lo que se busca en ORQUÍDEA DORADA es la realización de los mejores eventos; elaborados por el mejor equipo de profesionales en un ambiente cómodo, agradable y sobre todo con buena infraestructura para que su evento sea inolvidable.

1.5.2 Justificación metodológica. Encuestas, este método se utilizará con el fin de evaluar el servicio brindado a los clientes, además de ser la manera más asequible para obtener conocimiento en gustos, preferencias, inconformidades, exigencias, etc.

Que los clientes evidencien situaciones o momentos significativos en los establecimientos ofrecidos durante y para algún evento. Es una técnica muy importante para esta casa de eventos, porque permite identificar los distintos tipos de clientes que se podrán atraer e impactar con la atención y el buen servicio que caracteriza la empresa. De este modo mantener una comunicación constante con el público ofreciendo un acompañamiento constante en el cual podrán aclarar dudas, brindar accesorias y recibir cotizaciones.

1.5.3 Justificación práctica. En este estudio de factibilidad se busca identificar las diferentes variables que permitan evaluar el método más viable para la realización de CASA DE EVENTOS ORQUÍDEA DORADA, que tendrá como actividad principal la realización de eventos sociales en espacios cerrados o abiertos de la ciudad de Santiago de Cali, lo cual por medio de las diferentes técnicas de mercadeo y finanzas se logre identificar distintas estrategias de emprendimiento objetadas.

Ofreciendo al público un portafolio amplio y seductor que cumpla con sus expectativas y supla sus necesidades, por tal manera lograr alcanzar la rentabilidad deseada y el correcto funcionamiento de la empresa apoyados en la constitución legal y tributaria según la normatividad vigente de Colombia.

1.6 MARCO DE REFERENCIA

1.6.1 Referente teórico. Se toma como referente teórico los argumentos que presenta Taylor en su análisis de los aspectos.

Taylor es el primer intento de definir y establecer racionalmente los cargos y tareas a ser desempeñadas por las personas, se da con la administración científica. En este aspecto, Taylor fue pionero. Como todo pionero, es muy respetado por algunos y muy criticado por otros. “Como lo nombra Taylor anteriormente es importante que en las empresas se tengan cargos para desempeñar las tareas por personas en dichas organizaciones. (Hackman y Oldham (1975) “expresaban que los puestos bien diseñados conllevaban a una alta motivación, desempeño de calidad, satisfacción y menores índices de ausentismo y rotación”.

“Es decir, que el diseño de puestos de trabajo debe de ser agradable para no caer en lo que citan anteriormente los teóricos Hackman y Oldham que es el ausentismo”.

Según el sistema humanístico de Hawthorne (1923):

Es importante que en las organizaciones las personas tengan: organización informal, liderazgo, recompensas sociales, trabajo en equipo y contexto del cargo.” Por lo planteado Hawthorne cabe destacar que para una organización prospere y sea líder en el mercado, se destaque, tenga un buen nombre y reconocimiento su equipo de trabajo y las personas que lo integran deben contar con lo destacado que nombra lo anteriormente el teórico Hawthorne (p. 23).

Según la Teoría X / Y, el representante es Mac Gregor (1960) quien elaboró esta teoría con una perspectiva mecanicista. El enfoque de la organización es de innovación y creatividad. Por lo planteado, Mac Gregor ha hecho unos supuestos sobre el comportamiento de las personas en donde propone un enfoque de liderazgo en la teoría X, por lo tanto, propone para la teoría Y el empoderamiento (empowerment), que se basan en una concepción positiva de la naturaleza humana.

Otras de las características de vital importancia para la creación de la empresa ORQUÍDEA DORADA es la Máxima división del trabajo, es muy importante que en toda organización para lograr sus objetivos deban descomponer el trabajo total en operaciones. Como un organismo, empresa, entidad, institución. Como la función de distribuir el trabajo dando autoridades formales. Las funciones están asignadas y cada funcionario sabe de antemano cuáles deben cumplir. Weber (2012) dice que las organizaciones deben estructurarse bajo una jerarquía de autoridad, y se usa fundamentalmente como evaluación de los resultados planeados.

Según la Teoría estructuralista su representante es Burnham (1947):

La perspectiva la ubica sobre la estructura organizacional, las personas y el ambiente. Tiene un enfoque de la organización múltiple y globalizante, formal e informal. La organización es considerada una unidad social grande y compleja. Se basa en un sistema abierto y utiliza un modelo natural. El hombre, para el estructuralismo, es un ser social que desempeña roles dentro de varias organizaciones. Los aportes de la teoría estructuralista son los niveles jerárquicos: 1. nivel técnico, 2. nivel gerencial, 3. nivel institucional.

Los objetivos organizacionales tratan de lograr un equilibrio entre los objetivos organizacionales e individuales. Los incentivos son materiales y sociales, “por lo planteado se entiende que es importante para toda organización o empresa que haya un nivel jerárquico en el cual especifique la importancia de sus labores y se incentive el empleado para alcanzar su rendimiento máximo (p. 411).

1.6.1.1 Manual de organización y funciones. El manual de la Organizaciones y Funciones (MOF) es un instrumento normativo de gestión institucional que describe las funciones básicas a nivel de puestos de trabajo o cargos contenidos en el cuadro de asignación de personal, formula los requisitos esenciales exigibles y establece las relaciones internas del cargo.

De esta manera podemos ver la importancia que tiene el crear estrategias que incentiven a los colaboradores, y fomente su creatividad y emprendimiento dentro de la empresa, ya que esto potencializa el desarrollo de habilidades, por ende se desarrolla el deseo de superación, además que destaca el trabajo propuesto al cliente, al incentivar los empleados se genera una necesidad por aumentar su conocimiento o especializaciones, y así lograr que aporte desde su puesto de trabajo propuestas innovadoras que atribuyen a la imagen de ORQUÍDEA DORADA, además de cumplir con los objetivos empresariales planteados.

1.6.2 Referente legal. En el trabajo de factibilidad para la creación de la empresa casa de eventos sociales ORQUÍDEA DORADA enmarca una necesidad de asesoramiento en leyes y decretos sobre las cuales se puedan apoyar los procesos plasmados inicialmente, donde se logre alcanzar la optimización de funciones y realización en eventos sociales basados en que existen aspectos legales que se deben tener en cuenta para no infringir la leyes Nacionales por lo que hacemos referencias de algunas Leyes y Decretos que tiene relación con el tema.

Según los Decretos leyes 770 y 785 de 2005 Nacionales y los Decretos reglamentarios 2539 de 2005 y 1785 de 2014 en Colombia. Se debe partir para el análisis de un Diseño para Elaboración de un Manual de Funciones de una empresa son: Misión de la entidad, objetivos y funciones de la entidad, estructura de la entidad, procesos definidos por la entidad (estratégicos, misionales, de apoyo y de evaluación y seguimiento) para el cumplimiento de las funciones y el logro de los objetivos, planta de personal de la institución.

Y encaminados a cumplir con estos requerimientos legales se debe tener presente que el manual específico de funciones y de competencias laborales debe contener: Identificación y ubicación del empleo, contenido funcional: que comprende el propósito principal y la descripción de funciones esenciales del empleo, conocimientos básicos o esenciales, competencias comportamentales requisitos de formación académica y experiencia.

ARTÍCULO 155 De la constitución federal; Capítulo 1 Artículo 3° ninguno de estos centros sociales podrá vender al público ni cerveza ni bebidas alcohólicas. Pero para ocasiones especiales de celebraciones significativa, se les podrá autorizar permiso eventual para el consumo tanto de cerveza como de bebidas de moderación, siempre acompañadas de alimentos. Con fundamentos en el ART 17 del reglamento de la ley sobre el funcionamiento y operación de establecimientos destinados al almacenaje, distribución, ventas y consumo de bebidas alcohólicas.

Artículo 8°- se entiende por salones de fiestas los locales especialmente dedicados para rentarse con la finalidad de realizar en ellos fiestas familiares o sociales de celebraciones especiales como bodas, XV años, bautizos, conferencias, simposios, cursos de capacitación, aniversarios, y toda clase de eventos permitidos por ley.

Artículo 11°- los salones de fiestas que existan en zona expresamente prohibida para su instalación, por ese solo hecho se clausuraran y se reubicaran al sitio previsto por las autoridades municipales para su instalación.

Artículo 13°- para que los salones de fiestas cuenten con un servicio permanente de bar y con un horario fijo, que solo podrá ser para los fines de semana, se requiere presentar por escrito de justificación de que se requiere tal servicio por la comunidad, para la comunidad, para obtener la licencia correspondiente extendida por la autoridad municipal.

Artículo 14°- si los salones de fiestas funcionaran exclusivamente mediante renta de local a las personas interesadas para la celebración de la fiesta, serán estas las que deberán solicitar el permiso para baile y la licencia para consumo de bebidas alcohólicas que serán extendidas por la autoridad municipal exclusivamente para la fecha que se extendida. En toda ocasión se les brindara servicio de vigilancia por parte de la dirección de seguridad pública municipal, enterando su respectiva cuota por vigilancia a la tesorería municipal. Las licencias tendrán cuidado de establecer un horario y modalidades a las que deberán sujetarse los interesados.

Ley 1014 de 2006 (enero 26) De fomento a la cultura del emprendimiento. El Congreso de Colombia Disposiciones generales Artículo 1°.

Cultura del emprendimiento, Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

Legislación sanitaria: la legislación sanitaria en Colombia establece que hay unos decretos que se enfocan en el tema ambiental y de salubridad. Los decretos son:

Decreto 3075 de 1997, Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicaran: A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.

A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional. A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano. A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

Capitulo iii. personal manipulador de alimentos, en el capítulo III hay una serie de artículos que rigen los comportamientos, modales y practicas optimas dentro de la manipulación de alimentos. Los artículos son:

Artículo 13. Estado de salud: El personal manipulador de alimentos debe haber pasado por un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función. Así mismo, deber efectuarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia del trabajo motivada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminación de los alimentos que se manipulen. La dirección de la empresa tomar las medidas correspondientes para que al personal manipulador de alimentos se le practique un reconocimiento médico, por lo menos una vez al año.

Artículo 14. Educación y capacitación: Todas las personas que han de realizar actividades de manipulación de alimentos deben tener formación en materia de educación sanitaria, especialmente en cuanto a prácticas higiénicas en la manipulación de alimentos. Igualmente deben estar capacitados para llevar a cabo las tareas que se les asignen, con el fin de que sepan adoptar las precauciones necesarias para evitar la contaminación de los alimentos.

Las empresas deberán tener un plan de capacitación continuo y permanente para el personal manipulador de alimentos desde el momento de su contratación y luego ser reforzado mediante charlas, cursos u otros medios efectivos de actualización. Esta capacitación estará bajo la responsabilidad de la empresa y podrá ser efectuada por esta, por personas naturales o jurídicas contratadas y por las autoridades sanitarias. Cuando el plan de capacitación se realice a través de personas naturales o jurídicas diferentes a la empresa, estas deben contar con la autorización de la autoridad sanitaria competente. Para este efecto se tendrán en cuenta el contenido de la capacitación, materiales y ayudas utilizadas, así como la idoneidad del personal docente.

Norma técnica sectorial colombiana nts-usna 007, esta norma explica los requisitos tipos de chequeos médicos que exige la ley para cada persona que manipule los alimentos. Los requisitos son los siguientes:

Requisitos sanitarios para los manipuladores de alimentos: Todo manipulador de alimentos para desarrollar sus funciones debe recibir capacitación básica en materia de higiene de los alimentos y cursar otras capacitaciones de acuerdo con la periodicidad establecida por las autoridades sanitarias en las normas legales vigentes.

Todo manipulador de alimentos se debe practicar exámenes médicos especiales: Frotis de garganta con cultivo, KOH de uñas (para detectar hongos), coprocultivo y examen de piel antes de su ingreso al establecimiento de la industria gastronómica y de acuerdo con las normas legales vigentes.

Ley 9 de 1979: Código Sanitario Nacional por cuanto dicta medidas sobre las condiciones sanitarias básicas para la protección en el medio ambiente, suministro de agua, saneamiento de edificaciones, alimentos, droga, medicamentos, cosméticos, vigilancia y control epidemiológico, prevención y control de desastres, derechos de los habitantes respecto a la salud.

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.6.1 Enfoque de investigación. El tipo de investigación fue exploratorio y descriptivo porque se pretende estudiar la factibilidad de la creación de una casa de eventos sociales “ORQUIDEA DORADA” que utiliza una aplicación móvil para difundir sus servicios en la ciudad de Santiago de Cali.

1.6.2 Método de Investigación. Exploratorio y descriptivo.

1.6.2.1 Método exploratorio, descriptivo. Este método se emplea para recoger y recopilar información importante para la empresa, Teniendo en cuenta que el equipo de trabajo todo el tiempo está siendo capacitado y supervisado para prevenir errores en los procesos, pues los clientes son los mayores observadores; es claro que se evalúan todos los procesos elaborados meticulosamente por el equipo para ofrecer un buen evento, además de las opiniones que la población brinda al momento de elaborar encuestas o preguntas de satisfacción.

Por lo tanto, se suele utilizar una serie de herramientas que permita observar y crear estrategias de mejoramiento en determinadas zonas de productividad, aquellas herramientas son: la observación empírica o superficial, entrevistas, cuestionarios, llamadas de satisfacción y recopilación de información, test virtuales, etc. De esta manera poder reunir la información proveniente de la comunidad objeto (clientes); y con esta, la idea es poder identificar las debilidades y fortalezas para crear estrategias que permitan cambiar y evolucionar.

1.6.2.2 Método de análisis. En este método se reunirá toda la información recolectada a través de los diferentes medios y herramientas, con la intención de que se empleen todos los conocimientos del ser humano más principalmente la habilidad creativa para innovar constantemente y organizacional, ya que la idea es ofrecer productos y espacios que ex pecten y cautiven a los clientes, por ende se planteara una estructura organizacional fuerte que soporte cambios y que proponga ideas de innovación permanentemente para lograr así que todo el equipo de trabajo aflore sus conocimientos y habilidades para un resultado exitoso.

1.6.3 Fuentes primarias. Encuesta. Este método es empleado con el objetivo de realizar el estudio de mercado y el análisis de competencia, se diseñaron encuestas que aporta una fuente de conocimiento y calidad de información muy relevante, recopilando información fidedigna y de esta manera delimitar el mercado objetivo, determinando con facilidad si se tiene debilidad en algún proceso y por ende fortalecer los mismos y plasmar estrategias útiles que permitan avanzar y a su vez salir de la zona de riesgo ante la competencia del sector.

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ANÁLISIS DE MERCADO

El análisis del mercado es uno de los requisitos más importantes en el momento de hacer un estudio de factibilidad para la casa de eventos sociales orquídea dorada en la ciudad de Santiago de Cali.

Con este estudio se determina como está la competitividad, los cambios y cuáles son las estrategias de mercado para el crecimiento de esta empresa. También se identifican los consumidores potenciales, según la necesidad de ellos para elegir una casa de eventos, para ello se realizan estrategias de merchandising, donde se desarrollan estudios que ayudan a evaluar la satisfacción de los clientes ya que es el enfoque principal de la misma. Con esto se busca tener una organización ampliamente competitiva que este innovando continuamente frente al cambio del mercado.

2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR

Cali es una de las ciudades más grandes con mayor crecimiento económico en el sector de servicios, puesto que el caleño refleja según cifras del DANE un aumento muy grande para la ciudad por lo tanto genera grandes oportunidades para empresas desarrolladas en el sector de servicios. De esta manera en Cali surge la necesidad de crear empresas dedicadas a la realización de eventos sociales. No obstante, la participación de demanda es ampliamente grande.

El análisis refleja la importancia de crear empresa y apostarle a este mercado. Durante el año 2015, los sectores de servicios exhibieron una expansión del 3.5% anual, según las cuentas nacionales del DANE. (Director: Sergio Clavijo, 2016)

2.2.1 Tendencias en el sector. El sector de servicios en Colombia compone el 57,5% del PIB nacional y por lo tanto cuenta con un gran potencial de crecimiento, por ello se ha convertido en una de las mayores apuestas comerciales para el país. Actualmente se están llevando a cabo iniciativas para explorar nuevas oportunidades y mercados, mejorando las políticas del sector y así ampliar la oferta. (PROCOLOMBIA, s.f.)

Así va el negocio de servicios en Colombia. La industria de contact centers & BPO ha registrado crecimientos considerables en los últimos años y, aunque se prevé que en el presente periodo la dinámica será menor, el sector tiene buenas perspectivas, pues cada vez es mayor el número de clientes que recurre a los servicios de tercerización para el desarrollo de sus operaciones. Este sector, que mueve más de \$6 billones al año y aporta 1,2% del PIB, es clave en la generación de empleo, con 350.000 puestos de trabajo en la totalidad de la industria, incluyendo contact centers, BPO, KPO e ITO, entre otros servicios, según datos de la Andi. (COPYRIGHT © 2017 PUBLICACIONES SEMANA S.A, 2017)

Los mayores incrementos se presentaron en actividades profesionales, científicas y técnicas (11,8 %); otros servicios de entretenimiento (11,3 %); y actividades inmobiliarias, de alquiler y arrendamiento (11 %), respecto al mismo trimestre del año anterior, cuando crecieron 3,6 %, 8,4 % y -3,7 %, respectivamente. (PATRÓN, 2017)

Respecto al dato anterior, la organización orquídea dorada se encuentra ubicada entre servicios de entretenimiento que corresponden al (11,3%) y actividades inmobiliarias, de alquiler y arrendamiento (11 %).

- Estado del sector

Descripción del estado del sector en términos de:

- Clientes: participan en este segmento de mercado los estratos 3, 4, 5 son el grado de participación más alto en buscar un servicio de eventos sociales, además sus ingresos son superiores a 2 salarios mínimos legal vigentes.
- Servicio: cuenta con equipo de trabajo ampliamente profesional que busca la total satisfacción de los clientes al momento de elegir. Se les brindara todas las asesorías necesarias para cumplir con el objetivo del evento.
 - Ceremonias
 - Decoración
 - Fotografías
 - Vinos y licores
 - Meseros y personal del servicio
 - Banquete
- Mercado: se identifican los consumidores potenciales
- Tecnología: sé busca brindar grandes avances del nivel tecnológicos que suplen con las necesidades de los clientes al brindarles una comodidad. Estilo y confort al momento de realizar sus eventos, como:
 - Equipos de imágenes, sonidos, televisión, airé acondicionado, instalaciones eléctricas, equipos de entretenimiento (luces multicolores, strober, máquinas de humo y espuma, etc.).
- **Poder de negociación de los clientes**

Es ampliamente grande debido a que Cali según fuentes del DANE es una de las ciudades amplias en sector de servicios. Existen varias organizaciones en la ciudad que se dedican a los eventos sociales y empresariales. No somos los únicos en el mercado hay otras competencias. Debido a esto surge la probabilidad de elegir otras

empresas. Sin embargo, la casa de eventos sociales la orquídea dorada siempre busca acaparar la atención del público con el objetivo de brindar el mejor servicio y satisfacción a los clientes.

- **Poder de negociación de los proveedores**

Los principales proveedores son los clientes que deseen obtener el servicio, de aquí parte todo el desarrollo de la casa de eventos la orquídea dorada, puesto que ellos son el motor de esta organización; así mismo se debe realizar una gran elección y acompañamiento al cliente en el momento de elegir como desean la realización de su evento, cuáles son las estrategias de marketing a implementar para brindar al cliente; y de esta manera hacer que queden conformes y generen fidelidad, por lo tanto rentabilidad a la empresa, a su vez se cumplir con el alineamiento de los objetivos propuesto por la empresa.

- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

Una de las principales amenazas es la iniciación de un proyecto nuevo en el mercado, aunque faltan más estrategias de ventas. Motivo por el cual se realizan estudios de marketing en las comunas mencionadas anteriormente (3,4,5), donde se indiquen por qué ellos prefieren escoger otras organizaciones.

Ya que existen varias empresas de eventos sociales que se destacan por su gran potencial de clientes, lo que hace mayor su posicionamiento en el mercado.

Cuadro 1. Matriz DOFA

MATRIZ DOFA	
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exclusividad en el diseño de eventos. • Grandes avances tecnológicos. • Personal altamente calificado en todas sus áreas. • Tenemos creatividad para realizar actividades innovadoras. • Publicidad y promociones • Variedad de costos acorde al presupuesto del cliente. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • No contar con una amplia cartera de clientes debido a que seremos una empresa nueva en el mercado. No estar posicionados en el mercado ampliamente. • Falta de experiencia. • Estamos en desventajas con otras empresas las cuales ya llevan tiempo en el mercado.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento económico grande en los mercados de los eventos. • Mercado potencial. • Grandes oportunidades de crecimiento debido a la demanda. • Preferencias de los clientes por elegirnos. • Buena elección del segmento. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muchas competencias en el mercado. • Incumplimiento de proveedores. • Suspensión de eventos. • Cambios en las necesidades y gustos de las personas. • Cambios en políticas comerciales.

Fuente: Elaboración propia.

Casa de eventos la orquídea dorada hace un análisis breve donde se concluye que para estar frente a este mercado tan competitivo se debe realizar una planeación objetiva, buen nivel de creatividad y mejora, innovación constantemente y ante todo estar dispuestos al cambio.

- **Amenaza de ingreso nuevos negocios**

En la ciudad de Cali existen muchos emprendedores, por lo tanto, siempre habrá nuevas ideas de negocios. Lo que hace que los ciudadanos caleños no quieran trabajar más para las organizaciones. Es por esto que quieren implantar todos sus estudios y técnicas para la creación de nuevas empresas y poder entrar al negocio como independientes, es aquí cuando surge una gran amenaza de mercado ya que

estas empresas por ser nuevas emplean estrategias potencialmente agresivas, optando por mantener un precio más bajo, lo que hace que la empresa deba estar innovando constantemente para poder satisfacer todas las necesidades de los clientes y que logren quedar a gusto con la atención prestada, el servicio y las técnicas de elección para la realización de su evento.

2.3 ESTRUCTURA DEL MERCADO

A continuación, se define la demanda y la oferta, siendo estos requisitos importantes para la creación de esta empresa, a su vez estará acompañado de unas estrategias para permitir que esta organización se posicione en el mercado y sea una de las competencias más grandes y exitosas en la ciudad Santiago de Cali.

2.3.1 Análisis de la demanda. En la segmentación de mercados se subdivide de acuerdo a ciertas características que puedan ser de utilidad.

- Geográfica

País	Colombia
Región:	Sur del valle del cauca
Gentilicio	Caleños
Departamento	Valle del cauca
Subregión	Cali
Población	2 445 281 habitantes 2018

- Demográfica

Promedio de ingresos económicos	781.242 en adelante
Edad	1- 90 años

Género Masculino y Femenino

Nivel académico Primaria Secundaria Universitario.

- **Pictografía**

Clase social Baja-Media-Alta

Personalidad Exigen calidad de vida

- Mercado Diferenciado

El mercado objetivo de la empresa orquídea dorada son hombres y mujeres de la región de Cali, desde el más niño hasta la edad más avanzada (adulto mayor), que desean realizar celebraciones tales como bodas, cumpleaños o aniversarios.

Se tiene entonces que la población del valle del cauca es de 4 755 760 habitantes 2018 y en Cali donde estará ubicada la orquídea dorada de 2 445 281 habitantes.

- Fijación de la demanda total actual

La zona de Cali tiene 2 445 281 habitantes 2018

Cuadro 2. Mercado potencial de hogares.

MERCADO POTENCIAL (HOGARES)	525.000
% INTERESADOS	70,00%
MERCADO OBJETIVO	367.500
FRECUENCIA COMPRA	1
CANTIDAD DE EVENTOS SOLICITADOS	1
POTENCIAL COMPRA	367.500
PARTICIPACION %	0,16%
MERCADO ATENDER ANUAL	600
MESES AÑO	12
MERCADO ATENDER MENSUAL	50

Fuente: Elaboración propia.

Esta tabla muestra el mercado potencial de hogares de Cali 525.000, además del mercado objetivo que está en un promedio de 367.500 por lo tanto el mercado que se va mostrar para atender mensualmente, seguido del mercado atender anualmente.

Está encuesta se realizó por medio de la plataforma Google Forms, y se divulgó a la comunidad caleña y estudiantil por medio de correo electrónico.

En la siguiente encuesta se formularon preguntas como:

- Formulario Encuesta

Encuesta para los caleños de la región sur del valle del cauca.

Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium

Administración de Empresas

Encuesta para la creación de una casa de eventos sociales en la ciudad de Santiago de Cali “Orquídea Dorada”.

- ¿Ha encontrado usted alguna vez paquetes de casas de eventos sociales por medio de aplicaciones?

Si

No

Me gusta presencial

No tenía conocimiento

Otras

- ¿Quedo usted conforme con el servicio que recibió en casa de eventos sociales, Orquídea Dorada?

Si

No

Más o menos

Faltaron cosas

Sugerencias

- ¿Sabe usted que clases de eventos se realizan en este tipo de lugares, como lo es Orquídea Dorada?

Si

No

Solo algo en específico

Otras

- ¿Cómo se sintió usted cuando adquirió su paquete de casa de eventos sociales orquídea dorada, por medio de la aplicación o prefiere hacerlo directamente en el establecimiento?

Si

No

Sí, pero también presencial

Sugerencias

- ¿Cómo le pareció el servicio por medio de los dos servicios tanto presencial como virtual?

Excelente

Muy buena

Regular

Mala

Muchas cosas por mejorar

Sugerencias

- ¿Cuál es el presupuesto que maneja usted para adquirir su paquete de la casa de eventos Orquídea Dorada?

1.000.000 a 3.138.385

3.138.385 a 5.145.370

5.145.370 a 6.158.775

6.158.775 a 7.231.535 en adelante

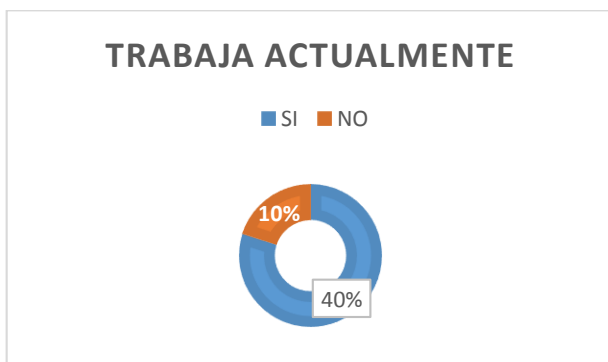
Gráfico 1. ¿Ha contratado alguna vez un paquete de servicios en casas de eventos sociales en la ciudad de Cali?



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico lo que se observa es que la mayoría de los ciudadanos caleños que han contratado eventos sociales y muchas de sus respuestas llegan a la conclusión de que sienten mejor cuando les organizan sus eventos ya que muchas de estas personas por sus compromisos no cuentan con el tiempo suficiente para la planeación de su evento.

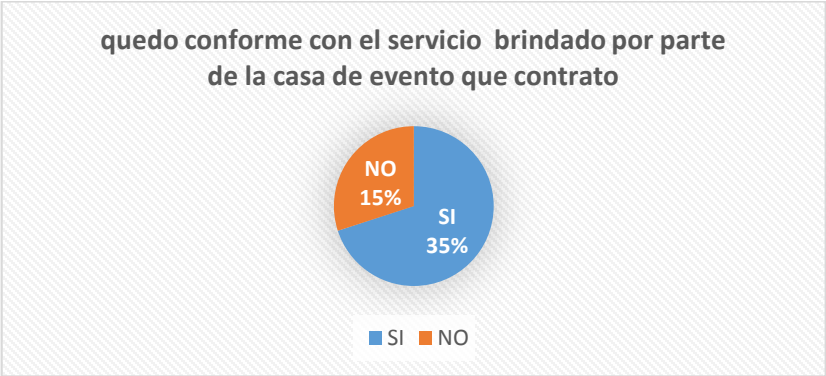
Gráfico 2. ¿Trabaja actualmente?



Fuente: Elaboración propia.

Se puede analizar que el 40% de las personas encuestadas trabajan. Por lo tanto son personas lo suficientemente ocupadas por lo que requieren mejor apostar a la realización de contrataciones para organizaciones encargadas de prestar servicios de eventos sociales y el 10 % no trabaja y tampoco realiza eventos sociales.

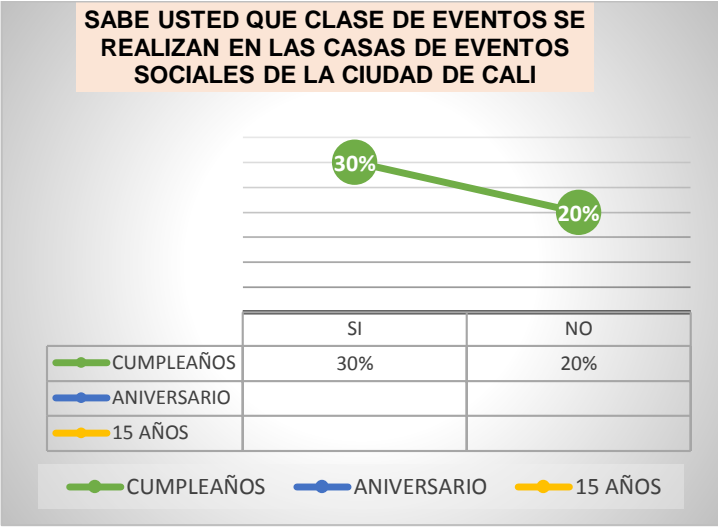
Gráfico 3. Quedo conforme con el servicio brindado por parte de la casa de evento que contrato



Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que es de vital importancia conocer estos datos para saber en qué están fallando las empresas encargadas de eventos sociales y así poder tener estos puntos a favor. Se observa que el 35 % estuvo de acuerdo y el 15% no.

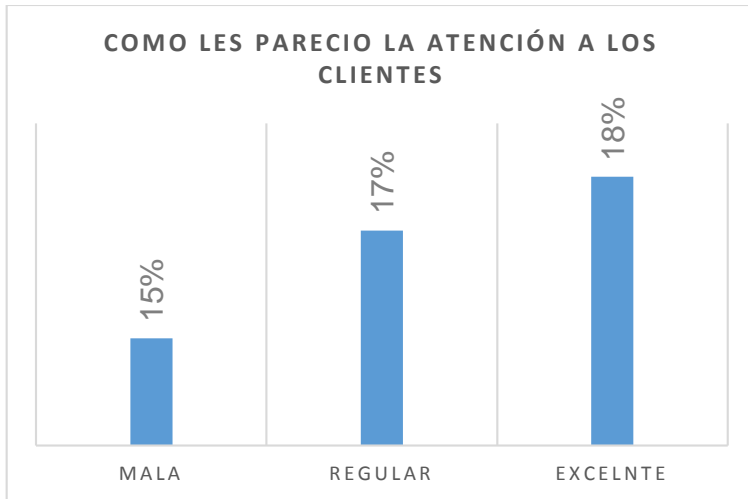
Gráfico 4. Sabe usted qué clase de eventos se realiza en las casas de eventos sociales de la ciudad de Cali



Fuente: Elaboración propia.

En este grafico se analiza que muchos de los ciudadanos caleños no saben cuáles son los paquetes que brinda una casa de eventos sociales, es decir que muchas de estas empresas que ya están en el mercado no informan de sus paquetes ni hacen la promoción indicada; los que más nombraron son muy común como: eventos 15 años, matrimonio, aniversario, entre otros. Estos resultados ayudan a tener una buena publicidad de todo lo que se ofrece.

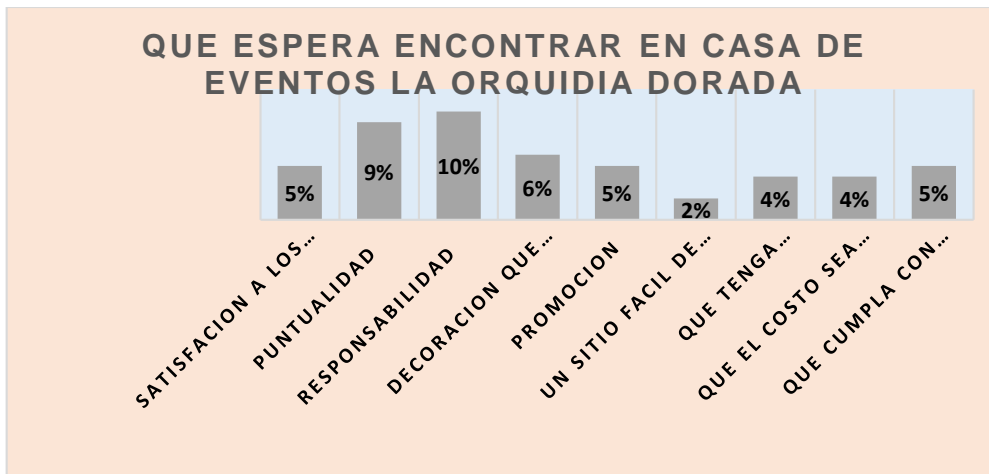
Gráfico 5. Como les pareció la atención a los clientes



Fuente: Elaboración propia.

Se analiza la atención regular y uno de sus comentarios era por incumplimiento en los paquetes ofrecidos (publicidad engañosa). Por lo tanto, la empresa la ORQUÍDEA DORADA brinda todo el apoyo y puntualidad en la organización de su evento.

Gráfico 6. Que espera encontrar en casa de eventos la orquídea dorada



Fuente: Elaboración propia.

Se observa que el porcentaje más alto se encuentra en la responsabilidad que tiene el 10% y puntualidad con el 9 % esto indica que para los clientes estos dos factores son de gran importancia al momento de adquirir el servicio de la orquídea dorada.

Gráfico 7. Cuál es el presupuesto que maneja usted para la realización de su evento



Fuente: Elaboración propia.

El presupuesto más asequible para los clientes oscila entre 500,000 a 800,000 y 200,000 a, 700,000.

2.3.2 Clientes. Los clientes que están interesados en adquirir el servicio son las personas que no cuentan con la disponibilidad de tiempo suficiente para la realización de un evento social, por ende, la mayor parte de personas que se encuentran laborando buscan posibles alternativas dirigidas a las organizaciones dedicadas a realizar eventos sociales. Se encuentra que la mayoría de los casos está en los paquetes ofrecidos entre:

Cuadro 3. Eventos

MATRIMONIO DE 1 A 100 PERSONAS	15,00%	8
MATRIMONIO DE 101 A 200 PERSONAS	20,00%	10
MATRIMONIO DE 201 A 300 PERSONAS	15,00%	8
CUMPLEAÑOS DE 1 A 100 PERSONAS	25,00%	13
CUMPLEAÑOS DE 101 A 200 PERSONAS	15,00%	8
CUMPLEAÑOS DE 201 A 300 PERSONAS	10,00%	5
	100,00%	50

Fuente: Elaboración propia.

Con esto se tiene una base de todo lo que se puede ofrecer a personas interesadas en realizar su evento.

2.3.3 Análisis de la oferta. El sector donde estará situada la empresa orquídea dorada es la comuna 2 barrio centenario donde se encuentran diversidad de establecimientos de casa de eventos que ofrecen realizar eventos para su cumpleaños, bautizos, primera comunión, entre otras; los cuales se puede considerar alguna competencia directa y otra competencia indirecta.

Mercado y competencia

- Directos

Dentro de estos se identifican aquellas casas de eventos que como orquídea dorada se dedican solamente en realizar eventos de matrimonios y cumpleaños en la ciudad de Santiago de Cali.

- Bodas y Eventos El Arca 1
- Eventos Mesa Luna 2

- Decoración y Eventos Bella 3
- Eventos Bellas Celebraciones 4
- Indirectos

Dentro de estos se encuentran aquellas casas de eventos que no tienen como una opción ofrecer paquetes de matrimonios y cumpleaños, sin embargo, les brindan otras clases de eventos y son apetecidos por los clientes:

- Integración de Eventos Cali 1
- ABC Eventos y Buffet 2
- Eventos Elip 3
- DC Eventos y Banquetes Cali 4

Mercado potencial

El mercado potencial (525.000), que pertenecen a los hogares de Santiago de Cali. Cabe destacar que la comuna 2 es de gran importancia ya que es el lugar donde quedara situada la empresa orquídea dorada. Ahí es donde se creara el vínculo directo con aquellos clientes que prefieren tener una comunicación personalizada con los agentes de la misma.

2.3.3.1 Competidores. En la comuna 2 se encuentran las siguientes empresas encargadas a realizar eventos:

Cuadro 4. Competencia

COMPETENCIA		
	NOMBRE DE LA CASA DE EVENTOS	LO QUE OFRECE
1	Integración de Eventos Cali	Ofrecen exposiciones, conferencias, presentaciones de ventas, reuniones corporativas, conferencias de prensa, eventos deportivos y culturales, fiestas y reuniones sociales.
2	Bodas y Eventos El Arca	es una empresa que lleva 12 años en el mercado y se encarga de realizar bodas y matrimonios.
3	ABC Eventos y Buffet	Esta empresa ofrece eventos para entidades financieras y del estado además de algunos eventos sociales del común. Qué desean realizar y festejar un evento organizacional donde les brindan todo el servicio de decoración y buffet.
4	Eventos Elip	Es una empresa encargada de organizar todo tipo de celebraciones sociales, poniendo especial atención a los festejos de cumpleaños.
5	DC Eventos y Banquetes Cali	Se encargan en realizar eventos campestres, llevan 8 años en el mercado.
6	Eventos Bellas Celebraciones	Su prioridad son los eventos de matrimonios y cuentan con un personal altamente calificado. Tiene 10 años de experiencia.
7	Eventos Mesa Luna	Son apetecidos por los clientes brindan una gran cantidad de servicios para las bodas. Como lo son decoración de iglesia, buffet, fotos, arregló de caro entre otras cosas.
8	Decoración y Eventos Bella	se dedica a la planeación, logística y producción de eventos, cuenta con personal calificado en todas las áreas.

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que existe gran variedad de empresas de este mismo gremio, sin embargo, cabe resaltar que ORQUÍDEA DORADA es una empresa destacada ya que está enfocada en brindar asesoría y confort para la realización de su evento, dándole vital importancia a la opinión del cliente y deseos a satisfacer; y de esta manera obtener la gran oportunidad de gozar de una gran experiencia al momento de realizar un evento inolvidable para ambas partes.

2.4 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

Cuadro 5. Caracterización del servicio casa de eventos Orquídea Dorada


Servicio al cliente	Ofrecer una satisfacción y atención al cliente dando apoyo en dar claridad y transparencia en lo ofrecido y pactado.
Organización	Puntualidad y responsabilidad en la realización de su evento social.
Decoración	Una excelente decoración
Adornos básicos	Moños, velas, globos,
Adornos florales	Se ofrecen los Básicos, elegantes, para los centros de mesas.
Luces	Profesional
Sonido	Profesional
Sillas	Cómodas
Hora loca (infantil o de adultos)	Sombreros, pitos, corbatas, collares, coronas, carioca.
Animador (infantil o de adultos)	Para muchos eventos una característica fundamental es la integración de todos los invitados y para eso ofrecemos el animador ya sea para eventos infantiles o adultos.
Aromas	Aromas intensos, fresco, con personalidad.
comida	Sencilla o elegante, postres, bebidas, cócteles.
Tarjetas de invitación	Sencillas, o elegantes.
Fotografía	Ampliamente profesional. Se hace entrega del álbum.
Salón:	Grande, pequeño.

Fuente: Elaboración propia.

2.5 PLAN DE MERCADEO

Realizar estrategias de marketing, para fortalecer estabilidad económica y herramientas tecnológicas tales como página web de la empresa y aplicación móvil empleada para la difusión de los servicios que ofrece “ORQUIDEA DORADA”.

La aplicación móvil, es una herramienta informática diseñada para ser ejecutada en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles. Que permiten explorar toda la información que se encuentra en este portal, además de brindar alternativas de negociación disponible para los clientes de ORQUIDEA DORADA. Esta aplicación se llama MATRIMONIO.COM.CO, es una aplicación gratuita para todos

los usuarios que deseen descargarla, la consiguen en  y



. Matrimonio.com.co, sirve para organizar detalladamente todo lo que necesita para la realización de su boda. De esta manera brindar a los clientes una comunicación asertiva, por lo tanto efectiva desde la comodidad de su casa.

Para poder hacer uso de esta aplicación es necesario que los usuarios dispongan de internet y una cuenta Hotmail o g-mail, para así poder acceder y explorar todo lo que les ofrece orquídea dorada. El uso de este sitio web implica la aceptación plena de (condiciones generales de uso), y (política de protección de datos personales), estas condiciones estarán permanentemente accesibles al sitio web a través del enlace como condiciones legales.

La finalidad de esta aplicación es ser un punto de referencia para todas las personas que estén en proceso de organización de su boda y proveedores de servicios asociados para eventos. Por lo tanto, matrimonio.com.co pone a disposición del cliente los proveedores disponibles según sean las exigencias del mismo.

Como tarea principal esta aplicación ofrece la opción de elegir sus proveedores, organizar su lista de invitados, consultar su agenda de tareas, visitar comunidad de novios que comparten su experiencia con ORQUIDEA DORADA. Por consiguiente, los usuarios de la app pueden acceder al catálogo de moda nupcial que es donde

tienen la oportunidad de elegir su vestido de novia, el traje del novio, vestido de gala para el cambio, joyería, lencería, zapatos y demás complementos. Pues así poco a poco pueden ir completando su paquete ideal. Además de estas funciones también tienen la opción de experimentar y elegir colores para los manteles y decoración, motivos para la torta, diseño de tarjetas de invitación, sitio ideal del evento (campestre o salón), fotógrafos, floristerías, carros de matrimonio, autobuses, música, etc. Y de esta manera realizar su evento de forma divertida y especial convirtiendo este proceso en la fecha más especial e inolvidable para el cliente. *La web también cuenta con herramientas para gestionar tu lista de invitados (con confirmación de asistencia), organizar las mesas del banquete para repartir correctamente los asientos, y controlar el presupuesto para no pasarse con los gastos.* (GENBETA, 2017)

Funciones:

- Elección del evento que se desea realizar (bodas, cumpleaños).
- Elección de fecha del evento y reservación del lugar donde se vaya realizar.
- Pactar número de cuotas para facilidad de pago de la totalidad del evento.
- Elección de la gama de color que quiere manejar para su decoración en centro de mesas, mantelería, bombas, rosas, flores para la iglesia.
- Elección del diseño y color para vestido de novia y novio.
- Elección del género musical y tipo de música que desea reproducir en su celebración.
- Elección y prueba del menú a ofrecer en la fiesta (buffet).
- Enviar las invitaciones por este medio
- Los invitados pueden acceder y cancelar la asistencia.
- El cliente puede interactuar desde cualquier dispositivo.

- Dar a los invitados la oportunidad de interactúa en la aplicación para dejar mensajes de felicitación a los novios.
- Solo podrán interactuar con la aplicación las personas que los novios les hayan dado el código escaneado de esta forma les ayudan a tomar decisiones a la hora de concluir como puede verse mejor el evento.
- Según las distintas tipologías de funcionalidades y servicios que ofrece matrimonio.com.co a orquídea dorada, el costo de su mantenimiento (afiliación) es de \$ 413.600 anual. IVA incluido.

Es de gran importancia crear; anuncios de prensas, radio, correo electrónico, entre otros. Uno de las herramientas más importantes es el marketing online ya que por medio de esta los clientes se permiten tener un amplio vínculo entre el mundo real y el online. Por lo tanto, esta herramienta es muy fuerte, y sirve para que las personas pueden adquirir su servicio sin necesidad de trasladarse del lugar donde se encuentren.

2.5.1 Estrategias de precios. Los precios son variables porque existen varios paquetes a ofrecer (Premium, oro, plata); además de las promociones que haga la empresa en fechas especiales (día del padre, día de la madre, amor y amistad, día de la mujer, navidad, etc.). Por esto es importante saber cuál es la necesidad del cliente además del presupuesto. Otra técnica relevante es establecer precios donde el cliente decide si es el adecuado o mira la posibilidad de elegir otro que supla sus necesidades.

2.5.2 Estrategias de ventas. La empresa casa de eventos la ORQUÍDEA DORADA contara con un logo que le permite generar reconocimiento en el sector eventos, por lo tanto, posicionamiento de marca en la comuna 2 barrio centenario y de esta manera diferenciarse frente a las otras organizaciones (competencia).

Imagen 1. Logo de la empresa



Fuente: Elaboración propia.

La orquídea dorada brinda al cliente la opción de elegir entre varias alternativas de casas campestres o salones de la ciudad para su evento, convirtiendo el lugar elegido en el sitio más acogedor y agradable para poder disfrutar al máximo su evento y principalmente quede satisfecho con el trabajo realizado por parte de la casa de eventos.

Además de esto orquídea dorada cuenta con una oficina que brinda espacios cómodos y equipados para ofrecer al cliente toda la información que este requiera, como portafolio de fotografías, videos de eventos, portafolio de paquetes y precios, mesas, sillas, cristalería, cubiertos, servicio de catering, etc. El establecimiento cuenta con una base de datos para sus clientes fijos y demás recomendados, el cual hace recordación de fechas importantes y de esta manera se pueda enviar un cumplido o felicitación por correo. Además, esto les genera descuentos para los clientes en eventos futuros, lo que hace que el trabajo de orquídea dorada sea muy importante para el público ya que siempre se trata de brindar información clara y que el usuario no quede con vacíos de información en cuanto al servicio a ofrecer.

Con esto cada vez que se realice un evento; se tomara como guía las sugerencias plasmadas por el público para hacer mejoras en los procesos internos y de este modo generar nuevas estrategias y obtener resultados exitosos, ya que cada evento es una nueva experiencia de la cual salen cosas nuevas que aprender.

2.5.3 Estrategia promocional. La orquídea dorada contara con diferentes medios de publicidad, que son redes sociales como (Facebook, whatsapp, instagram), volantes, portafolios publicitarios, página web, tarjetas de presentación. Esto ayudara a que los clientes reconozcan la empresa en el mercado para lograr el posicionamiento de la misma en el sector eventos sociales.

La orquídea dorada maneja descuentos atractivos al público en sus portafolios, por lo cual cada pago realizado le genera un % de descuento o nuevas alternativas de decoración.

Imagen 2. Portafolio



Fuente: Elaboración propia.

2.5.4 Estrategia de distribución. Esta empresa contará con una oficina amplia que cuenta con una mesa de decoración, cuadros fotográficos, motivos de torta, mesas torteras, cubiertos, copas decoradas, mesas (cristal, madera, vintage, etc.), sillas (cristal, madera, etc.), luces (led, navideñas, estrober, etc.) Sonido, álbum de fotos de eventos realizados y espacios confortados para brindar atención personalizada al usuario que lo requiera. Así pueden tener una visualización clara de cómo puede llegar a ser su evento. Orquídea dorada también cuenta con personal altamente calificado con formación profesional para brindar atención óptima al usuario.

2.5.5 Políticas de servicios. Servicio al cliente: Se brinda todas las accesorias solicitadas a los usuarios de los servicios que ofrece la organización ORQUÍDEA DORADA con el fin de conocer variedad en productos y servicios que tienen para la disposición del usuario. Con esto el cliente tiene la oportunidad de conocer cuál es el proceso más alineado a su agrado y asequible a su presupuesto. Buscando lograr satisfacción completa.

- Redes sociales: Se busca que sea una fuente de fácil acceso con el fin de que el cliente pueda obtener pronta respuesta por parte de la organización.
- Puntualidad: Cuenta con total transparencia, calidad y responsabilidad al momento de escoger los servicios de la empresa para realizar el evento. Se cumple con la hora de entrega, reservación, decoración, comida, ente otros productos que haya escogido el cliente.
- Teléfono: Cuenta con este servicio para realizar reservas y brindar información ligera.
- Horario de atención: inicialmente será jornada continua, ya que se requiere de mayor intensidad horaria para generar fidelidad por parte de los clientes, después será horario de oficina por medio de los portales, teléfono, correos electrónicos,

WhatsApp, redes sociales. También se agendarán citas para el cliente que lo desee y quiera tener más información o claridad.

2.5.6 Tácticas de ventas. Cuando el cliente visite la organización, se le brindara asesoría y claridad en todo. Se enseñará el portafolio de ventas donde se podrán evaluar los paquetes disponibles, además de las promociones que maneja la empresa en fechas especiales. Con el fin de brindar beneficios y fidelidad a los clientes que decidan obtener el servicio de la empresa casa de eventos ORQUÍDEA DORADA.

3 ESTUDIO TÉCNICO

En el capítulo técnico se especifican materiales, herramientas, espacios e insumos que se necesitan para la creación de la casa de eventos Orquídea Dorada. En donde se muestra diagramas y planes a desarrollar, localización del proyecto, productos a ofrecer, tecnología, todo esto de tal manera para ofrecer excelentes servicios a los clientes además de calidad.

3.1 INGENIERA DEL PROYECTO

El proyecto consiste en la creación de una casa de eventos para la realización de actividades culturales para las personas de la ciudad Santiago de Cali. Buscando satisfacer la necesidad del cliente de manera única, sea cumpleaños o bodas, ya que es un momento muy importante para los festejados y su familia; de esta manera convertirlo en un evento inolvidable. Es así como, el hecho de prestar un servicio se convierte en la creación de momentos memorables para el cliente. En este punto abarcamos el contenido y estructura de todo el proyecto en donde se evaluarán una serie de estudios para la creación de la organización, ORQUÍDEA DORADA.

3.1.1 Producto. El producto y servicio se define en las actividades que se van a realizar, como fiestas de cumpleaños y matrimonios. Buscando satisfacer todas las necesidades del cliente; tratando de ahorrarle tiempo y ofreciendo hasta el más mínimo detalle de lujo que se pueda incluir en cada paquete.

Para esto Orquídea Dorada ofrece en su banquete para las fiestas de cumpleaños: sillas, combo minitek, mesas, cena, bebida gaseosa, licor, torta, platos, cubiertos, arreglos florares dependiendo de la ocasión, decoración temática, mantel, luces, meseros, fuente de chocolate, tarjetas de invitación, shows en vivo de bailarines, es decir, (hora local). Por parte del servicio de matrimonio tenemos: sillas, mesas, gaseosas, licor, torta, platos, cubiertos, arreglos florares, decoración temática,

mantel, luces, meseros, fuente de chocolate, tarjetas de invitación, shows en vivo, es decir, (hora loca).

Cuadro 6. Ficha del evento de Cumpleaños

Cumpleaños de 1 a 100 personas	Se cobra según la cantidad de personas y platos a servir.
Cumpleaños de 101 a 200	Se cobra según la cantidad de personas y platos a servir.
Cumpleaños de 201 a 300	Se cobra según la cantidad de personas y platos a servir.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 7. Ficha del evento de matrimonios

Matrimonio de 1 a 100 personas	Se cobra según la cantidad de personas, platos a servir y temática de decoración.
Matrimonio de 101 a 200	Se cobra según la cantidad de personas, platos a servir y temática de decoración.
Matrimonio de 201 a 300	Se cobra según la cantidad de personas, platos a servir y temática de decoración.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 8. Ficha técnica del evento de cumpleaños

Descripción	Producto que varían según la necesidad de cliente, eventos o cantidad de personas.
Productos incluidos	Sillas, combo minitek, mesas, cena, bebida gaseosa, licor, torta, platos, cubiertos, arreglos florares (dependiendo de la ocasión), decoración temática, mantel, luces, meseros, fuente de chocolate, tarjetas de invitación, shows en vivo de bailarines es decir, (hora loca).
Presentación	Depende del lugar, espacio, o sitio donde lo desee el cliente.
Consumo	Ilimitado la parte de la bebida gaseosa, pasa bocas, se tomaran tiempos estimados para la entrega de la cena, torta, hora loca, y demás.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 9. Paquetes de eventos de cumpleaños

<p>Plan Premium</p>	<p>Incluye: sitio del evento (campestre o salón), decoración en el espacio, decoración, centros de mesas, mantelería, servilletas de lujo, fotografía y video, sillas tifanny o vintage, arreglos florares, banquete (2 carnes, arroz, ensalada, 1 proteína), licor ilimitado hasta las 2 am, bebidas ilimitadas (jugo de naranja, gaseosas, soda, etc.), pasa bocas (3 variedades) ilimitados, hora loca, plan de diversión (payasos, entretenedores, personal de recreación), tarjetas de invitación, crossover.</p>
<p>Plan oro</p>	<p>Incluye: sitio del evento (campestre o salón), decoración en el espacio, decoración, centros de mesas, mantelería, servilletas de lujo, sillas, arreglos florares, banquete, bebidas limitadas hasta las 2 am, pasa bocas limitados (100), plan de diversión (payasos, entretenedores, personal de recreación), tarjetas de invitación, crossover.</p>
<p>Plan plata</p>	<p>Incluye: sitio del evento (campestre o salón), decoración en el espacio, mantelería, servilletas en paño, mesas tablonas (redondos o rectangulares), sillas rimax con vestido, arreglos florares, banquete, bebidas limitadas hasta las 12 am, pasa bocas limitados (70), plan de diversión (payasos, entretenedores, personal de recreación), crossover. lugar si lo requiere</p>

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 10. Ficha técnica del evento de matrimonios

Descripción	Producto que varían según la necesidad de cliente, eventos o cantidad de personas.
Productos incluidos	Sillas, combo minitek, mesas, cena, bebida gaseosa, licor, torta, platos, cubiertos, arreglos florares dependiendo de la ocasión, decoración temática, mantel, luces, meseros, fuente de chocolate, tarjetas de invitación, shows en vivo de bailarines es decir, (hora loca).
Presentación	Depende del lugar, espacio, o sitio donde lo desee el cliente.
Consumo	Ilimitado la parte de la bebida gaseosa, pasa bocas, se tomaran tiempos estimados para la entrega de la cena, torta, hora loca, y demás.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 11. Paquetes de eventos de matrimonio

<p>Plan Premium</p>	<p>Incluye: lugar del evento (casa campestre o salón), decoración de espacios, centros de mesas, servilletas de lujo, fotografía y video, sillas tiffany o vintage, cubiertos, cristalería, arreglos florares, licor ilimitado hasta las 2 am, bebidas ilimitada hasta finalización del evento, banquete 4 opciones para escoger (2 tipo de carne , arroz , ensalada), hora loca, mariachis, parrandon u orquesta, pasabocas ilimitados hasta las 2 am, tarjetas de invitación.</p>
<p>Plan oro</p>	<p>Incluye: lugar del evento (casa campestre o salón), decoración de espacios, centros de mesas, servilletas de lujo, mesas vintage o rimax, sillas vintage o rimax, cristalería, arreglos florares, bebidas ilimitada hasta las 2 am, banquete 4 opciones para escoger (2 tipos de carne, arroz, ensalada), mariachis, parrandon o orquesta, pasabocas limitados (150), tarjetas de invitación.</p>
<p>Plan plata</p>	<p>Incluye: lugar del evento (casa campestre o salón), decoración de espacios, mesas retablos (redondos o rectangulares), sillas (rimax con vestido), arreglos florares (5), bebidas limitada hasta las 12 am, banquete 4 opciones para escoger (2 tipos de carne, arroz, ensalada), hora loca, pasabocas limitados (80).</p>

Fuente: Elaboración propia.

Esta ficha técnica sería para cada uno de los servicios a ofrecer y podrá tener variaciones dependiendo de las necesidades del cliente, cantidad de personas y monto económico, esto es un esquema que se realiza teniendo en cuenta la demanda del mercado y presupuesto de los mismos.

- Costo de cada uno de los insumos por unidad de producto.

A continuación, se desglosan cada uno de los productos a ofrecer y los costos de materia prima por unidad.

Matrimonios

Cuadro 12. Insumos necesarios para el evento de matrimonios 1 a 100 personas

MATRIMONIOS DE 1 A 100 PERSONAS			
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SILLAS	100	28,350	2.835,000
MESAS	25	54,000	1.350,000
CENA	102	45,000	4.590.000
BEBIDAS GASEOSA	20	80,000	1.600,000
LICOR	18	400,000	7.200,000
TORTA	2	240,000	480,000
PLATOS	102	45,000	4.590,000
CUBIERTOS	102	45,000	4.590,000
ARREGLOS FLORALES	25	200.000	5.000.000
DECORACIÓN TEMÁTICA	120	290,000	34.800,000
MANTEL	25	40,000	1.000,000
LUCES	1	70,000	70,000
MESEROS	2	80,000	160,000
FUENTE DE CHOCOLATE	2	25,000	50,000
TARJETAS DE INVITACIÓN	100	120,000	12.000,000
SHOWS EN VIVO DE BAILARINES HORA LOCA	2	80,000	160,000
ALQUILER SALON DE EVENTO	1	600.000	600.000
COSTO UNITARIO			5.716.785
MANO DE OBRA			28.873
COSTOS FIJOS INDIRECTOS			5.428
COSTOS UNITARIO TOTAL			5.751.087

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 13. Insumos necesarios para el evento de matrimonios 101 a 200 personas

MATRIMONIOS DE 101 A 200 PERSONAS			
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SILLAS	101	30,000	3.030,000
MESAS	40	60,000	2.400,000
CENA	200	500,000	100.000
BEBIDAS GASEOSA	40	100,000	4.000,000
LICOR	30	450,000	13.500,000
TORTA	3	300,000	900,000
PLATOS	200	60,000	12.000,000
CUBIERTOS	200	60,000	12.000,000
ARREGLOS FLORALES	35	200.000	7.000.000
DECORACIÓN TEMÁTICA	130	290,000	37.700,000
MANTEL	40	40,000	1.600,000
LUCES	2	80,000	160,000
MESEROS	3	80,000	240,000
FUENTE DE CHOCOLATE	2	50,000	100,000
TARJETAS DE INVITACIÓN	100	150,000	15.000,000
SHOWS EN VIVO DE BAILARINES HORA LOCA	4	80,000	320,000
ALQUILER SALON DE EVENTO	1	600.000	600.000
COSTO UNITARIO			7.802.950
MANO DE OBRA			28.873
COSTOS FIJOS INDIRECTOS			5.428
COSTOS UNITARIO TOTAL			7.837.252

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 14. Insumos necesarios para el evento de matrimonios 201 a 300 personas

MATRIMONIOS DE 201 A 300 PERSONAS			
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SILLAS	300	40,000	12.000,000
MESAS	50	70,000	3.500,000
CENA	300	600,000	180.000
BEBIDAS GASEOSA	50	120,000	6.000,000
LICOR	40	500,000	20.000,000
TORTA	4	350,000	1.400,000
PLATOS	300	75,000	22.500,000
CUBIERTOS	300	75,000	22.500,000
ARREGLOS FLORALES	40	280.000	11.200.000
DECORACIÓN TEMÁTICA	140	290,000	40.600,000
MANTEL	50	40,000	2.000,000
LUCES	3	80,000	240,000
MESEROS	4	80,000	320,000
FUENTE DE CHOCOLATE	3	50,000	150,000
TARJETAS DE INVITACIÓN	300	150,000	45.000,000
SHOWS EN VIVO DE BAILARINES HORA LOCA	4	80,000	320,000
ALQUILER SALON DE EVENTO	1	600.000	600.000
COSTO UNITARIO			12.156.530
MANO DE OBRA			28.873
COSTOS FIJOS INDIRECTOS			5.428
COSTOS UNITARIO TOTAL			12.190.832

Fuente: Elaboración propia.

Cumpleaños

Cuadro 15. Insumos necesarios para el evento de cumpleaños 1 a 100 personas

CUMPLEAÑOS DE 1 A 100 PERSONAS			
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SILLAS	100	25,000	2.500,000
COMBO MINITEK	1	120,000	120,000
MESAS	25	200,000	5.000
CENA	101	300,000	30.300,00
BEBIDAS GASEOSA	20	300,000	6.000,000
LICOR	18	150,000	2.700,000
TORTA	2	150,000	300,000
PLATOS	101	30,000	3.030,000
CUBIERTOS	101	30.000	3.030.000
ARREGLOS FLORALES PARA TODO TIPO DE OCASIÓN	80	250,000	20.000,00
DECORACIÓN TEMÁTICA	15	30,000	450,000
MANTEL	12	50,000	600,000
LUCES	2	70,000	140,000
MESEROS	2	90,000	180,000
FUENTE DE CHOCOLATE	2	120,000	240,000
TARJETAS DE INVITACIÓN	100	80,000	8.000,000
SHOWS EN VIVO DE BAILARINES HORA LOCA	2	120,000	240,000
ALQUILER SALON DE EVENTOS	1	600,000	600,000
COSTO UNITARIO			3.709.800
MANO DE OBRA			28.873
COSTOS FIJOS INDIRECTOS			5.428
COSTOS UNITARIO TOTAL			3.744.102

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 16. Insumos necesarios para el evento de cumpleaños 101 a 200 personas

CUMPLEAÑOS DE 101 A 200 PERSONAS			
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SILLAS	200	35,000	7.000,000
COMBO MINITEK	1	120,000	120,000
MESAS	28	220,000	6.160
CENA	200	310,000	62.000,00
BEBIDAS GASEOSA	25	320,000	8.000,000
LICOR	25	180,000	4.500,000
TORTA	3	250,000	750,000
PLATOS	200	30,000	6.000,000
CUBIERTOS	200	30.000	6.000.000
ARREGLOS FLORALES PARA TODO TIPO DE OCASIÓN	70	250,000	17.500,00
DECORACIÓN TEMÁTICA	1	30,000	30,000
MANTEL	20	50,000	1.000,000
LUCES	2	70,000	140,000
MESEROS	3	135,000	405,000
FUENTE DE CHOCOLATE	3	60,000	180,000
TARJETAS DE INVITACIÓN	200	80,000	16.000,00
SHOWS EN VIVO DE BAILARINES HORA LOCA	3	135,000	405,000
ALQUILER SALON DE EVENTOS	1	600,000	600,000
COSTO UNITARIO			6.730.190
MANO DE OBRA			28.873
COSTOS FIJOS INDIRECTOS			5.428
COSTOS UNITARIO TOTAL			6.764.492

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 17. Insumos necesarios para el evento de cumpleaños 201 a 300 personas

CUMPLEAÑOS DE 201 A 300 PERSONAS			
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SILLAS	300	35,000	10.500,00
COMBO MINITEK	1	120,000	120,000
MESAS	28	220,000	6.160
CENA	300	310,000	93.000,00
BEBIDAS GASEOSA	25	320,000	8.000,000
LICOR	25	180,000	4.500,000
TORTA	4	250,000	1.000,000
PLATOS	300	30,000	9.000,000
CUBIERTOS	300	30.000	9.000.000
ARREGLOS FLORALES PARA TODO TIPO DE OCASIÓN	70	250,000	17.500,00
DECORACIÓN TEMÁTICA	1	30,000	30,000
MANTEL	20	50,000	1.000,000
LUCES	3	70,000	210,000
MESEROS	3	135,000	405,000
FUENTE DE CHOCOLATE	3	60,000	180,000
TARJETAS DE INVITACIÓN	200	80,000	16.000,00
SHOWS EN VIVO DE BAILARINES HORA LOCA	3	135,000	405,000
ALQUILER SALON DE EVENTOS	1	600,000	600,000
COSTO UNITARIO			9.768.010
MANO DE OBRA			28.873
COSTOS FIJOS INDIRECTOS			5.428
COSTOS UNITARIO TOTAL			9.802.312

Fuente: Elaboración propia.

3.1.2 Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto. El enfoque principal es brindar facilidad para que todos los clientes puedan adquirir diversidad de servicios y satisfacer todas sus necesidades.

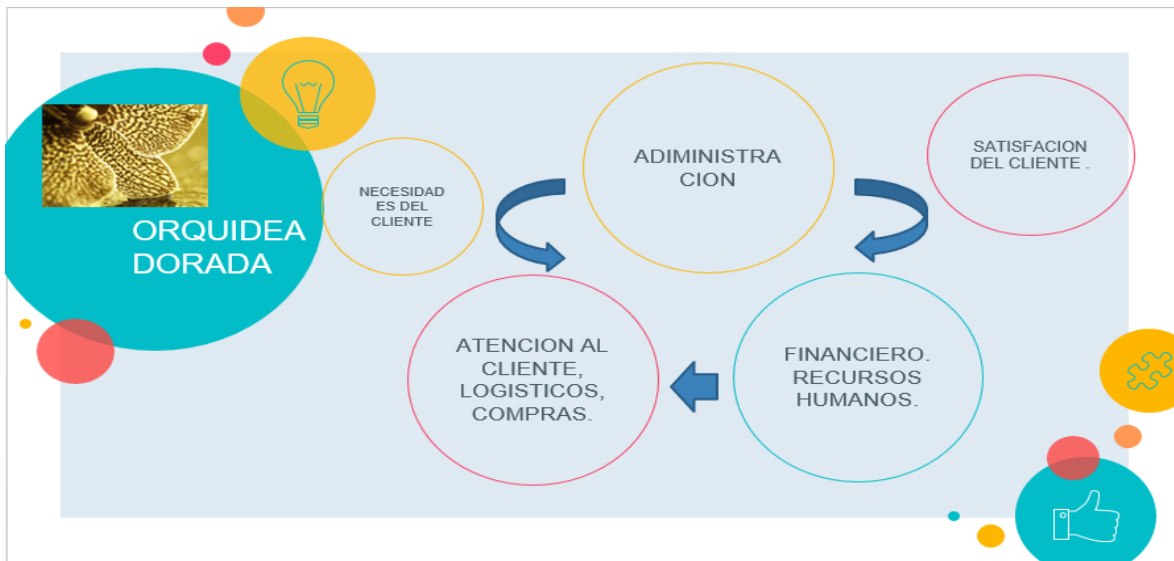
Además, brindar momentos únicos, y recuerdos gratos que queden plasmados para siempre en cada uno de los clientes, incentivando más personas que deseen adquirir los servicios de ORQUÍDEA DORADA, según las recomendaciones de aquellos que ya tuvieron la oportunidad de experimentar los mismos ofrecidos por Orquídea Dorada.

De esta manera se realizarán estudios para obtener información sobre las personas que más emplean este tipo de servicios respecto a cada estrato socioeconómico de la ciudad de Cali.

El estudio se realizó por medio del Departamento Nacional de Estadística (DANE). Ya que esta es la entidad encargada de monitorear el territorio nacional a operar por la empresa y que además da conocimiento del tamaño poblacional en la ciudad de Santiago de Cali. El cual permite saber cuánta demanda comercial se puede alcanzar.

3.1.3 Diagramas y planes de desarrollo. Según la siguiente figura se muestra el mapa estratégico organizacional de Orquídea Dorada, el cual es dividido por procesos y se realizan las siguientes actividades.

Figura 1. Diagrama y plan de desarrollo



Fuente: Elaboración propia.

Administrativa, esta área es la que se encarga del buen funcionamiento de toda la empresa, pues es la principal rama que hace que todo se lleve a cabo en su totalidad, mantiene el buen control y orden en toda la parte legal, financiero, toda la información de la empresa.

Atención al cliente, es la más fundamental y necesaria para la empresa ya que es la que se enfrenta y se pone a disposición del cliente para atender sus necesidades y lograr satisfacerlas, pues esto hace que el cliente viva momentos memorables, y todo lo que se planteó y genero económicamente se vea reflejado de la mejor manera y de buena calidad.

Logísticos, está relacionado con la hora en que se realiza la actividad pues prácticamente son los meseros los que apoyan en todo el proceso de inicios de actividades de tener todo a tiempo y de velar porque todos los comensales degusten las cosas que se ofrecen, también se tienen logísticos en todo el tema de sonido,

organización temática y de que al final de cada evento se recoge inventariado lo que se le entrego al cliente, de tal manera deben entregar todos los insumos completos y en buen estado.

Compras, es el área encargada de proyectar nuestras ganancias y hacer una mejor inversión en todo lo relacionado con insumos, materias primas entre otras. También estará encargado de velar por mantener nuestras instalaciones en buen estado y que todo esté en buena calidad.

Financiero, este se relaciona con toda la parte de nómina y gastos extras para las actividades que se realizara.

Recursos humanos, esta área está encargado de la contratación del personal, de mantenerlo afiliado a todas sus prestaciones sociales y brindarle todo lo establecido por ley. También se contrata personal por prestación de servicios para ocasiones especiales cuando así se requiera dependiendo de magnitud del evento.

Así se lograr que las necesidades del cliente se satisfagan con lo que le ofrecemos de la mejor manera al alcance de todos los estándares.

3.1.4 Flujograma del proceso.

Figura 2. Diagrama y plan de desarrollo



Fuente: Elaboración propia.

3.1.5 Tecnología. Esta parte del proyecto es muy importante para la creación de la empresa ya que el dominio actualmente son las plataformas virtuales, pues estas hacen que su comunicación sea mucho más efectiva. Por lo tanto, se tendrá una aplicación virtual para difundir y facilitar los procesos de reserva y selección. Además de esto, puedes encontrar información relacionada con listas de precios, que incluye planes, productos y demás servicios que ofrece orquídea dorada.

Todo esto sin necesidad de comunicarse directamente con un asesor, Sin embargo, Para personas que prefieran una comunicación directa con el mismo, orquídea dorada también está abierto a esa posibilidad. Y de esta manera poder atender de modo más puntual todas sus dudas, planteando posibles soluciones a observaciones del público, logrando así que el cliente quede satisfecho y mucho más tranquilo con el objetivo esperado.

Por otro lado, también se debe tener en cuenta que la tecnología hace en gran parte acciones de publicidad mundial. Pues la tecnología es un agente que abarca fácilmente la atención del público, es por esto que al publicar cualquier información millones de personas en cuestión de segundos y en cualquier parte del mundo logra verla. Debido a esto no se puede dejar de lado los anuncios por internet como en páginas web, por ejemplo: Facebook, YouTube, Instagram, etc. ya que son las plataformas más visitadas día a día por la mayoría de personas existentes. Y no dejando de lado el email- marketing que se utiliza para enviar mensajes y documentos.

Con esta herramienta tan importante se obtiene una gran ventaja referente a la competencia, debido a que la constancia del uso de ellas puede estimular la demanda en la empresa. Actualizando constantemente la base de datos y evidencias que harán que cada vez más los clientes quieran obtener los servicios ofrecidos por orquídea dorada.

3.1.6 Selección del equipo. En esta selección del equipo hay insumos de alta prioridad y es todos aquellos que se utilizan en la realización del evento, pero ya en la parte interna se requiere de otros elementos para llevar a cabo el buen control y registro de actividades y demás.

Se realizan cotizaciones en Mercado Libre y Linio:

Cuadro 18. Equipo

ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SILLA GERENCIAL	1	130.000	130.000
SILLA SECRETARIA	1	100.000	100.000
ESCRITORIO	2	1.000.000	2.000.000
VITRINAS	1	1.500.000	1.500.000
DIVISIONES PARA OFICINA	2	350.000	700.000
SILLA CLIENTES	2	70.000	140.000

Fuente: Elaboración propia.

Al cabo de la búsqueda de los activos fijos, los más asequibles para adquirirlos fueron en Mercado Libre.

Imagen 3. Silla gerencial



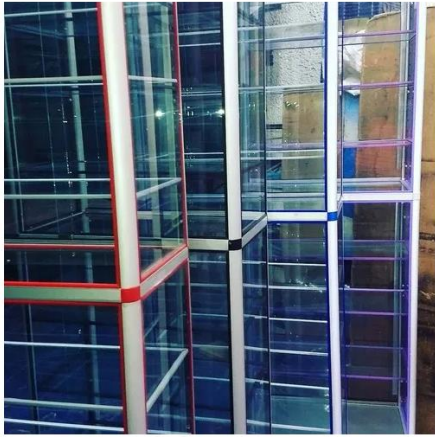
Fuente: (Mercadolibre, 2018).

Imagen 4. Escritorio



Fuente: (Mercadolibre, 2018).

Imagen 5. Vitrinas



Fuente: (Mercadolibre, 2018).

Imagen 6. Divisiones para oficina



Fuente: (Mercadolibre, 2018).

Imagen 7. Silla secretaria



Fuente: (Mercadolibre, 2018).

3.1.7 Calculo de cantidades de materia prima e insumos. Para brindar un servicio de excelente calidad, confiable, seguro se debe garantizar la compra de insumos que se utilizan sin excepciones en los eventos los cuales no podrían faltar sin duda.

Cuadro 19. Calculo de cantidades de materia prima e insumos

SILLAS	Unidad	500
COMBO MINITEK	Hora	250.000
MESAS	Unidad	2.000
CENA	Unidad	15.000
BEBIDAS GASEOSA	Unidad	5.000
LICOR	Unidad	70.000
TORTA	Libra	35.000
PLATOS	Unidad	6.000
CUBIERTOS	Unidad	6.000
ARREGLOS FLORALES PARA TODO TIPO DE OCASIÓN	Unidad	45.000
DECORACIÓN TEMÁTICA	Por color	70.000
MANTEL	Unidad	9.000
LUCES	Unidad	25.000
MESEROS	Tamaño de evento	25.000
FUENTE DE CHOCOLATE	Cantidad	30.000
TARJETAS DE INVITACIÓN	Unidad/cantidad	3.500
SHOWS EN VIVO DE BAILARINES HORA LOCA	Hora	36.000
SALON DE EVENTOS	Hora	600.000

Fuente: Elaboración propia.

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Se tiene la expectativa de ubicar la empresa casa de eventos orquídea dorada al norte de la ciudad de Santiago de Cali en la comuna 2, barrio Centenario, cerca de la avenida del rio y el bulevar del cam, quedando cerca de zona comercial y próximos al centro de Cali, además se cuenta con fácil acceso a transporte público, vías de acceso inmediatas y demás, contara la instalación con todos los servicios públicos, vías de evacuación reglamentadas, documentación legal.

3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

El mercado de la casa de eventos Orquídea Dorada, es de una mediana empresa, según los insumos que requiera adicionales o cantidad extra de ellos, además de la demanda que se depende según sea la temporada.

Se contará con insumos básicos para la realización de las actividades de la siguiente manera: para matrimonios de 1 a 100 personas \$5.751.087, de 101 a 200 \$7.837.252 y de 201 a 300 \$12.190.832.

Por otra parte, para celebraciones de cumpleaños tenemos de 1 a 100 personas \$3.744.102, de 101 a 200, \$6.764.492 y por ultimo de 201 a 300, \$9.802.312.

4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

En este capítulo se plasma cada una de las áreas de la infraestructura de ORQUÍDEA DORADA, especificando en cada una de ellas un perfil adecuado que se ajuste de manera óptima y oportuna según sea la necesidad.

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

ORQUÍDEA DORADA es una empresa de servicio en el sector de eventos, por ende, esta empresa se dedica a la realización de eventos sociales en la ciudad de Santiago de Cali.

Ofrecer a los clientes un amplio portafolio en el cual podrán encontrar todo tipo de eventos por los cuales se destacará su trabajo para su realización, además de los diferentes paquetes a ofrecer a todo tipo de cliente, esto debido a las solicitudes anteriormente estudiadas y las cotizaciones personalizadas que realizamos pre-evento.

Con el fin de identificar ¿qué tipo de evento quiere?, ¿qué mensaje desea?, ¿Cuál es su presupuesto?, etc. con esta información recopilada realizar un evento inolvidable para usted, y por supuesto que este dentro de sus capacidades económicas.

Esto con el fin de generar cada vez más necesidades en la población con relación a la casa de eventos y a la vez satisfacer sus necesidades; finalmente lograr un posicionamiento en el mercado.

4.1.1 Misión. Brindar la mejor accesoria y confort para la organización y realización de su evento, satisfaciendo a cabalidad todas sus expectativas ofreciendo un evento de calidad que sea inolvidable para el cliente.

4.1.2 Visión. Ser reconocidos como una casa de eventos líder en la ciudad de Santiago de Cali, y caracterizarnos por ofrecer los mejores productos, servicios y precios, siendo los más óptimos para su capacidad.

4.1.3 Valores corporativos. Estos son los valores que distinguen a la Casa de Eventos Sociales Orquídea Dorada.

Innovación: Buscar nuevos procesos, tendencias en moda, colores, temáticas, decoración, etc, además de emplear nuevas tendencias como aplicaciones móviles para facilitar el proceso de reserva y selección de cada uno de nuestros servicios.

Lealtad: Cumplir las responsabilidades individuales para fortalecer la imagen institucional.

Exclusividad: Fomentar y destacar el valor agregado de cada detalle, enfocados a la imagen y calidad de cada producto y servicio, brindando a los clientes confianza y comodidad en sus máximos estándares.

Profesionalismo: Fomentar la equidad, compromiso y el emprendimiento entre los empleados y finalmente con los clientes y colaboradores que integran ORQUIDEA DORADA.

Confianza: Compañía que ofrece servicios de calidad con total transparencia, respetando de manera íntegra todos los aspectos legales y morales que rigen el desarrollo de los procesos basados en el respeto y responsabilidad.

Puntualidad: Cumplir con los compromisos hacia los compañeros de trabajo, clientes y proveedores.

Servicio al cliente: Disposición para ofrecer a las personas un trato amable, apoyo incondicional, calidad, eficiencia y respuesta oportuna.

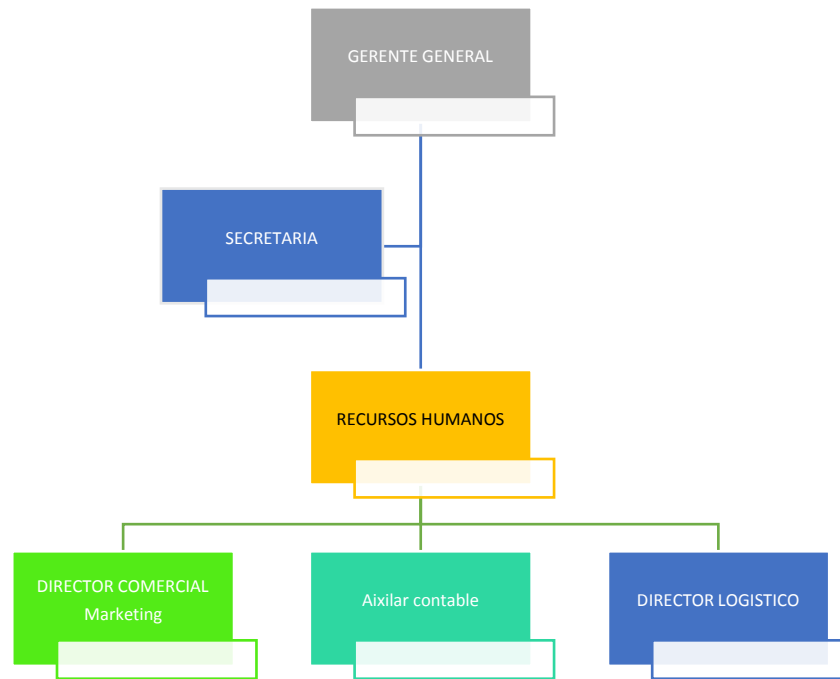
4.1.4 Filosofía del trabajo. En orquídea dorada se considerará que la lealtad, profesionalismo, exclusividad, y el liderazgo son las bases más importantes para la construcción e innovación de sus eventos, siendo comprometidos para la organización de su evento con todo el lujo de detalle que ustedes se merecen; llenando sus expectativas y brindando una experiencia única e inolvidable, generando en ustedes una fidelidad duradera en el lugar de trabajo. ORQUIDEA DORADA contara con la suficiente experiencia y conocimiento para trabajar con gusto de manera comprometida para brindar a ustedes un lugar ideal, donde tus sueños de hagan realidad.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional es un sistema integrado para definir las áreas y nivel jerárquico de una organización.

4.2.1 Organigrama. A continuación, el organigrama en el cual se muestran los cargos de los colaboradores de la empresa.

Figura 3. Organigrama



Fuente: Elaboración propia

4.2.2 Procesos operativos. Gerencia general, secretaria, auxiliar contable, RR. HH, marketing, logística, encargado de los eventos, encargado de cocina y meseros, personal de decoración.

Cuadro 20. Gerente general.

PERFIL DEL PUESTO	
1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Gerente general
Área	Gerencia
Jefe directo	Director corporativo/ vicepresidente/ presidente
2. FUNCIÓN GENERAL	
Planear, organizar, dirigir, controlar y plasmar estrategias objetivas según las técnicas de evolución y desarrollo de la organización. Diseñar procesos de evaluación y contratación de personal, además de desarrollo de las actividades operacionales que se vinculan con la comercialización y actualización de los servicios ofrecidos por la empresa.	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS	
Planificar los objetivos de la empresa a corto y largo plazo, Planear la estructura organizacional de la empresa, Tomar decisiones, Controlar y ejecutar las actividades planificadas, Coordinar agenda de responsabilidades con el departamento de Venta, Generar estrategias que Incrementen la clientela de orquídea dorada, Diseñar vacantes y proceso de selección para emplear personal requerido por evento, Evaluar y analizar los problemas financieros, administrativos, funcionales, entre otros de la empresa, Generar reportes mensuales y anuales, según sean los movimientos representados en las ventas de paquetes por servicios.	
4. CONOCIMIENTOS	
Idioma: inglés, Microsoft Word y Excel avanzado, Manejo de herramientas informáticas.	
5. RIESGO LABORAL	
(Alto), asociado con el estrés	
6. HABILIDADES	
Habilidad numérica, Análisis de información lógica, Disciplina, Puntualidad, Liderazgo, honestidad.	
7. EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA	
Estudios superiores: Universitarios y/o Tecnólogos	
Experiencia: 2 años de experiencia en cargos similares	
8. CONTEXTO DEL PUESTO	
Brindar el direccionamiento preciso para el buen funcionamiento de la organización.	
9. SALARIO BÁSICO: 2´000.000	
Creado por el departamento de RR. HH por medio de agencia de empleo, empleada por prestación de servicios.	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 21. Secretaria

PERFIL DEL PUESTO	
1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Secretaria
Área	administrativa
Jefe directo	Gerente general
2. FUNCIÓN GENERAL	
Encargada de realizar actividades elementales de oficina como: recibir y redactar correspondencia de su superior y para los clientes, atender llamadas, custodiar y ordenar documentos de la oficina, agendar citas y coordinar pagos.	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS	
Recepción y control de correspondencia, Redacción de documentos, Agendar las reuniones y sesiones de trabajo del gerente, Fotocopiar documentos que integren los expedientes que solicite su superior, Comunicación asertiva y fluida, Manejo de conmutador, Excelente servicio al cliente.	
4. CONOCIMIENTOS	
Herramientas ofimáticas, internet, Libre Office, Microsoft Access, Microsoft Excel y Word.	
5. RIESGO LABORAL	
(Alto), asociado a la vista las ondas de luz que emite la pantalla del ordenador.	
6. HABILIDADES	
Redacción, Ortografía Servicio al cliente. Fluidez verbal. Disciplina, Puntualidad	
7. EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA	
Estudios superiores: universidad o carrera técnica.	
Experiencia: 2 años en el área de secretaria o recepción.	
8. CONTEXTO DEL PUESTO	
Recibir a los visitantes, responde llamadas telefónicas, asignar citas, gestionar e-mail, actividad clerical, apoyo secretarial.	
9. SALARIO BÁSICO: 850.000	
Creado por el departamento de RR. HH por medio de agencia de empleo, empleada por prestación de servicios.	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 22. Auxiliar contable

PERFIL DEL PUESTO	
1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Auxiliar contable
Área	Contabilidad
Jefe directo	Gerente
2. FUNCIÓN GENERAL	
Planificar las tareas contables y medir los recursos de la empresa.	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS	
Supervisar impuestos y generar su respectivo pago mensual, Realizar conciliaciones bancarias, Reportar el suministro de recursos, Reportar el pago oportuno de los clientes por paquete elegido, Realizar estados financieros e informes contables, fiscales y financieros, Elaborar declaraciones de renta y retenciones de fuente, Declarar IVA, Renovar registro mercantil.	
4. CONOCIMIENTOS	
Office avanzado	
5. RIESGO LABORAL	
(Alto), asociado con el estrés, y la vista por las ondas de luz que emite la pantalla del ordenador.	
6. HABILIDADES	
Planeación, Análisis de datos, Toma de decisiones, Comunicación y supervisión de estrategias de control interno y revisión general de documentos.	
7. EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA	
Estudios superiores: Lic. en contaduría pública o técnico auxiliar contable	
Experiencia: mínimo 2 años	
8. CONTEXTO DEL PUESTO	
Responsables administrativas y movimientos financieros, además de la elaboración de reportes mensuales según sea su necesidad para alcanzar las metas organizacionales.	
9. SALARIO BÁSICO: 926.788	
Creado por el departamento de RR. HH por medio de agencia de empleo, empleada por prestación de servicios.	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 23. Recursos Humanos

PERFIL DEL PUESTO	
1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Recursos humanos
Área	Recursos humanos
Jefe directo	Gerente
2. FUNCIÓN GENERAL	
Es clave dentro del crecimiento y desarrollo de toda organización. Las tareas que allí se concentran pueden ser ejecutadas por una persona o por todo un equipo de trabajo; depende del tamaño de la empresa, de sus necesidades y del presupuesto.	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS	
investigación interna y del mercado laboral, Selección y reclutamiento de personal, Capacitación, Remuneraciones, Motivación y clima laboral, Prevención de riesgos laborales, Evaluación y promoción de sus trabajadores	
4. CONOCIMIENTOS	
Alto Análisis y estudios de Procesos, Procedimientos, funciones y proyectos, Derecho laboral.	
5. RIESGO LABORAL	
Bajo. No corre riesgos específicos por ocasión del trabajo	
6. HABILIDADES	
Excelentes relaciones interpersonales y comunicación, Habilidad de planeación, solución de problemas, manejo de conflictos.	
7. EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA	
Estudios superiores: Formación universitaria o tecnológica en Psicología o administración de empresas. Experiencia: 3 años	
8. CONTEXTO DEL PUESTO	
Proveer a la Empresa del recurso humano necesario para el cumplimiento de su objeto social y adelantar las gestiones necesarias para lograr el nivel de competencia necesario en cada uno de los trabajadores.	
9. SALARIO BÁSICO: 900.000	
Creado por el departamento de RR. HH por medio de agencia de empleo, empleada por prestación de servicios.	

Fuente: Elaboración propia

- **VENTAS:** comercializar el posicionamiento de nuestro nombre, estudio de mercados, segmentación del mercado, generación de ventas.
- **PUBLICIDAD:** encargados de llevar a cabo la estrategia de marketing del negocio, cumpliendo con los objetivos y metas establecida dentro del mismo.
- **JEFE DE PROTOCOLO:** encargado de supervisar detalladamente la ejecución de la planeación durante todo el evento para conservar los bienes inmuebles de nuestra empresa.

Cuadro 24. Director comercial

PERFIL DEL PUESTO	
1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Director comercial
Área	Marketing
Jefe directo	Auxiliar contable / gerente general.
2. FUNCIÓN GENERAL	
Responsabilizarse por las acciones comerciales de la empresa, para la correcta gestión de la organización	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS	
Establecer los objetivos y metas del mes, Plantear y pactar las cuotas prudentes por evento vendido, según el paquete elegido, Manejar relación optima con los proveedores y buscar nuevas alianzas para poder rebajar costos sin disminuir calidad, Planificar estrategias de mercado para tener más participación de marketing en el sector de casa de eventos y aumentar ventas, Diseñar un servicio post-venta para calificar el servicio prestado y mejorar observaciones.	
4. CONOCIMIENTOS	
Microsoft office y power point, Redacción, Creatividad, Amante de la tecnología, Buen manejo de redes sociales conocimientos de html y css, fotografía, artes audiovisuales	
5. RIESGO LABORAL	
(Alto), ya que, en determinado momento, debe desplazarse a otros sitios fuera del área de trabajo y está muy expuesto a cualquier incidente.	
6. HABILIDADES	
Reportar al Director el desarrollo, implementación y análisis de las actividades de marketing, Cumplir con el plan de trabajo anual de mercadeo, trabajar en equipo junto a las demás áreas funcionales, Atención de clientes, Mantenimiento de negocios actuales y consecución de nuevos, Orientar, diseñar, evaluar e implementar estrategias de ventas.	
7. EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA	
Estudios superiores: Lic. En Ingeniería Comercial o administrador de empresas.	
Experiencia: 3 años en cargos a fines	
8. CONTEXTO DEL PUESTO	
También conocido como mercadotecnia o mercadeo, es el conjunto de actividades que le permiten a una empresa encontrar un mercado al cual dirigirse y atenderlo de la mejor manera posible.	
9. SALARIO BÁSICO: 1'600.000 + bonificaciones + prestaciones por ley	
Creado por el departamento de RR. HH por medio de agencia de empleo, empleada por prestación de servicios.	

Fuente: Elaboración propia

COCINA: asegurar la producción de alimentos y bebidas y presentación del servicio adecuado a los parámetros de calidad establecidos.

CHEF: encargado de la producción del menú establecido con los productos del mercado de mejor calidad, para brindar una experiencia única en su paladar.

PASTELERÍA: planificar el trabajo propuesto por nuestros clientes y hacer en cada evento una de sus mejores creaciones.

LAVANDERÍA: encargados de realizar el proceso de lavado de manteles, cortinas, sobre manteles, etc.

LIMPIEZA: encargados de asear el sitio elegido por nuestros clientes para brindar comodidad en un espacio limpio.

VIGILANCIA: ejecutar un plan de formación para brindar seguridad a toda nuestra comunidad.

JARDINERÍA: encargados de surtir y suplir las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo con variedad en colores y flores para brindar a ustedes los más frescos y lindos arreglos florales de la ciudad.

MESEROS: personal encargado de brindar un servicio óptimo y completo para la comodidad de los invitados.

TRANSPORTE: encargados de movilizar los enseres, inmuebles, y todas las herramientas necesarias para la realización de dicho evento.

Cuadro 25. Director logístico

PERFIL DEL PUESTO	
1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Director logístico
Área	Departamento administrativo
Jefe directo	Gerente general
2. FUNCIÓN GENERAL	
Dirigir el área logística de la empresa, es decir, el ingreso y salida de los desechos orgánicos.	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS	
Elaborar y Vigilar la política de distribución y transporte de insumos y enseres de la bodega a la casa eventos, Establecer los horarios en los cuales se recogerán los insumos y enseres, Velar por la seguridad de los clientes, dentro del área del evento, Encargado de transportar el personal de decoración y los meseros del evento, Supervisar el desempeño de los meseros durante el evento, Cargue y descargue de mercancía e insumos, Prever las necesidades de materias primas y componentes Controlar que la mercadería adquirida cumpla los requisitos de calidad.	
4. CONOCIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> gestión de stocks y técnicas de planificación. 	
5. RIESGO LABORAL	
(Alto), considerando que tiene que desplazarse de un lugar a otro y tiene que levantar artículos muy pesados.	
6. HABILIDADES	
Flexibilidad mental, Destrezas de negociación, Capacidad de análisis de información, Creatividad, Orientación al cliente interno/externo, Habilidad persuasora	
7. EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA	
Estudios superiores: primaria básica	
Experiencia: 6 meses	
8. CONTEXTO DEL PUESTO	
Cubre la gestión y la planificación de actividades de los departamentos de compras, producción, transporte, almacenaje, manutención y distribución: Encargado de logística, Encargado de los eventos, Encargado de cocina y meseros, Personal de decoración.	
9. Salario básico: 1'000.000	
Creado por el departamento de RR. HH por medio de agencia de empleo, empleada por prestación de servicios.	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 26. Encargado de los eventos

PERFIL DEL PUESTO	
1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Encargado de eventos
Área	Director logístico
Jefe directo	Gerente general
2. FUNCIÓN GENERAL	
Encargado de gestionar las etapas y diseño de las actividades para los eventos	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS	
Supervisar actividades diarias de los equipos de trabajo, Definir e implementar los planes de acción, Atender los requerimientos de los clientes, Verificar que los insumos estén en buen estado y perfectas condiciones	
4. CONOCIMIENTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • En marketing, protocolo, moda, diseño de estructuras. 	
5. RIESGO LABORAL	
(Alto), considerando que se le caiga una lámpara encima que se enrede con un mantel o cualquier otra actividad que ponga en riesgo su vida.	
6. HABILIDADES	
Liderazgo y comunicación, Visión muy enfocada al cliente, Capacidades para realizar múltiples tareas de forma simultánea.	
7. EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA	
<p>Estudios superiores: técnico en diseño y cursos de protocolos.</p> <p>Experiencia: 3 años</p>	
8. CONTEXTO DEL PUESTO	
Es el encargado de la producción y organización de actos. Es quien delega ciertas responsabilidades a auxiliares, adjuntos, colaboradores y subordinados, pero está al tanto de cómo transcurre el evento; es quien coordina, comprueba que todo funcione y que salga conforme está previsto.	
9. Salario básico: 1'000.000	
Creado por el departamento de RR. HH por medio de agencia de empleo, empleada por prestación de servicios.	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 27. Encargado de cocina y meseros

PERFIL DEL PUESTO	
1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Encargado de cocina y meseros
Área	Director logístico
Jefe directo	Gerente general
2. FUNCIÓN GENERAL	
Elaboración de banquetes por parte de la cocina y correspondiente a los meseros Servir y atender de forma organizada a los invitados.	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS	
COCINA: Preparación de entrada, Plato fuerte, Pasa bocas, Bebidas y demás MESEROS: Tener control de las personas invitadas, Presentar un buen servicio, Ubicar a los invitados en las mesas cuando estén ingresando, Tener buena organización a la hora de servir los banquetes.	
4. CONOCIMIENTOS	
COCINA: En técnicas culinarias, trabajo bajo amplios y exigentes estándares de calidad e higiene MESEROS: En protocolo, Servicio al cliente	
5. RIESGO LABORAL	
(Alto), para ambos considerando que el personal de cocina está expuesto a altas temperaturas y para los meseros porque deben cargar cosas pesadas y delicadas.	
6. HABILIDADES	
COCINA: Agilidad, Rapidez, Eficiencia, Organización, Comunicación. MESEROS: Cuidadoso, Organizado, Amable, Paciente, Ágil.	
7. EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA	
Estudios superiores: técnico en gastronomía (COCINA), (MESEROS), Técnico o tecnólogo en mesa y bar, Certificado de manipulación de alimentos, Manejo de BPM Experiencia: 3 años (COCINA) 2 años (MESEROS)	
8. CONTEXTO DEL PUESTO	
Atender a los comensales proporcionándoles el servicio de alimentos, bebidas y asistencia durante su estancia en el evento,	
9. Salario básico: 1'000.000 (COCINA), 850.0000 (MESEROS)	
Creado por el departamento de RR. HH por medio de agencia de empleo, empleada por prestación de servicios.	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 28. Personal de decoración

PERFIL DEL PUESTO	
1. DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	Personal de decoración
Área	Director logístico
Jefe directo	Gerente general
2. FUNCION GENERAL	
Persona con alto nivel de creatividad innovación, compromiso, puntualidad desenvolvimiento en la decoración y tendencias.	
3. FUNCIONES ESPECIFICAS	
Elaboración de Marbetes para sillas, Elaboración del diseño de la ambientación del evento, Realizar decoración de mesas, servilletas, marcador de mesa, centro de mesa, arreglos florales, Realizar cotizaciones, órdenes de compra y requisiciones de materiales propios de su área, Diseñar, asesorar y crear la ambientación de acuerdo a la requisición, gusto y posibilidad del cliente.	
4. CONOCIMIENTOS	
Diseño y elaboración de arreglos florales, Globoflexia, Manejo de herramientas informáticas y software de diseño de tarjetas invitaciones	
5. RIESGO LABORAL	
(Alto), Que se pueda lastimar con alguna de las mesas, herir con algunos de los insumos para decorar.	
6. HABILIDADES	
Ágil, Innovador, Explorador, Llamativo, Creativo, Rápido	
7. EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA	
Estudios superiores: Tecnólogo en diseño y decoración Experiencia: 1 año y 6 meses	
8. CONTEXTO DEL PUESTO	
Un decorador es la persona que se encarga de armonizar un lugar o un evento, él creará todo lo necesario para dar un toque especial. Responsabilidad por el compromiso adquirido en las tareas asignadas y en el manejo prudente de la información.	
9. Salario básico: 1'000.000	
Creado por el departamento de RR. HH por medio de agencia de empleo, empleada por prestación de servicios.	

Fuente: Elaboración propia.

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO PERSONAL

4.3.1 Reclutamiento externo. Ya que el reclutamiento externo opera con candidatos que no pertenecen a la organización, pero que si se perfilan a la vacante disponible.

- **VENTAJAS:** Brindar oportunidad de empleo a personas que quizás tienen experiencias que le sirven a la empresa para implementar en la organización, Aportar nuevas ideas y procesos a los protocolos de la misma.

Renovar y enriquecer los recursos humanos de la organización, siempre y cuando el personal contratado tenga experiencia en el proceso a realizar.

Sacar provecho de las capacitaciones para aprender y aplicar sus conocimientos, tanto los aprendidos en otras empresas como los suyos propios.

- **DESVENTAJAS:** Genera un incremento en costo para procesos dentro de la bolsa de empleo como: inversiones y gastos inmediatos en anuncios de prensa, gastos operacionales, artículos de oficina, agencia de empleo, etc.
- Poner en riesgo la seguridad del protocolo interno, pero es un riesgo que toda empresa debe asumir.
- El medio que se empleará tendrá estrecha relación con el costo y la urgencia (tiempo).

4.3.1.1 Instrumentos de selección.

- Análisis de hoja de vida
- Entrevista psicológica
- Pruebas psicotécnicas
- Entrevista de Clasificación

4.3.1.2 Análisis de su hoja de vida. En este punto se evalúa la experiencia laboral del postulante, además de sus estudios, formación, cargos ocupados, años de experiencia, duración de los cargos, etc.

4.3.1.3 Entrevistas de verificación de condiciones y requisitos (psicología). Es un proceso complejo y formal en el cual se intercambian una serie de situaciones y estímulos para verificar las reacciones del entrevistado por medio de la unidad de recursos humanos RR.HH para realizar este proceso. Logrando así identificar las posibles relaciones de causa y efecto, además de relaciones interpersonales frente a ciertas situaciones.

4.3.1.4 Aplicación de pruebas técnicas. Estos pasos permiten garantizar que la persona seleccionada para ocupar el cargo no sólo tendrá un desempeño acorde con sus funciones, contribuyendo al desarrollo de los objetivos corporativos, sino que permitirá al empleado encontrar un espacio para su desarrollo profesional e individual, prueba a cargo del departamento de RR.HH.

4.3.1.5 Evaluación de competencias laborales. Los postulantes preseleccionados por medio de las pruebas psicológicas, serán evaluados, cuando proceda, a nivel de sus Competencias Laborales específicas para el cargo a seleccionar.

Los aspectos y áreas a evaluar dependerán del perfil del cargo al cual postula. La herramienta a utilizar para evaluar tales competencias, dependerá fundamentalmente de las competencias a evaluar: distintivas, funcionales o genéricas. Algunas de las herramientas a utilizar son:

- Simulaciones: poner el postulado en una situación que se semeje mucho a la que va optar normalmente en la vacante, con este tipo de pruebas se podrá evaluar

el nivel de conocimiento como la forma de abordar las situaciones, además de prácticas adoptadas.

- **Disertaciones:** Consiste en pedir al postulante que exponga su punto de vista y/o conocimientos sobre una materia particular. A través de estas pruebas se pueden evaluar diferentes factores: manejo y conocimiento del tema, facilidad de expresión y de comunicación, actitud frente a los demás.

4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL

4.4.1 Proceso de contratación a cargo del departamento de recursos humanos. Proceso realizado directamente por el dpto. De recursos humanos de la empresa, apoyado por la gerencia, que contrata a personas capacitadas para trabajar para otras entidades a través de tareas de corta duración como prestación de servicios.

De esta manera se busca emplear procesos que requieren de poca inversión en cuanto a periodos de tiempo cortos haciendo este proceso más eficiente y eficaz al momento de iniciar con la búsqueda de personal estructural para la empresa, por lo tanto, manteniendo impecable las políticas de privacidad de ORQUÍDEA DORADA.

4.4.2 Proceso de entrevista. De acuerdo a los resultados obtenidos en las etapas anteriores, la comisión seleccionará a los tres candidatos mejor evaluados. Posteriormente a ello, los Currículos correspondientes a los candidatos, serán enviados a la Jefatura pertinente, para programar una entrevista, junto con el perfil del cargo.

4.4.3 Entrevista con el jefe de la unidad donde se encuentra la vacante.

Por último a los tres seleccionados se le realizara una entrevista final por parte de las Jefaturas pertinentes (RR.HH, DIRECTORES), quien o quienes serán más acuciosos y establecerán el orden de prioridad con respecto a los tres candidatos.

4.4.4 Comunicación de los resultados de la selección. La Jefatura que solicita el cargo que participo en la selección final comunicará su decisión al Depto. de Recursos Humanos, quien a su vez informará a los demás postulantes dicha situación y se enviará una carta o correo electrónico que informe del cierre del proceso de selección a los postulantes que no se ajustan al perfil del cargo.

4.4.5 Examen médico de admisión. El examen médico es muy importante dentro del proceso de selección ya que se evalúa física y mentalmente el aspirante para ver su capacidad en el momento de desempeñar las funciones que la vacante requiere.

Contra la creencia popular, no se pretende descubrir enfermedades ocultas, sino determinar qué tipo de trabajo está más de acuerdo con las capacidades del solicitante, con esto se cumplirán una serie de metas particulares:

Contratar individuos capacitados para la realización de un determinado trabajo.

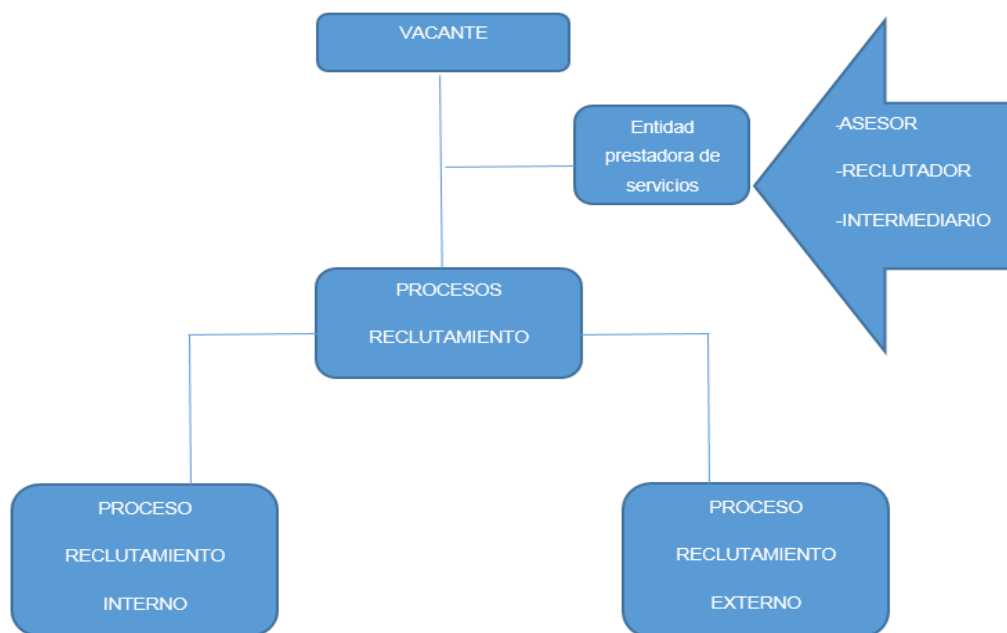
- Evitar que algún aspirante con padecimiento infecto contagioso pueda transmitir el mal.

- Propiciar el desarrollo al acoplar la capacidad física del trabajador al tipo de puesto desempeñar.
- Proteger al aspirante de futuras enfermedades profesionales al valorar su estado de salud.

Así lo establece el artículo 348 del Código Sustantivo del Trabajo al especificar que todo patrono o empleador está obligado a suministrar y acondicionar locales y equipos de trabajo que garanticen la seguridad y salud de sus empleados, practicar exámenes médicos a su personal y adoptar las medidas de higiene y seguridad indispensables para la protección del personal a su servicio. De acuerdo con la resolución 1016 de 1989, la realización de exámenes es una de las principales actividades de los subprogramas de medicina preventiva en el trabajo.

4.4.6 Esquema de reclutamiento.

Figura 4. Esquema de reclutamiento



Fuente: Elaboración propia.

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Este proceso se realizará a nivel interno de la empresa para no generar más costos, por lo que habrá que elaborar un proceso de selección a cargo del departamento de recursos humanos, apoyado por gerencia. Que garantice la evaluación correcta del personal, el cual incluye preselección de hojas de vida, verificación de datos y referencias, pruebas de idoneidad, pruebas psicológicas y sicotécnicas, entrevistas de selección, exámenes médicos, etc.

Luego haber seleccionado la persona idónea para cada cargo, sigue el proceso de contratación, el cual es igual de importante.

Esta parte comprende la parte jurídica en cuanto a la modalidad de contratación. Las condiciones y demás aspectos relacionados con el contrato de trabajo.

Adicionalmente el proceso de vinculación laboral debe contener una evaluación de aspectos la remuneración. Tanto el monto como su forma. Es importante anotar que una incorrecta remuneración puede hacer que el trabajo previo de selección de personal sea un fracaso, ya que la remuneración es un componente importante en el rendimiento del trabajador.

Por supuesto que son muchos los aspectos específicos relacionados con la vinculación de personal, y por ello recomendamos recurrir a profesionales o entidades especializadas en este tema, quienes se encargaran de elaborar los perfiles del cargo y diseñar los procesos de selección acorde a cada empresa y ambiente en particular.

4.5.1 Tipos de contrato. Las opciones de contrato que nosotros vamos a emplear son estos 2:

Contrato a Término Indefinido (Art. 47 del Código Sustantivo de Trabajo), El contrato a término indefinido es aquel que no tiene estipulada una fecha de terminación de

la obligación entre el empleado y el empleador, cuya duración no está determinada por la de la obra o la naturaleza de la labor contratada, o no se refiera de manera explícita a un trabajo ocasional o transitorio. Puede hacerse por escrito o de forma verbal. Este tipo de contrato cumple con las siguientes características:

Si se quieren establecer cláusulas específicas para el contrato es necesario formalizar el contrato a través de un contrato escrito.

El empleador se compromete a pagar prestaciones sociales, prima de servicios, descansos remunerados y aportes parafiscales.

En caso de terminación unilateral del contrato sin justa causa, el empleador deberá pagar al trabajador una indemnización, en los términos establecidos en el artículo 28 de la Ley 789 de 2002.

Contrato temporal, ocasional o accidental (Art. 6 del Código Sustantivo de Trabajo), Según el Código Sustantivo del Trabajo, se define el trabajo ocasional, accidental o transitorio, como aquel trabajo de corta duración y no mayor de un mes, que se refiere a labores distintas de las actividades normales del empleador. Es decir, que no tiene que ver con las labores propias que desarrolla el contratante. Por ejemplo, en una oficina de una agencia de viajes aparece una humedad y se hace necesario contratar a un técnico para arreglar el problema. La agencia de viajes necesita un técnico que arregle la pared. El técnico estaría por contrato ocasional porque no va dentro de las tareas rutinarias de la empresa.

Esta forma de contratación puede hacerse por escrito o verbalmente; pero es recomendable hacerlo por escrito, especificando la tarea específica del trabajador para evitar conflictos durante y después de la realización de la labor. Por lo tanto es necesario cumplir con las siguientes características:

- Puede ser verbal o escrito.
- Debe relacionarse con actividades ajenas al objeto social del contratante.

- Su duración nunca podrá ser mayor a treinta (30) días.

4.5.2 Afiliaciones. Los Riesgos Laborales son los Accidentes de Trabajo y las Enfermedades Laborales. La Ley 1562 de 2012, define el Sistema General de Riesgos Laborales, como el conjunto de entidades públicas y privadas, normas y procedimientos, destinados a prevenir, proteger y atender a los trabajadores de los efectos de las enfermedades y los accidentes que puedan ocurrirles con ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrollan.

El Decreto Ley 4107 de 2011, determina entre otras funciones del Ministerio de Salud y Protección Social, la de formular la política, dirigir, orientar, adoptar y evaluar la ejecución de planes, programas y proyectos del Gobierno Nacional en materia de salud pública y riesgos laborales, así como promover la articulación de las acciones del Estado, la sociedad, la familia, el individuo y los demás responsables de la ejecución de las actividades de riesgos laborales a cargo del Ministerio, actividades éstas que entre otras, se corresponden con el aseguramiento o afiliación al Sistema General de Riesgos Laborales; con el Talento Humano en Seguridad y Salud en el Trabajo; y con la salud pública, en cuanto a la protección de la salud de la población trabajadora del país.

En la Resolución 1841 de 2013, la Salud y Ámbito Laboral como dimensión en el marco del Plan Decenal de Salud Pública, se define como el conjunto de políticas e intervenciones sectoriales y transectoriales que buscan el bienestar y protección de la salud de los trabajadores, a través de la promoción de modos, condiciones y estilos de vida saludables en el ámbito laboral, el mantenimiento del bienestar físico, mental y social de las personas en todas las ocupaciones, y el fomento de las intervenciones que modifican positivamente las situaciones y condiciones de interés para la salud de los trabajadores del sector formal e informal de la economía.

Cláusula de confianza, documento que pacta la privacidad y compromiso entre el empleado y el empleador, sobre los datos más importantes de la empresa. Según ORQUÍDEA DORADA los más importantes para su organización son:

Protección de bienes: proteger y preservar los muebles y enseres, equipos, materiales y elementos de orquídea dorada y sus filiales, que me sean asignados.

Cumplimiento de políticas corporativas de seguridad: dar cumplimiento de las políticas corporativas de seguridad.

Reserva sobre información de OD: no divulgar, documentos y datos de OD (ORQUÍDEA DORADA) y sus filiales a personas, entidades y organismos de cualquier naturaleza, sin la debida autorización.

Confidencialidad: mantener la confidencialidad y reserva de todos los asuntos conocidos en y tratados en orquídea dorada y sus filiales.

Reporte sobre amenazas o causas de inseguridad: informar oportuna y verazmente sobre cualquier aspecto de inseguridad, que según su criterio pueda interferir, perjudicar o amenazar a orquídea dorada y sus filiales en forma leve o grave.

Lealtad: a ser leal con los miembros de la empresa, con la misión, sus objetivos y sus políticas.

Colaboración: a colaborar con eficiencia en todo lo que sea requerido para mantener un excelente nivel de seguridad integral en toda la empresa.

Aviso sobre irregularidades: informar sobre cualquier irregularidad que conozca.

Veracidad y actualización de datos personales: suministrar con oportunidad y veracidad algún dato personal referente a sí mismo o su familia (especialmente cambio de dirección y teléfonos) cuando estos ocurran.

Confirmación de datos: someterse permanentemente a la confirmación de datos personales por parte de la gerencia de gestión humana y calidad y jefatura de seguridad.

4.6 PROCESO DE CARACTERIZACIÓN Y ENTRENAMIENTO

Los procesos de capacitación y entrenamiento en ORQUIDEA DORADA, se harán internamente y serán desarrollados por la secretaria, para no generar mayor costo para la organización.

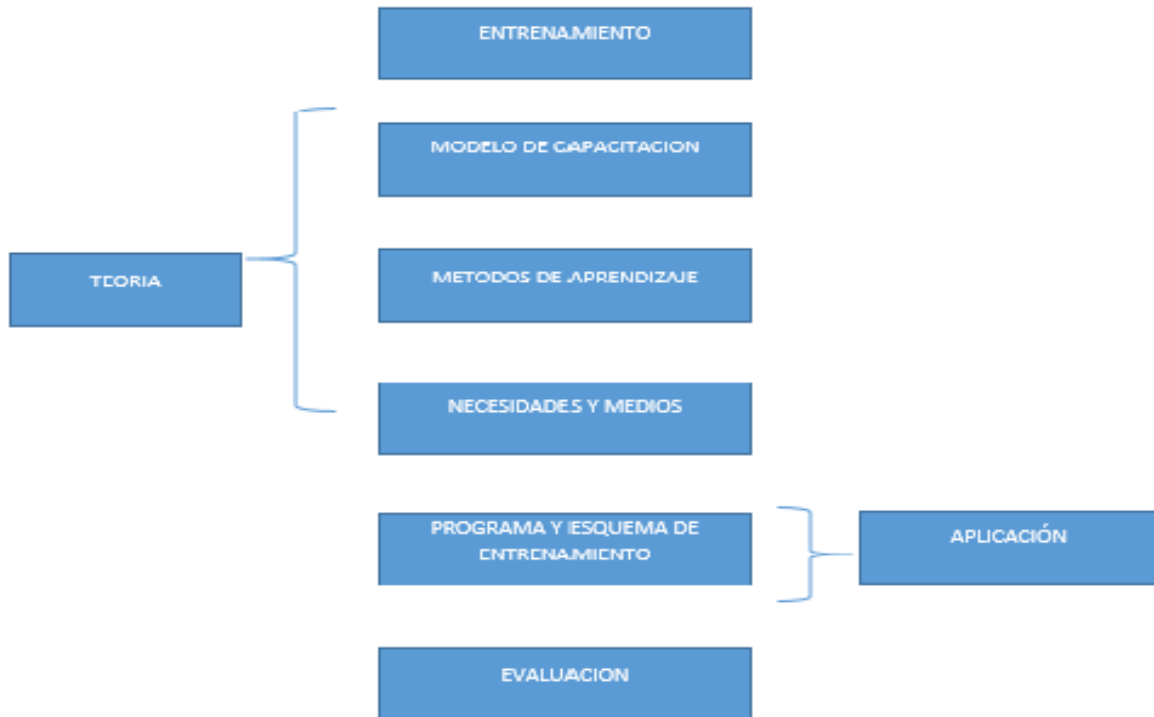
- Proceso de inducción, En este paso la idea es tratar de orientar el personal nuevo que ingresa a nuestra organización de tal manera que se familiarice con el equipo de trabajo que se le sea asignado y disponga mucha actitud, entusiasmo, creatividad, innovación y elabore su trabajo de la mejor manera posible.

Una vez culturalizado dentro de nuestras políticas, protocolos y culturas, sus principales directivos, su historia, y los manuales que existen dentro de la empresa.

- Entrenamiento, Este proceso se efectúa 15 días antes de iniciar el trabajo y 15 días durante el inicio de sus actividades, de esta manera logrando que al finalizar la etapa de inducción el personal ya sepa cuáles son los objetivos de la empresa, a quién recurrir para solucionar un problema, cuáles son las actitudes no toleradas, funciones, etc.

Por lo tanto, el personal contratado va ser asignado en las áreas para la cual aplico, también en las áreas ajenas a la vacante que aplico. Ya que es necesario aprender a manejar las relaciones interpersonales entre todos los departamentos de nuestra organización.

Figura 5. Proceso de caracterización y entrenamiento



Fuente: Elaboración propia.

4.7 FUNDAMENTACIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES ESTRATÉGICAS

La función de la dotación de personal estratégico es reclutar y retener a los empleados para realizar trabajos en línea con los objetivos generales de la empresa. Con una estrategia claramente definida, puedes responder a las necesidades y llenar los vacíos, esto mediante la identificación de las necesidades antes de contratar, así mismo desarrollar y retener empleados, de esta manera tu organización estará dispuesta a mantener el estatus, el crecimiento o disminución.

4.7.1 Identificación. El primer paso para la dotación de personal estratégico es la identificación de necesidades.

Evalúa qué posiciones son cruciales para las funciones generales de la empresa. Distingue entre necesidades y deseos. Después de que las posiciones críticas están llenas, puedes pasar a puestos de auxiliares. Una vez que hayas identificado sus necesidades, evalúa los medios para llenar esas posiciones. Dependiendo de tu situación financiera, puede que tengas que agregar, eliminar o combinar las posiciones. Asigna más tiempo y dinero para el personal clave primero y avanza desde allí.

4.7.2 Reclutamiento. Una vez que hayas identificado tus necesidades de personal, comienzan tus esfuerzos de reclutamiento. Tu presupuesto determinará el tipo de candidatos. Si tienes más dinero disponible, puedes dirigirte a los candidatos con más experiencia con exitosos currículos vitae.

Con menos que ofrecer, tendrás que tomar el riesgo de más talento sin desarrollar. Una estrategia de reclutamiento ideal será encontrar el equilibrio entre el personal con experiencia y principiantes, mientras se mantiene la diversidad de raza, sexo y edad.

4.7.3 Desarrollo. Llenar las vacantes disponibles no significa el fin de tu estrategia de dotación de personal. Una vez que la gente está en su lugar, tendrá que entrenarla. Incluso el trabajador con más experiencia necesita un período de tiempo para familiarizarse con tu empresa y los procedimientos.

Los empleados menos experimentados tendrán que recibir capacitación adicional para profundizar en el conocimiento de la industria. También debes determinar qué nivel de entrenamiento cruzado es apropiado. Capacitar a los empleados en las funciones de los demás es una buena defensa contra desviaciones inesperadas.

4.7.4 Retención. Por último, la estrategia de dotación de personal debe planificar la retención. Los empleados esperan avances cuando inician en una empresa. El salario de un empleado recién salido de la universidad será muy diferente a la remuneración que un mismo empleado espera a los 10 años. Debes determinar una estrategia para extrapolar los salarios existentes, el tiempo para una cierta cantidad de volumen de negocio y expansión, los cuales crean la necesidad de una mayor contratación.

5 ESTUDIO FINANCIERO

La empresa que a la cual se presenta la factibilidad financiera tiene como nombre ORQUÍDEA DORADA es una empresa de servicio en la industria de eventos, por ende, esta empresa se dedica a la realización de eventos sociales en la ciudad de Santiago de Cali.

En el cual se ofrece un amplio portafolio en el cual podrán encontrar todo tipo de eventos por los cuales nos destacamos para su realización, además de los diferentes paquetes a ofrecer a todo tipo de cliente, esto debido a las solicitudes anteriormente estudiadas y las cotizaciones personalizadas que realizamos pre-evento que trabajará con una proyección de 5 años debido a la línea de investigación que es emprendimiento, donde se dan a conocer el monto a emprender, la depreciación, las obligaciones financieras que son la Amortización y el leasing, los gastos de administración, laborales, de ventas, la nómina de administración y de producción, la proyección de las ventas, los estados de resultados, flujos de caja, balances generales proyectados y demás análisis necesarios para demostrar la factibilidad de poder emprender y crear esta empresa.

5.1 INVERSIÓN INICIAL

Se denomina inversión inicial a la cantidad de dinero que es necesario invertir para poner en marcha un proyecto de negocio.

La casa de eventos Orquídea Dorada cuenta con una inversión inicial de **\$47.490.229**, en el cual se realiza la compra de activos fijos, activos diferidos y un capital de trabajo. La inversión determina el monto en dinero o activos para poder constituir una idea de negocio o emprender un negocio, Esta inversión está discriminada en:

Tabla 1. Inversión inicial

INVERSIÓN EN PESOS			
ITEM	CANTIDAD	UNITARIO	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
SILLA GERENCIAL	1	130.000	130.000
SILLA SECRETARIA	1	100.000	100.000
ESCRITORIO	2	1.000.000	2.000.000
VITRINAS	1	1.500.000	1.500.000
DIVISIONES PARA OFICINA	2	350.000	700.000
LAMPARAS	2	100.000	200.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			4.630.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
COMPUTADORES DE ESCRITORIO	2	1.200.000	2.400.000
PORTATILES	1	1.500.000	1.500.000
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL EPSON	1	1.800.000	1.800.000
CAMARAS	1	1.500.000	1.500.000
TELEVISORES	1	700.000	700.000
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			7.900.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			12.530.000
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
REGISTRO MERCANTIL CAMARA DE COMERCIO	1	806.000	806.000
USO DE SUELOS	1	30.000	30.000
HIGIENE Y SANIDAD	1	25.000	25.000
SAYCO ACIMPRO	1	150.000	150.000
CRUZ ROJA	1	60.000	60.000
ESCRITURACION	1	81.527	81.527
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION			1.152.527
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
PERFORADORA	2	35.000	70.000
GRAPADORA	2	46.000	92.000
SILLA CLIENTES	2	70.000	140.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			302.000
ACTIVOS INTANGIBLES			
R-FAST	1	1.500.000	1.500.000
ANTIVIRUS	1	150.000	150.000
WINDOWS	2	170.000	340.000
OFFICE	2	165.000	330.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			2.320.000
ADECUACIONES			
INSTALACION DE AVISO	1	150.000	150.000
INSTALACION DE MODULOS	2	100.000	200.000
INTALACION Y MEJORAS ELECTRICAS			
EMPALMES	1	150.000	150.000
TOMA CORRIENTES	4	13.990	55.960
INSTALACION DE LAMPARAS	1	200.000	200.000
PINTURA Y ACABADOS			
PINTURAS DE TODO EL LOCAL	1	500.000	500.000
ESTUCCO DE TODO EL LOCAL	1	500.000	500.000
PISO DE TODO EL LOCAL	1	1.500.000	1.500.000
INSTALACION PANEL YESO	1	350.000	350.000
TOTAL ADECUACIONES			3.605.960
PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
VOLANTES	2.000	150	300.000
PORTAFOLIOS PUBLICITARIOS	50	3.000	150.000
TARJETAS DE PRESENTACION	1.000	500	500.000
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA			950.000
SEGUROS			
POLIZA TOTAL RIESGOS	1	1.200.000	1.200.000
TOTAL SEGUROS			1.200.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			9.530.487
CAPITAL DE TRABAJO			
NOMINAS	2	10.118.363	20.236.725
GASTOS DE ADMINISTRACION	2	1.601.800	3.203.601
GASTOS DE VENTAS	1	1.989.416	1.989.416
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			25.429.742
TOTAL INVERSION			47.490.229
% INVERSION A FINANCIAR			10,00%
INVERSION A FINANCIAR			4.749.023
MESES A DIFERIR			12
VALOR DIFERIDO MENSUAL			794.207

Fuente: Elaboración propia

5.1.1 DEPRECIACIÓN EN PESOS

La depreciación constituye la pérdida de valor comercial de un activo fijo al pasar un tiempo determinado en el mercado.

Tabla 2. Depreciación en pesos

DEPRECIACIÓN EN PESOS			
ITEM	AÑOS	DEPRECIACIÓN	AÑO 1
MUEBLES Y ENSERES	3	128.611	1.543.333
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3	219.444	2.633.333
TOTAL		348.056	4.176.667
MESES DEL AÑO	12		

Fuente: Elaboración propia.

Entre los activos fijos a depreciar para el caso de la empresa ORQUÍDEA DORADA S.A.S se presentan: muebles y enseres a 3 años, equipos de cómputo y comunicación a 3 años.

5.1.2 ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL CON Y SIN FINANCIACIÓN EN PESOS.

Los estados de la situación financiera informan en una fecha determinada la situación financiera de una empresa, y su estructura es activo, pasivo. Patrimonio.

El estado de la situación financiera nos muestra si los recursos están bien utilizados, si los impuestos están siendo determinados correctamente. Además, con estos estados financieros podemos otorgar con seguridad créditos con los recursos que posee la compañía, también nos permiten saber la capacidad de endeudamiento de la empresa.

Tabla 3. Estado de la situación financiera inicial sin financiación en pesos

ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
caja bancos	25.429.742
cuentas x cobrar o deudores	0
inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	25.429.742
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	4.630.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	7.900.000
(-) Depreciación Acomulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	12.530.000
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	9.530.487
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.530.487
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	22.060.487
TOTAL ACTIVOS	47.490.229
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas x pagar o acreedores	0
Cesantias por pagar	0
intereses a las cesantias x pagar	0
Impuesto de renta por pagar	0
IVA / INC x pagar	0
ICA x pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones financieras	0
leasing financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0
TOTAL PASIVOS	0
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL	47.490.229
Utilidad Acomulada	0
Reserva Legal Acomulada	0
TOTAL PATRIMONIO	47.490.229
PASIVO + PATRIMONIO	47.490.229

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Estado de la situación financiera con financiación en pesos

ESTADO DE LA SITUACION FINANCIERA INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
caja bancos	25.429.742
cuentas x cobrar o deudores	0
inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	25.429.742
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	4.630.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	7.900.000
(-) Depreciación Acomulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	12.530.000
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	9.530.487
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.530.487
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	22.060.487
TOTAL ACTIVOS	47.490.229
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Cuentas x pagar o acreedores	0
Cesantias por pagar	0
intereses a las cesantias x pagar	0
Impuesto de renta por pagar	0
IVA / INC x pagar	0
ICA x pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones financieras	4.749.023
leasing financiero	
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	4.749.023
TOTAL PASIVOS	4.749.023
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL	42.741.206
Utilidad Acomulada	0
Reserva Legal Acomulada	0
TOTAL PATRIMONIO	42.741.206
PASIVO + PATRIMONIO	47.490.229

Fuente: Elaboración propia

5.2 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO EN PESOS

Tabla 5. Amortización del préstamo en pesos

		AMORTIZACIÓN EN PESOS				
		Nº DE CUENTA	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
VALOR PRÉSTAMO	4.749.023	0				4.749.023
TEA (%)	21,80%	1	144.221	78.691	65.530	4.683.493
TASA NOMINAL MES (%)	19,88%	2	144.221	77.605	66.616	4.616.877
TASA MENSUAL (%)	1,66%	3	144.221	76.501	67.720	4.549.158
MESES DEL AÑO	12	4	144.221	75.379	68.842	4.480.316
NUMERO DE CUOTAS	48	5	144.221	74.239	69.982	4.410.334
		6	144.221	73.079	71.142	4.339.192
		7	144.221	71.900	72.321	4.266.871
		8	144.221	70.702	73.519	4.193.352
		9	144.221	69.484	74.737	4.118.615
		10	144.221	68.245	75.976	4.042.639
		11	144.221	66.986	77.235	3.965.404
		12	144.221	65.707	78.514	3.886.890
		13	144.221	64.406	79.815	3.807.074
		14	144.221	63.083	81.138	3.725.936
		15	144.221	61.739	82.482	3.643.454
		16	144.221	60.372	83.849	3.559.605
		17	144.221	58.983	85.239	3.474.366
		18	144.221	57.570	86.651	3.387.715
		19	144.221	56.134	88.087	3.299.629
		20	144.221	54.675	89.546	3.210.082
		21	144.221	53.191	91.030	3.119.052
		22	144.221	51.683	92.538	3.026.514
		23	144.221	50.149	94.072	2.932.442
		24	144.221	48.590	95.631	2.836.812
		25	144.221	47.006	97.215	2.739.596
		26	144.221	45.395	98.826	2.640.770
		27	144.221	43.757	100.464	2.540.307
		28	144.221	42.093	102.128	2.438.179
		29	144.221	40.401	103.821	2.334.358
		30	144.221	38.680	105.541	2.228.817
		31	144.221	36.931	107.290	2.121.528
		32	144.221	35.154	109.067	2.012.460
		33	144.221	33.346	110.875	1.901.586
		34	144.221	31.509	112.712	1.788.874
		35	144.221	29.642	114.579	1.674.294
		36	144.221	27.743	116.478	1.557.816
		37	144.221	25.813	118.408	1.439.408
		38	144.221	23.851	120.370	1.319.038
		39	144.221	21.856	122.365	1.196.673
		40	144.221	19.829	124.392	1.072.281
		41	144.221	17.768	126.453	945.828
		42	144.221	15.672	128.549	817.279
		43	144.221	13.542	130.679	686.600
		44	144.221	11.377	132.844	553.756
		45	144.221	9.176	135.045	418.711
		46	144.221	6.938	137.283	281.428
		47	144.221	4.663	139.558	141.870
		48	144.221	2.351	141.870	0
		49	144.221	0	144.221	(144.221)
		50	144.221	(2.390)	146.611	(290.832)
		51	144.221	(4.819)	149.040	(439.872)
		52	144.221	(7.289)	151.510	(591.382)
		53	144.221	(9.799)	154.020	(745.402)
		54	144.221	(12.351)	156.572	(901.974)
		55	144.221	(14.946)	159.167	(1.061.141)
		56	144.221	(17.583)	161.804	(1.222.945)
		57	144.221	(20.264)	164.485	(1.387.430)
		58	144.221	(22.990)	167.211	(1.554.641)
		59	144.221	(25.760)	169.981	(1.724.622)
		60	144.221	(28.577)	172.798	(1.897.420)
				2.006.819	6.646.443	

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
INTERES	868.519	680.574	451.657	172.836	(166.768)	2.006.819
AMORTIZACIÓN	862.133	1.050.078	1.278.995	1.557.816	1.897.420	6.646.443
	1.730.652	1.730.652	1.730.652	1.730.652	1.730.652	

Fuente: Elaboración propia.

La casa de Eventos Orquídea Dorada solicitará un préstamo bancario en caso que los socios no puedan tener el total de la inversión, por valor de \$3.976.624 que constituye el 10% de la inversión total.

5.3 LEASING FINANCIERO EN PESOS

El leasing financiero es un contrato de arrendamiento de activos fijos, excepto muebles y enseres a un periodo determinado, al culminar dicho tiempo existe la opción de comprar o devolver el activo.

Tabla 6. Leasing financiero en pesos

LEASING FINANCIERO EN PESOS		N° DE CUENTA	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
VALOR ACTIVO	7.200.000	0				7.200.000
% OPCION DE COMPRA	10,00%	1	186.662	85.846	100.816	7.099.184
VALOR OPCION DE COMPRA	720.000	2	186.662	84.644	102.018	6.997.166
DTE (%)	5,10%	3	186.662	83.427	103.234	6.893.932
SPREAD (%)	9,69%	4	186.662	82.197	104.465	6.789.467
TEA (%)	15,28%	5	186.662	80.951	105.711	6.683.756
TASA NOMINAL MES (%)	14,31%	6	186.662	79.691	106.971	6.576.785
TASA MENSUAL (%)	1,19%	7	186.662	78.415	108.247	6.468.538
MESES DEL AÑO	12	8	186.662	77.125	109.537	6.359.001
NUMERO DE CUOTAS	48	9	186.662	75.819	110.843	6.248.158
VP DE LA OPCION DE COMPRA	407.618	10	186.662	74.497	112.165	6.135.993
VALOR PARA CALCULO CUOTA	6.792.382	11	186.662	73.160	113.502	6.022.491
		12	186.662	71.806	114.855	5.907.635
		13	186.662	70.437	116.225	5.791.410
		14	186.662	69.051	117.611	5.673.800
		15	186.662	67.649	119.013	5.554.787
		16	186.662	66.230	120.432	5.434.355
		17	186.662	64.794	121.868	5.312.487
		18	186.662	63.341	123.321	5.189.166
		19	186.662	61.871	124.791	5.064.375
		20	186.662	60.383	126.279	4.938.096
		21	186.662	58.877	127.785	4.810.312
		22	186.662	57.353	129.308	4.681.003
		23	186.662	55.812	130.850	4.550.153
		24	186.662	54.252	132.410	4.417.743
		25	186.662	52.673	133.989	4.283.754
		26	186.662	51.075	135.586	4.148.168
		27	186.662	49.459	137.203	4.010.965
		28	186.662	47.823	138.839	3.872.126
		29	186.662	46.167	140.494	3.731.632
		30	186.662	44.492	142.169	3.589.462
		31	186.662	42.797	143.864	3.445.598
		32	186.662	41.082	145.580	3.300.018
		33	186.662	39.346	147.316	3.152.702
		34	186.662	37.590	149.072	3.003.630
		35	186.662	35.812	150.849	2.852.781
		36	186.662	34.014	152.648	2.700.133
		37	186.662	32.194	154.468	2.545.665
		38	186.662	30.352	156.310	2.389.355
		39	186.662	28.488	158.173	2.231.182
		40	186.662	26.602	160.059	2.071.123
		41	186.662	24.694	161.968	1.909.155
		42	186.662	22.763	163.899	1.745.256
		43	186.662	20.809	165.853	1.579.403
		44	186.662	18.831	167.830	1.411.572
		45	186.662	16.830	169.832	1.241.741
		46	186.662	14.805	171.856	1.069.884
		47	186.662	12.756	173.905	895.979
		48	186.662	10.683	175.979	720.000
				2.479.764	6.480.000	

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	
INTERES	947.576	750.049	522.331	259.808	2.479.764
AMORTIZACIÓN	1.292.365	1.489.892	1.717.610	1.980.133	6.480.000
	2.239.941	2.239.941	2.239.941	2.239.941	

Fuente: Elaboración propia

5.4 PARÁMETROS GENERALES

Se determinaron todos los indicadores de mayor relevancia para la ORQUÍDEA DORADA S.A.S

5.4.1 Parámetros económicos. Los parámetros económicos son indicadores financieros que regulan el incremento de la inflación, unidades a vender en el mercado, incremento en costo y productos. Además, mide el porcentaje a pagar de impuesto por ley como es el IVA del 19%, impuesto de renta del 34%, reserva legal 10%. Estas proyecciones macroeconómicas son suministradas por Bancolombia.

Tabla 7. Parámetros económicos

PARAMETROS	
ITEM	AÑO1
IPC (%)	3,40%
TRM (\$/us\$)	2.960,00
VARIACIÓN TRM (%)	(0,01)
INCREMENTO % EN PRECIOS	3,40%
INCREMENTO % EN COSTOS	3,40%
INCREMENTO % EN UNIDADES	2,12%
IMPUESTO DE RENTA (%)	34,00%
IVA (%)	19,00%
INC (%)	0,00%
ICA (TARIFA X MIL)	0,0033
RESERVA LEGAL (%)	10,00%
TRM AÑO 2017 (%)	2.984,00
DESCUENTO (%)	1,00%

Fuente: Elaboración propia.

5.4.2 Parámetros laborales. Los parámetros labores nos enseñan el salario mínimo mensual vigente con su auxilio de transporte y parafiscales que paga la empresa.

Tabla 8. Parámetros laborales

PARAMETROS LABORALES	
SMMLV (\$)	807.804
AUXILIO DE TRASPORTE (\$)	91.651
CESANTIAS (%)	8,33%
INTERESES A LAS CESANTIAS (%)	1,00%
PRIMAS	8,33%
VACACIONES	4,17%
SALUD (%)	0,00%
PENSIONES (%)	12,00%
ARL (%)	0,5226%
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	4,00%
ICBF (%)	0,00%
SENA	0,00%

Fuente: Elaboración propia.

Aquí se determinan los pagos y porcentajes correspondientes a la nómina del personal de la ORQUÍDEA DORADA S.A.S en cuento a parafiscales, salario, auxilio de transporte, vacaciones, primas y demás que la ley contiene en el código sustantivo de trabajo.

Tabla 9. Cargos y salarios

CARGOS Y SALARIOS	
ADMINISTRACIÓN	
GERENCIA	2.585.000
SECRETARIA	845.000
AUXILIAR CONTABLE	807.804
RR. HH	1.000.000
PERSONAL CON AUXILIO	3
MARKETING	
DIRECTOR COMERCIAL	900,000
DIRECTOR DE LOGISTICA	900,000
ENCARGADO COCINA+ MESERO 3	807.804
PERSONAL DE DECORACIÓN	807.804
PERSONAL CON AUXILIO	2

Fuente: Elaboración propia.

5.4.3 Parámetros de recaudos y pagos. La empresa tiene un sistema de pago a crédito a 30 días para los diferentes servicios del portafolio a ofrecer en el mercado, por eso sus recaudos y pagos de cuentas a proveedores van hacer de pago a crédito a 30 días.

Tabla 10. Parámetros recaudos y pagos

RECAUDOS		PAGOS	
CONTADO	80,00%	CONTADO	80,00%
CREDITO	20,00%	CREDITO	20,00%
PLAZO DE (DIAS)	30	PLAZO DE (DIAS)	30

Fuente: Elaboración propia

5.4.4 Parámetros de gastos. Los gastos de administración se constituyen de arriendo, servicios públicos domiciliarios y servicio de teléfono e internet.

Tabla 11. Parámetro de gasto

PARÁMETROS DE GASTOS			
ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL AJUSTADO
ADMINISTRACIÓN			
Arriendo	1	850.000	878.900
Servicios Públicos	1	450.000	465.300
Servicios De Gas	1	80.000	82.720
Servicio Telefonico	3	45.000	139.590
Servicios Celulares	1	70.000	72.380
Honorarios Contador	1	350.000	361.900
Temporales encargadas de realizar pruebas tecnicas y exámenes medicos	1	450.000	465.300
Servicio De Internet	1	70.000	72.380
Servicio De Vigilancia	1	1.000.000	1.034.000
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA			
Azucar (libras)	5	4.000	20.680
sal	1	2.000	2.068
Café	5	2.600	13.442
Mezcladores	1	4.000	4.136
Vasos Desechables	1	3.000	3.102
Platos Desechables	1	3.000	3.102
Jabón azul	3	4.000	12.408
Limpiones	3	1.500	4.653
Jabón De Manos liquido	1	5.000	5.170
Ambientadores	2	6.000	12.408
Detergente ariel	1	12.000	12.408
Limpia bridios	1	17.900	18.509
Limpiador desengrasante para cocina	1	24.000	24.816
Basos	1	3.000	3.102
Cubiertos	1	5.000	5.170
Papel Higienico	2	12.000	24.816
Limpido	1	5.000	5.170
jabon liquido para la losa	1	5.000	5.170
Esponjas	2	2.500	5.170
Guantes de aseo	1	6.000	6.204
Bomba Para Baño	1	6.000	6.204
Cepillo baño	1	5.000	5.170
Escoba	1	5.000	5.170
Trapiador	1	6.000	6.204
recogedor	1	5.000	5.170
TOTAL IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA			68.912
ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERIA			
Resma De Papel Tamaño Carta	4	10.000	41.360
Resma De Papel Tamaño Oficio	4	12.000	49.632
Lapiceros	2	7.000	14.476
Lapiz	2	5.000	10.340
portamina	2	6.000	12.408
Minas	4	2.000	8.272
Borrador	2	3.00	6.204
Marcadores	2	23.400	48.391
Clips	2	3.000	6.204
Ganchos Cosedora	2	10.000	20.680
Cartuchos Impresora	2	45.000	93.060
Legajadores	3	25.000	77.550
Carpetas	3	10.000	31.020
Perforadora	1	18.000	18.612
Cocedora	1	15.000	15.510
Ganchos Cosedora	1	8.000	8.272
Banadas de caucho	1	5.000	5.170
Calculadoras	3	10.000	31.020
Sacaganchos	2	4.000	8.272
Colbon	1	4.000	4.136
Cinta trasparante	3	2.000	6.204
Corrector	2	2.500	5.170
Libretas	3	5.000	15.510
Separadores Neón	2	4.000	8.272
Tijeras	2	2.500	5.170
Almohadillas para sello	3	7.000	21.714
TOTAL ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERIA			382.563
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			4.023.945
GASTOS DE VENTAS			
Portafolio de servicios	2	900.000	1.861.200
Tarjetas	1000	50.000	51.700
Pendones	1	70.000	72.380
Gastos De Representacion De Servicios	1	4.000	4.136
pago de aplicación móvil app	1	400.000	413.600
TOTAL GASTOS VENTAS			2.403.016
TOTAL GASTOS			6.426.961

Fuente: Elaboración propia.

5.4.5 Parámetros registro mercantil. este permite a los empresarios ejercer cualquier actividad comerciante; acreditar su calidad de comerciante y permite tener acceso información clave de los posibles clientes y proveedores.

Tabla 12. Parámetros registro mercantil

REGISTRO MERCANTIL	
LIMITE INFERIOR	109.373.880
LIMITE SUPERIOR	123.436.236
PROMEDIO	116.405.058
% A APLICAR	0,69%
VALOR A PAGAR	806.000

Fuente: Elaboración propia.

5.5 GASTOS EN PESOS

Se hizo el cálculo de los gastos generales en peso de la actividad administración que genera gastos como los insumos de papelería, implementos de aseo y cafetería y honorarios de contador con un total al año 1 de \$ 382,563 estos valores según el incremento de la inflación o IPC que mide el crecimiento de vida de los colombianos y la tasa de mercado, va a incrementar año tras año, según las variables macroeconómicas del mercado en el producto interno bruto PIB.

Tabla 13. Gastos en pesos

GASTOS EN PESOS													
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1
ADMINISTRACIÓN													
Arriendo	878.900	878.900	878.900	878.900	878.900	878.900	878.900	878.900	878.900	878.900	878.900	878.900	10.546.800
Servicios Publicos	139.590	139.590	139.590	139.590	139.590	139.590	139.590	139.590	139.590	139.590	139.590	139.590	1.675.080
Servicios De Gas	24.816	24.816	24.816	24.816	24.816	24.816	24.816	24.816	24.816	24.816	24.816	24.816	297.792
Servicio Telefonico	41.877	41.877	41.877	41.877	41.877	41.877	41.877	41.877	41.877	41.877	41.877	41.877	502.524
Servicios Celulares	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	260.568
Servicio De Internet	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	260.568
Servicio De Vigilancia	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	21.714	260.568
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA	68.912	68.912	68.912	68.912	68.912	68.912	68.912	68.912	68.912	68.912	68.912	68.912	826.942
ÚTILES DE OFICINA Y PAPELERIA	382.563	382.563	382.563	382.563	382.563	382.563	382.563	382.563	382.563	382.563	382.563	382.563	4.590.761
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	19.221.604
VENTAS													
Portafolio de servicios	1.861.200	1.861.200	1.861.200	1.861.200	1.861.200	1.861.200	1.861.200	1.861.200	1.861.200	1.861.200	1.861.200	1.861.200	22.334.400
Tarjetas	51.700	51.700	51.700	51.700	51.700	51.700	51.700	51.700	51.700	51.700	51.700	51.700	620.400
Pendones	72.380	72.380	72.380	72.380	72.380	72.380	72.380	72.380	72.380	72.380	72.380	72.380	868.560
Gastos De Representacion De Servicios	4.136	4.136	4.136	4.136	4.136	4.136	4.136	4.136	4.136	4.136	4.136	4.136	49.632
pago de aplicación móvil app	413.600												413.600
TOTAL GASTOS VENTAS	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	23.872.992
GASTOS DEPRECIACIÓN	342.500	342.500	342.500	342.500	342.500	342.500	342.500	342.500	342.500	342.500	342.500	342.500	4.110.000
GASTOS DIFERIDOS	581.861	581.861	581.861	581.861	581.861	581.861	581.861	581.861	581.861	581.861	581.861	581.861	6.982.337
GASTOS AL ESTADO DEL RESULTADOS	4.515.578	4.515.578	4.515.578	4.515.578	4.515.578	4.515.578	4.515.578	4.515.578	4.515.578	4.515.578	4.515.578	4.515.578	54.186.933
GASTOS AL FLUJO DE CAJA	3.591.216	3.591.216	3.591.216	3.591.216	3.591.216	3.591.216	3.591.216	3.591.216	3.591.216	3.591.216	3.591.216	3.591.216	43.094.596

Fuente: Elaboración propia

5.6 NÓMINA DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS EN PESOS

La nómina administrativa se compone de tres empleados, se toman los valores calculados en las tablas de parámetros labores, cargos y salarios; proyectando los rubros del salario básico, auxilio de transporte, deducciones de la seguridad social, parafiscales y provisiones de las prestaciones sociales. La determinación de los ítems anteriores permite que se realice una proyección y estimación de la nómina mensual y anual por cinco a años.

Tabla 14. Nómina de administración en pesos

NOMINA ADMINISTRACION EN PESOS													
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1
GERENCIA	2.585.000	2.585.000	2.585.000	2.585.000	2.585.000	2.585.000	2.585.000	2.585.000	2.585.000	2.585.000	2.585.000	2.585.000	31.020.000
SECRETARIA	845.000	845.000	845.000	845.000	845.000	845.000	845.000	845.000	845.000	845.000	845.000	845.000	10.140.000
AUXILIAR CONTABLE	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	9.693.651
RR. HH	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	12.000.000
TOTAL	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	50.853.651
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS													
PERSONAL CON AUXILIO	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
SALARIOS	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	50.853.651
AUXILIO DE TRASPORTE (\$)	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	3.299.444
CESANTIAS (%)	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	4.512.758
INTERESES A LAS CESANTIAS (%)	45.128	45.128	45.128	45.128	45.128	45.128	45.128	45.128	45.128	45.128	45.128	45.128	541.531
PRIMAS	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	376.063	4.512.758
VACACIONES	176.572	176.572	176.572	176.572	176.572	176.572	176.572	176.572	176.572	176.572	176.572	176.572	2.118.868
SALUD (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSIONES (%)	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	6.102.438
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	2.034.146
ICBF (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARL (%)	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	265.761
TOTAL	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	74.241.355
DATOS AL FLUJO DE CAJA													
SALARIOS	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	4.237.804	50.853.651
AUXILIO DE TRASPORTE (\$)	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	3.299.444
CESANTIAS (%)													0
INTERESES A LAS CESANTIAS (%)													0
PRIMAS						2.256.379						2.256.379	4.512.758
VACACIONES												2.118.868	2.118.868
SALUD (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSIONES (%)	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	508.537	6.102.438
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	169.512	2.034.146
ICBF (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARL (%)	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	22.147	265.761
TOTAL	5.212.953	5.212.953	5.212.953	5.212.953	5.212.953	7.469.332	5.212.953	5.212.953	5.212.953	5.212.953	5.212.953	5.212.953	9.588.201

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Nómina de operativa en pesos

NOMINA DE MARKETING EN PESOS													
CARGOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1
DIRECTOR COMERCIAL	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	10.800.000
DIRECTOR DE LOGISTICA	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	10.800.000
ENCARGADO COCINA	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	9.693.651
PERSONAL DE DECORACIÓN	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	807.804	9.693.651
TOTAL	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	31.293.651
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS													
PERSONAL CON AUXILIO	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
SALARIOS	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	31.293.651
AUXILIO DE TRANSPORTE (\$)	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	3.299.444
CESANTIAS (%)	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	2.882.758
INTERESES A LAS CESANTIAS (%)	28.828	28.828	28.828	28.828	28.828	28.828	28.828	28.828	28.828	28.828	28.828	28.828	345.931
PRIMAS	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	240.230	2.882.758
VACACIONES	108.657	108.657	108.657	108.657	108.657	108.657	108.657	108.657	108.657	108.657	108.657	108.657	1.303.881
SALUD (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSIONES (%)	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	3.755.238
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	1.251.746
ICBF (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARL (%)	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	163.541
TOTAL	3.931.583	3.931.583	3.931.583	3.931.583	3.931.583	3.931.583	3.931.583	3.931.583	3.931.583	3.931.583	3.931.583	3.931.583	47.178.948
DATOS AL FLUJO DE CAJA													
SALARIOS	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	2.607.804	31.293.651
AUXILIO DE TRANSPORTE (\$)	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	274.954	3.299.444
CESANTIAS (%)													0
INTERESES A LAS CESANTIAS (%)													0
PRIMAS						1.441.379						1.441.379	2.882.758
VACACIONES												1.303.881	1.303.881
SALUD (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSIONES (%)	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	312.937	3.755.238
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	104.312	1.251.746
ICBF (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARL (%)	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	13.628	163.541
TOTAL	3.313.635	3.313.635	3.313.635	3.313.635	3.313.635	4.755.014	3.313.635	3.313.635	3.313.635	3.313.635	3.313.635	6.058.895	43.950.259

Fuente: Elaboración propia.

5.7 COSTO DE LOS SERVICIOS EN PESOS

Se hizo el cálculo de todos los productos y servicios que se van a ofrecer en la empresa la **orquídea dorada**.

Tabla 16. Costos por servicios

MATRIMONIOS DE 1 A 100 PERSONAS			
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SILLAS	100	28,350	2.835,000
MESAS	25	54,000	1.350,000
CENA	102	450,000	45.900
BEBIDAS GASEOSA	20	80,000	1.600,000
LICOR	18	400,000	7.200,000
TORTA	2	240,000	480,000
PLATOS	102	45,000	4.590,000
CUBIERTOS	102	45,000	4.590,000
AREGLOS FLORALES	25	200,000	5.000,000
DECORACIÓN TEMATICA	120	290,000	34.800,000
MANTEL	25	40,000	1.000,000
LUCES	1	70,000	70,000
MESEROS	2	80,000	160,000
FUENTE DE CHOCOLATE	2	25,000	50,000
TARJETAS DE INVITACIÓN	100	120,000	12.000,000
SHWS EN VIVO DE BAILARINES HORA LOKA	2	80,000	160,000
ALQUILER SALON EVENTO	1	600,000	600,000
COSTO UNITARIO			5.716.785
MANO DE OBRA			28.873
COSTOS FIJOS INDIRECTOS			5.428
COSTOS UNITARIO TOTAL			5.751.087

MATRIMONIOS DE 101 A 200 PERSONAS			
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SILLAS	101	30,000	3.030,000
MESAS	40	60,000	2.400,000
CENA	200	500,000	100.000
BEBIDAS GASEOSA	40	100,000	4.000,000
LICOR	30	450,000	13.500,000
TORTA	3	300,000	900,000
PLATOS	200	60,000	12.000,000
CUBIERTOS	200	60,000	12.000,000
AREGLOS FLORALES	35	200,000	7.000,000
DECORACIÓN TEMÁTICA	130	290,000	37.700,000
MANTEL	40	40,000	1.600,000
LUCES	2	80,000	160,000
MESEROS	3	80,000	240,000
FUENTE DE CHOCOLATE	2	50,000	100,000
TARJETAS DE INVITACIÓN	100	150,000	15.000,000
SHWS EN VIVO DE BAILARINES HORA LOKA	4	80,000	320,000
ALQUILER SALON EVENTO	1	600,000	600,000
COSTO UNITARIO			7.802.950
MANO DE OBRA			28.873
COSTOS FIJOS INDIRECTOS			5.428
COSTOS UNITARIO TOTAL			7.837.252

MATRIMONIOS DE 201 A 300 PERSONAS			
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SILLAS	300	40,000	12.000,000
MESAS	50	70,000	3.500,000
CENA	300	600,000	180.000
BEBIDAS GASEOSA	50	120,000	6.000,000
LICOR	40	500,000	20.000,000
TORTA	4	350,000	1.400,000
PLATOS	300	75,000	22.500,000
CUBIERTOS	300	75,000	22.500,000
AREGLOS FLORALES	40	280,000	11.200,000
DECORACIÓN TEMÁTICA	140	290,000	40.600,000
MANTEL	50	40,000	2.000,000
LUCES	3	80,000	240,000
MESEROS	4	80,000	320,000
FUENTE DE CHOCOLATE	3	50,000	150,000
TARJETAS DE INVITACIÓN	300	150,000	45.000,000
SHWS EN VIVO DE BAILARINES HORA LOKA	4	80,000	320,000
ALQUILER SALON EVENTO	1	600,000	600,000
COSTO UNITARIO			12.156.530
MANO DE OBRA			28.873
COSTOS FIJOS INDIRECTOS			5.428
COSTOS UNITARIO TOTAL			12.190.832

CUMPLEAÑOS DE 1 A 100 PERSONAS			
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SILLAS	100	25,000	2.500,000
COMBO MINITEK	1	120,000	120,000
MESAS	25	200,000	5.000
CENA	101	300,000	30.300,000
BEBIDAS GASEOSA	20	300,000	6.000,000
LICOR	18	150,000	2.700,000
TORTA	2	150,000	300,000
PLATOS	101	30,000	3.030,000
CUBIERTOS	101	30.000	3.030.000
ARREGLOS FLORALES PARA TODO TIPO DE OCACIÓN	80	250,000	20.000,000
DECORACIÓN TEMATICA	15	30,000	450,000
MANTEL	12	50,000	600,000
LUCES	2	70,000	140,000
MESEROS	2	90,000	180,000
FUENTE DE CHOCOLATE	2	120,000	240,000
TARJETAS DE INVITACIÓN	100	80,000	8.000,000
SHWS EN VIVO DE BAILARINES HORA LOKA	2	120,000	240,000
ALQUILER SALON EVENTO	1	600.000	600.000
COSTO UNITARIO			3.709.800
MANO DE OBRA			28.873
COSTOS FIJOS INDIRECTOS			5.428
COSTOS UNITARIO TOTAL			3.744.102

CUMPLEAÑOS DE 101 A 200 PERSONAS			
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SILLAS	200	35,000	7.000,000
COMBO MINITEK	1	120,000	120,000
MESAS	28	220,000	6.160
CENA	200	310,000	62.000,000
BEBIDAS GASEOSA	25	320,000	8.000,000
LICOR	25	180,000	4.500,000
TORTA	3	250,000	750,000
PLATOS	200	30,000	6.000,000
CUBIERTOS	200	30.000	6.000.000
AREGLS FLORALES PARA TODO TIPO DE OCACIÓN	70	250,000	17.500,000
DECORACIÓN TEMATICA	1	30,000	30,000
MANTEL	20	50,000	1.000,000
LUCES	2	70,000	140,000
MESEROS	3	135,000	405,000
FUENTE DE CHOCOLATE	3	60,000	180,000
TARJETAS DE INVITACIÓN	200	80,000	16.000,000
SHWS EN VIVO DE BAILARINES HORA LOKA	3	135,000	405,000
ALQUILER SALON EVENTO	1	600.000	600.000
COSTO UNITARIO			6.730.190
MANO DE OBRA			28.873
COSTOS FIJOS INDIRECTOS			5.428
COSTOS UNITARIO TOTAL			6.764.492

CUMPLEAÑOS DE 201 A 300 PERSONAS			
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SILLAS	300	35,000	10.500,000
COMBO MINITEK	1	120,000	120,000
MESAS	28	220,000	6.160
CENA	300	310,000	93.000,000
BEBIDAS GASEOSA	25	320,000	8.000,000
LICOR	25	180,000	4.500,000
TORTA	4	250,000	1.000,000
PLATOS	300	30,000	9.000,000
CUBIERTOS	300	30,000	9.000,000
AREGLOS FLORALES PARA TODO TIPO DE OCACIÓN	70	250,000	17.500,000
DECORACIÓN TEMATICA	1	30,000	30,000
MANTEL	20	50,000	1.000,000
LUCES	3	70,000	210,000
MESEROS	3	135,000	405,000
FUENTE DE CHOCOLATE	3	60,000	180,000
TARJETAS DE INVITACIÓN	200	80,000	16.000,000
SHWS EN VIVO DE BAILARINES HORA LOKA	3	135,000	405,000
COSTO UNITARIO			9.168.010
MANO DE OBRA			24.061
COSTOS FIJOS INDIRECTOS			4.524
COSTOS UNITARIO TOTAL			9.196.595

Fuente: Elaboración propia.

5.8 DEMANDA

Con la demanda se puede observar el mercado potencial atender de hogares, además del mercado objetivo. Que tiene la empresa orquídea dorada.

Tabla 17. Demanda

MERCADO POTENCIAL (HOGARES)	525.000	
% INTERESADOS	70,00%	
MERCADO OBJETIVO	367.500	
FRECUENCIA COMPRA	1	
CANTIDAD DE EVENTOS SOLICITADOS	1	
POTENCIAL COMPRA	367.500	
PARTICIPACION %	0,16%	
MERCADO ATENDER ANUAL	600	
MESES AÑO	12	
MERCADO ATENDER MENSUAL	50	
MATRIMONIO DE 1 A 100 PERSONAS	15,00%	8
MATRIMONIO DE 101 A 200 PERSONAS	20,00%	10
MATRIMONIO DE 201 A 300 PERSONAS	15,00%	8
CUMPLEAÑOS DE 1 A 100 PERSONAS	25,00%	13
CUMPLEAÑOS DE 101 A 200 PERSONAS	15,00%	8
CUMPLEAÑOS DE 201 A 300 PERSONAS	10,00%	5
	100,00%	50

5.9 VENTAS Y COSTOS EN PESOS

Se hizo la proyección de ventas y costos a 5 años que costara cada producto por unidad, cuál sería el precio de venta, los costos unitarios los cuales se hacen las ventas totales y costo unitario sin CIF y sin MDO.

Tabla 18. Ventas y costos en pesos

VENTAS Y COSTOS EN PESOS													
UNIDADES													
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1
MATRIMONIO DE 1 A 100 PERSONAS	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
MATRIMONIO DE 101 A 200 PERSONAS	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
MATRIMONIO DE 201 A 300 PERSONAS	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
CUMPLEAÑOS DE 1 A 100 PERSONAS	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
CUMPLEAÑOS DE 101 A 200 PERSONAS	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23
CUMPLEAÑOS DE 201 A 300 PERSONAS	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
TOTAL	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	191
PRECIO DE VENTA													
MATRIMONIO DE 1 A 100 PERSONAS	7.049.820	7.049.820	7.049.820	7.049.820	7.049.820	7.049.820	7.049.820	7.049.820	7.049.820	7.049.820	7.049.820	7.049.820	7.049.820
MATRIMONIO DE 101 A 200 PERSONAS	9.478.283	9.478.283	9.478.283	9.478.283	9.478.283	9.478.283	9.478.283	9.478.283	9.478.283	9.478.283	9.478.283	9.478.283	9.478.283
MATRIMONIO DE 201 A 300 PERSONAS	13.625.310	13.625.310	13.625.310	13.625.310	13.625.310	13.625.310	13.625.310	13.625.310	13.625.310	13.625.310	13.625.310	13.625.310	13.625.310
CUMPLEAÑOS DE 1 A 100 PERSONAS	4.125.811	4.125.811	4.125.811	4.125.811	4.125.811	4.125.811	4.125.811	4.125.811	4.125.811	4.125.811	4.125.811	4.125.811	4.125.811
CUMPLEAÑOS DE 101 A 200 PERSONAS	6.873.501	6.873.501	6.873.501	6.873.501	6.873.501	6.873.501	6.873.501	6.873.501	6.873.501	6.873.501	6.873.501	6.873.501	6.873.501
CUMPLEAÑOS DE 201 A 300 PERSONAS	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431
COSTO UNITARIO													
MATRIMONIO DE 1 A 100 PERSONAS	5.800.845	5.800.845	5.800.845	5.800.845	5.800.845	5.800.845	5.800.845	5.800.845	5.800.845	5.800.845	5.800.845	5.800.845	5.800.845
MATRIMONIO DE 101 A 200 PERSONAS	7.887.010	7.887.010	7.887.010	7.887.010	7.887.010	7.887.010	7.887.010	7.887.010	7.887.010	7.887.010	7.887.010	7.887.010	7.887.010
MATRIMONIO DE 201 A 300 PERSONAS	12.240.590	12.240.590	12.240.590	12.240.590	12.240.590	12.240.590	12.240.590	12.240.590	12.240.590	12.240.590	12.240.590	12.240.590	12.240.590
CUMPLEAÑOS DE 1 A 100 PERSONAS	3.793.860	3.793.860	3.793.860	3.793.860	3.793.860	3.793.860	3.793.860	3.793.860	3.793.860	3.793.860	3.793.860	3.793.860	3.793.860
CUMPLEAÑOS DE 101 A 200 PERSONAS	6.814.250	6.814.250	6.814.250	6.814.250	6.814.250	6.814.250	6.814.250	6.814.250	6.814.250	6.814.250	6.814.250	6.814.250	6.814.250
CUMPLEAÑOS DE 201 A 300 PERSONAS	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070
VENTAS TOTALES													
MATRIMONIO DE 1 A 100 PERSONAS	21.149.459	21.149.459	21.149.459	21.149.459	21.149.459	21.149.459	21.149.459	21.149.459	21.149.459	21.149.459	21.149.459	21.149.459	253.793.508
MATRIMONIO DE 101 A 200 PERSONAS	18.956.565	18.956.565	18.956.565	18.956.565	18.956.565	18.956.565	18.956.565	18.956.565	18.956.565	18.956.565	18.956.565	18.956.565	227.478.780
MATRIMONIO DE 201 A 300 PERSONAS	40.875.931	40.875.931	40.875.931	40.875.931	40.875.931	40.875.931	40.875.931	40.875.931	40.875.931	40.875.931	40.875.931	40.875.931	490.511.170
CUMPLEAÑOS DE 1 A 100 PERSONAS	20.629.055	20.629.055	20.629.055	20.629.055	20.629.055	20.629.055	20.629.055	20.629.055	20.629.055	20.629.055	20.629.055	20.629.055	247.548.662
CUMPLEAÑOS DE 101 A 200 PERSONAS	12.887.815	12.887.815	12.887.815	12.887.815	12.887.815	12.887.815	12.887.815	12.887.815	12.887.815	12.887.815	12.887.815	12.887.815	154.653.778
CUMPLEAÑOS DE 201 A 300 PERSONAS	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	10.769.431	129.233.166
TOTAL	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	1.503.219.064
COSTOS TOTALES													
MATRIMONIO DE 1 A 100 PERSONAS	17.402.535	17.402.535	17.402.535	17.402.535	17.402.535	17.402.535	17.402.535	17.402.535	17.402.535	17.402.535	17.402.535	17.402.535	208.830.426
MATRIMONIO DE 101 A 200 PERSONAS	15.774.020	15.774.020	15.774.020	15.774.020	15.774.020	15.774.020	15.774.020	15.774.020	15.774.020	15.774.020	15.774.020	15.774.020	189.288.244
MATRIMONIO DE 201 A 300 PERSONAS	36.721.770	36.721.770	36.721.770	36.721.770	36.721.770	36.721.770	36.721.770	36.721.770	36.721.770	36.721.770	36.721.770	36.721.770	440.661.246
CUMPLEAÑOS DE 1 A 100 PERSONAS	18.969.301	18.969.301	18.969.301	18.969.301	18.969.301	18.969.301	18.969.301	18.969.301	18.969.301	18.969.301	18.969.301	18.969.301	227.631.610
CUMPLEAÑOS DE 101 A 200 PERSONAS	12.776.719	12.776.719	12.776.719	12.776.719	12.776.719	12.776.719	12.776.719	12.776.719	12.776.719	12.776.719	12.776.719	12.776.719	153.320.629
CUMPLEAÑOS DE 201 A 300 PERSONAS	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	9.852.070	118.224.842
TOTAL	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	1.337.956.959

Fuente: Elaboración propia

5.10 IVA, RECAUDOS Y PAGOS EN PESOS

Tabla 19. IVA, recaudos y pagos en pesos

IVA EN PESOS													
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1
IVA COBRADO	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	285.611.622
IVA PAGADO	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	251.169.272
IVA CAUSADO	2.870.196	2.870.196	2.870.196	2.870.196	2.870.196	2.870.196	2.870.196	2.870.196	2.870.196	2.870.196	2.870.196	2.870.196	34.442.351
IVA AL FLUJO DE CAJA					11.480.784				11.480.784				22.961.567
IVA AÑO SIGUIENTE													0
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	11.480.784	0	0	0	11.480.784	0	0	0	22.961.567
MESES AÑO	12												
IVA PAGADO POR AÑO MESES	8												
IVA POR PAGAR POR AÑO MES	4												
INC EN PESOS													
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1
INC COBRADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INC PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INC CAUSADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INC AL FLUJO DE CAJA			0			0			0		0		0
INC AÑO SIGUIENTE													0
INC TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MESES AÑO	12												
INC PAGADO POR AÑO MESES	10												
INC POR PAGAR POR AÑO MES	2												
RECAUDOS EN PESOS													
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1
CONTADO	100.214.604	100.214.604	100.214.604	100.214.604	100.214.604	100.214.604	100.214.604	100.214.604	100.214.604	100.214.604	100.214.604	100.214.604	1.202.575.251
CREDITO		25.053.651	25.053.651	25.053.651	25.053.651	25.053.651	25.053.651	25.053.651	25.053.651	25.053.651	25.053.651	25.053.651	275.590.162
TOTAL	100.214.604	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	1.478.165.413
MESE AÑO	12												
MESES RECAUDADOS	11												
PAGOS EN PESOS													
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1
CONTADO	88.129.569	88.129.569	88.129.569	88.129.569	88.129.569	88.129.569	88.129.569	88.129.569	88.129.569	88.129.569	88.129.569	88.129.569	1.057.554.828
CREDITO		22.032.392	22.032.392	22.032.392	22.032.392	22.032.392	22.032.392	22.032.392	22.032.392	22.032.392	22.032.392	22.032.392	242.356.315
TOTAL	88.129.569	110.161.961	110.161.961	110.161.961	110.161.961	110.161.961	110.161.961	110.161.961	110.161.961	110.161.961	110.161.961	110.161.961	1.299.911.143
MESE AÑO	12												
MESES RECAUDADOS	11												

Fuente: Elaboración propia.

5.11 ESTADO DE RESULTADOS SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio. (Castro, 2015, p. 3)

Este estado financiero te brinda una visión panorámica de cuál ha sido el comportamiento de la empresa, si ha generado utilidades o no. En términos sencillos es un reporte es muy útil para ti como empresario ya que te ayuda a saber si tu compañía está vendiendo, qué cantidad está vendiendo, cómo se están administrando los gastos y al saber esto, podrás saber con certeza si estás generando utilidades. (Castro, 2015, p. 4)

- **Componentes del estado de resultados**

Los elementos de un estado financiero se agrupan de la siguiente manera: ingresos, costos y gastos. En base a estos tres rubros principales se estructura el reporte.

- **Ventas:** *Este dato es el primero que aparece en el estado de resultados, debe corresponder a los ingresos por ventas en el periodo determinado.*
- **Costo de ventas:** *Este concepto se refiere a la cantidad que le costó a la empresa el artículo que está vendiendo.*
- **Utilidad o margen bruto:** *Es la diferencia entre las ventas y el costo de ventas. Es un indicador de cuánto se gana en términos brutos con el servicio, es decir, si no existiera ningún otro gasto, la comparativa del precio de venta contra lo que cuesta producirlo o adquirirlo según sea el caso.*

- **Gastos de operación:** *En este rubro se incluyen todos aquellos gastos que están directamente involucrados con el funcionamiento de la empresa. Algunos ejemplos son: los servicios como luz, agua, renta, salarios, etc.*
- **Depreciaciones y amortizaciones:** *Son importes que de manera anual se aplican para disminuir el valor contable a los bienes tangibles que la empresa utiliza para llevar a cabo sus operaciones (activos fijos), por ejemplo, el equipo de transporte de una empresa.*
- **Utilidad de operación:** *Se refiere a la diferencia que se obtiene al restar las depreciaciones y amortizaciones al EBITDA, indica la ganancia o pérdida de la empresa en función de sus actividades productivas.*
- **Gastos y productos financieros:** *Son los gastos e ingresos que la compañía tiene pero que no están relacionados de manera directa con la operación de la misma, por lo general se refiere montos relacionados con bancos como el pago de intereses.*
- **Utilidad antes de impuestos:** *Este concepto se refiere a la ganancia o pérdida de la empresa después de cubrir sus compromisos operacionales y financieros.*
- **Impuestos:** *Contribuciones sobre las utilidades que la empresa paga al gobierno.*
- **Utilidad neta:** *Es la ganancia o pérdida final que la empresa obtiene resultante de sus operaciones después de los gastos operativos, gastos financieros e impuestos. (Castro, 2015, p. 5)*
- **Objetivos del estado de resultados**

El estado de pérdidas y ganancias tiene objetivos muy puntuales cuando presenta la situación financiera de la compañía, el principal es medir el desempeño operativo de la empresa en un periodo determinado al relacionar los ingresos generados con los gastos en que se incurre para lograr ese objetivo. (Castro, 2015, p. 6)

Esta información que se obtiene es de mucha utilidad, sobre todo al analizarlo en conjunto con otros estados financieros básicos como el balance general y el estado de flujo de efectivo, de esta manera al evaluar el estado de resultados de tu empresa podrás:

- 1. Realizar una evaluación precisa de la rentabilidad de tu empresa, su capacidad de generar utilidades, de igual manera es importante para conocer de qué manera puedes optimizar tus recursos para maximizar tus utilidades.*
- 2. Medir el desempeño de la empresa, es decir, cuánto estás invirtiendo por cada peso que estás ganando.*
- 3. Obtener un mejor conocimiento para determinar la repartición de los dividendos ya que éstos dependen de las utilidades generadas durante el periodo.*
- 4. Estimar los flujos de efectivo al poder realizar proyecciones de las ventas de manera más precisa al utilizar el estado de resultados como base.*
- 5. Identificar en qué parte del proceso se están consumiendo más recursos económicos, esto lo puedes saber al analizar los márgenes en cada rubro. Esto te dará una perspectiva de la eficiencia de la empresa. (Castro, 2015, p. 7)*

Tabla 20. Estado de resultados sin financiación en pesos

ESTADO DE RESULTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS													
INGRESOS	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1
Ventas	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	1.503.219.064
Descuentos	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	15.032.191
Devoluciones													
VENTAS NETAS	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	1.488.186.873
COSTO MV	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	1.337.956.995
UTILIDAD BRUTA	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	150.229.878
EGRESOS													
Nomina	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	74.241.355
Gastos De Amnistracion	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	19.221.604
Gastos De Ventas	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	23.872.992
Gastos Depreciación	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	4.176.667
Gastos Diferidos	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	9.530.487
ICA	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	4.911.017
TOTAL EGRESOS	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	135.954.122
UTILIDAD OPERACIONAL	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	14.275.756
OTROS INGRESOS Y EGRESOS													
Gasto Financiero Prestamo													0
Gasto Financiero leasing													0
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	14.275.756
IMPUESTO DE RENTA	404.480	404.480	404.480	404.480	404.480	404.480	404.480	404.480	404.480	404.480	404.480	404.480	4.853.757
UTILIDAD NETA DESPUES DEL IMPUESTO	785.167	785.167	785.167	785.167	785.167	785.167	785.167	785.167	785.167	785.167	785.167	785.167	9.421.999
RESERVA LEGAL	78.517	78.517	78.517	78.517	78.517	78.517	78.517	78.517	78.517	78.517	78.517	78.517	942.200
UTILIDAD DEL EJERCICIO	706.650	706.650	706.650	706.650	706.650	706.650	706.650	706.650	706.650	706.650	706.650	706.650	8.479.799
UTILIDAD ACOMULADA													8.479.799
RESERVA ACOMULADA													942.200

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21. Estado de resultados con financiación en pesos

ESTADO DE RESULTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS													
INGRESOS	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1
Ventas	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	1.503.219.064
Descuentos	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	15.032.191
Devoluciones													
VENTAS NETAS	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	124.015.573	1.488.186.873
COSTO MV	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	1.337.956.995
UTILIDAD BRUTA	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	12.519.156	150.229.878
EGRESOS													
Nomina	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	6.186.780	74.241.355
Gastos De Administración	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	19.221.604
Gastos De Ventas	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	23.872.992
Gastos Depreciación	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	348.056	4.176.667
Gastos Diferidos	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	794.207	9.530.487
ICA	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	409.251	4.911.017
TOTAL EGRESOS	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	11.329.510	135.954.122
UTILIDAD OPERACIONAL	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	1.189.646	14.275.756
OTROS INGRESOS Y EGRESOS													
Gasto Financiero Prestamo	78.691	77.605	76.501	75.379	74.239	73.079	71.900	70.702	69.484	68.245	66.986	65.707	868.519
Gasto Financiero leasing													0
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	78.691	77.605	76.501	75.379	74.239	73.079	71.900	70.702	69.484	68.245	66.986	65.707	868.519
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	1.110.955	1.112.041	1.113.145	1.114.267	1.115.408	1.116.567	1.117.746	1.118.944	1.120.163	1.121.401	1.122.660	1.123.940	13.407.237
IMPUESTO DE RENTA	377.725	378.094	378.469	378.851	379.239	379.633	380.034	380.441	380.855	381.276	381.704	382.140	4.558.461
UTILIDAD NETA DESPUES DEL IMPUESTO	733.230	733.947	734.676	735.416	736.169	736.934	737.712	738.503	739.307	740.125	740.956	741.800	8.848.776
RESERVA LEGAL	73.323	73.395	73.468	73.542	73.617	73.693	73.771	73.850	73.931	74.012	74.096	74.180	884.878
UTILIDAD DEL EJERCICIO	659.907	660.552	661.208	661.875	662.552	663.241	663.941	664.653	665.377	666.112	666.860	667.620	7.963.899
UTILIDAD ACOMULADA													7.963.899
RESERVA ACOMULADA													884.878

Fuente: Elaboración propia.

5.12 FLUJO DE CAJA SIN Y CON FINANCIACIÓN

Este estado financiero permite conocer detalladamente el flujo de egresos e ingresos que tiene una empresa en un periodo dado, en esta empresa nos permite observar que egresos e ingresos se presentan durante la ejecución del proyecto.

El flujo de caja permite determinar variables:

TIR: Es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno. En el contexto de ahorro y préstamos a la TIR también se le conoce como la tasa de interés efectiva. El término interno se refiere al hecho de que su cálculo no incorpora factores externos (por ejemplo, la tasa de interés o la inflación)

VPN: “El Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión.”

Relación Beneficio/Costo: Relación Beneficio/Costo: Es la razón entre el valor presente de los ingresos sobre el valor presente de los egresos.

Se permite observar detalladamente el flujo de caja sin y con financiación de la empresa, en las siguientes tablas:

Tabla 22. Flujo de caja sin financiación en pesos

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN EN PESOS													
INGRESOS	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1
Recaudos	100.214.604	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	1.478.165.413
IVA COBRADO	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	285.611.622
TOTAL INGRESOS	124.015.573	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	1.763.777.035
EGRESOS													
Nomina	5.212.953	5.212.953	5.212.953	5.212.953	5.212.953	7.469.332	5.212.953	5.212.953	5.212.953	5.212.953	5.212.953	9.588.201	69.187.066
Gastos De Administración	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	19.221.604
Gastos De Ventas	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	23.872.992
IVA PAGADO	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	251.169.272
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	11.480.784	0	0	0	11.480.784	0	0	0	22.961.567
Seguros													0
Impuesto De Renta													0
ICA													0
Pagos	89.464.024	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	1.315.924.603
Descuentos	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	15.032.191
TOTAL EGRESOS	120.451.649	142.484.041	142.484.041	142.484.041	153.964.825	144.740.420	142.484.041	142.484.041	153.964.825	142.484.041	142.484.041	146.859.288	1.717.369.295
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	3.563.924	6.585.183	6.585.183	6.585.183	(4.895.601)	4.328.804	6.585.183	6.585.183	(4.895.601)	6.585.183	6.585.183	2.209.936	46.407.740
FLUJO DE CAJA FINANCIERO													
Gastos Financieros Prestamo													0
Armotización prestamo													0
Gastos Financieros Leasing													0
Armotización Leasing													0
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO	3.563.924	6.585.183	6.585.183	6.585.183	(4.895.601)	4.328.804	6.585.183	6.585.183	(4.895.601)	6.585.183	6.585.183	2.209.936	46.407.740
Saldo inicial de caja	25.429.742	28.993.666	35.578.848	42.164.031	48.749.214	43.853.613	48.182.417	54.767.599	61.352.782	56.457.181	63.042.364	69.627.547	25.429.742
SALDO FINAL DE CAJA	28.993.666	35.578.848	42.164.031	48.749.214	43.853.613	48.182.417	54.767.599	61.352.782	56.457.181	63.042.364	69.627.547	71.837.482	71.837.482

		AÑO 0	AÑO 1
		(47.490.229)	46.407.740
DTF(%)		4,42%	
SPREAD(%)		27,00%	
TEA (%)		32,61%	
VPN(\$)		32.585.604	
TIR(%)		71,49%	
B/C(VECES)		1,69	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23. Flujo de caja con financiación en pesos

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN EN PESOS													
INGRESOS	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1
Recaudos	100.214.604	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	125.268.255	1.478.165.413
IVA COBRADO	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	23.800.969	285.611.622
TOTAL INGRESOS	124.015.573	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	149.069.224	1.763.777.035
EGRESOS													
Nomina	5.212.953	5.212.953	5.212.953	5.212.953	5.212.953	7.469.332	5.212.953	5.212.953	5.212.953	5.212.953	5.212.953	9.588.201	69.187.066
Gastos De Administración	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	1.601.800	19.221.604
Gastos De Ventas	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	1.989.416	23.872.992
IVA PAGADO	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	20.930.773	251.169.272
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	11.480.784	0	0	0	11.480.784	0	0	0	22.961.567
Seguros													0
Impuesto De Renta													0
ICA													0
Pagos	89.464.024	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	111.496.416	1.315.924.603
Descuentos	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	1.252.683	15.032.191
TOTAL EGRESOS	120.451.649	142.484.041	142.484.041	142.484.041	153.964.825	144.740.420	142.484.041	142.484.041	153.964.825	142.484.041	142.484.041	146.859.288	1.717.369.295
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	3.563.924	6.585.183	6.585.183	6.585.183	(4.895.601)	4.328.804	6.585.183	6.585.183	(4.895.601)	6.585.183	6.585.183	2.209.936	46.407.740
FLUJO DE CAJA FINANCIERO													
Gastos Financieros Prestamo	78.691	77.605	76.501	75.379	74.239	73.079	71.900	70.702	69.484	68.245	66.986	65.707	868.519
Armotización préstamo	65.530	66.616	67.720	68.842	69.982	71.142	72.321	73.519	74.737	75.976	77.235	78.514	862.133
Gastos Financieros Leasing													0
Armotización Leasing													0
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	144.221	144.221	144.221	144.221	144.221	144.221	144.221	144.221	144.221	144.221	144.221	144.221	1.730.652
FLUJO DE CAJA NETO	3.419.703	6.440.962	6.440.962	6.440.962	(5.039.822)	4.184.583	6.440.962	6.440.962	(5.039.822)	6.440.962	6.440.962	2.065.714	44.677.088
Saldo inicial de caja	25.429.742	28.849.445	35.290.406	41.731.368	48.172.330	43.132.508	47.317.090	53.758.052	60.199.014	55.159.192	61.600.154	68.041.115	25.429.742
SALDO FINAL DE CAJA	28.849.445	35.290.406	41.731.368	48.172.330	43.132.508	47.317.090	53.758.052	60.199.014	55.159.192	61.600.154	68.041.115	70.106.830	70.106.830

		AÑO 0	AÑO 1
		(42.741.206)	44.677.088
DTF(%)	4,42%		
SPREAD(%)	27,00%		
TEA (%)	32,61%		
VPN(\$)	34.074.959		
TIR(%)	77,55%		
B/C(VECES)	1,80		

Fuente: Elaboración propia.

5.13 ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO SIN Y CON FINANCIACIÓN

Tabla 24. Estado de la situación financiera proyectado sin financiación

ESTADO DE LA SITUACION FINANCIERA PROYECTADO SIN FINANCIACION		
	ESF INICIAL	AÑO 1
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
caja bancos	25.429.742	71.837.482
cuentas x cobrar o deudores	0	25.053.651
inventarios	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	25.429.742	96.891.133
ACTIVOS NO CORRIENTES		
ACTIVOS FIJOS		
MUEBLES Y ENSERES	4.630.000	4.630.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	7.900.000	7.900.000
(-) Depreciación Acomulada	0	4.176.667
TOTAL ACTIVOS FIJOS	12.530.000	8.353.333
ACTIVOS DIFERIDOS		
Diferidos	9.530.487	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.530.487	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	22.060.487	8.353.333
TOTAL ACTIVOS	47.490.229	105.244.467
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		
Cuentas x pagar o acreedores	0	22.032.392
Cesantias por pagar	0	4.512.758
intereses a las cesantias x pagar	0	541.531
Impuesto de renta por pagar	0	4.853.757
IVA / INC x pagar	0	11.480.784
ICA x pagar	0	4.911.017
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	48.332.238
PASIVOS NO CORRIENTES		
Obligaciones financieras	0	
leasing financiero	0	
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0
TOTAL PASIVOS	0	48.332.238
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL	47.490.229	47.490.229
Utilidad Acomulada	0	8.479.799
Reserva Legal Acomulada	0	942.200
TOTAL PATRIMONIO	47.490.229	56.912.228
PASIVO + PATRIMONIO	47.490.229	105.244.467
	0	(0)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25. Estado de la situación financiera proyectado con financiación

ESTADO DE LA SITUACION FINANCIERA PROYECTADO C		
	ESF INICIAL	AÑO 1
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
caja bancos	25.429.742	70.106.830
cuentas x cobrar o deudores	0	25.053.651
inventarios	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	25.429.742	95.160.481
ACTIVOS NO CORRIENTES		
ACTIVOS FIJOS		
MUEBLES Y ENSERES	4.630.000	4.630.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	7.900.000	7.900.000
(-) Depreciación Acomulada	0	4.176.667
TOTAL ACTIVOS FIJOS	12.530.000	8.353.333
ACTIVOS DIFERIDOS		
Diferidos	9.530.487	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	9.530.487	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	22.060.487	8.353.333
TOTAL ACTIVOS	47.490.229	103.513.814
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		
Cuentas x pagar o acreedores	0	22.032.392
Cesantias por pagar	0	4.512.758
intereses a las cesantias x pagar	0	541.531
Impuesto de renta por pagar	0	4.558.461
IVA / INC x pagar	0	11.480.784
ICA x pagar	0	4.911.017
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	48.036.942
PASIVOS NO CORRIENTES		
Obligaciones financieras	4.749.023	3.886.890
leasing financiero	0	
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	4.749.023	3.886.890
TOTAL PASIVOS	4.749.023	51.923.832
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL	42.741.206	42.741.206
Utilidad Acomulada	0	7.963.899
Reserva Legal Acomulada	0	884.878
TOTAL PATRIMONIO	42.741.206	51.589.983
PASIVO + PATRIMONIO	47.490.229	103.513.814
	0	(0)

Fuente: Elaboración propia

5.14 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio proporciona una exactitud de venta de los servicios ofrecidos por la casa de eventos sociales Orquídea Dorada para que no genere pérdidas ni ganancias a sus socios.

Tabla 26. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES													
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1
ESTADO DE RESULTADO SF	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	27
ESTADO DE RESULTADO CF	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26

Fuente: Elaboración propia

6 CONCLUSIONES

Se hizo un estudio de mercado en la ciudad de Santiago de Cali, en donde se evidencio el alto grado de competencia del sector de casas de eventos, ya que este va avanzando significativamente en la ciudad de Cali.

Con el estudio técnico se estableció cual sería el lugar idóneo para la empresa, con el objetivo de que quede ubicado en una zona centrada y comercial cuyo flujo de personas sea mayor que otras zonas de la ciudad, de esta manera permitir que la casa de eventos **ORQUIDE ADORADA** tenga muy buena acogida en dicho sector.

Con el estudio financiero se logró establecer y determinar valores importantes para la estructura financiera de la empresa tales como la inversión de la casa de eventos y así poner en marcha el proyecto.

En la proyección financiera se pudo determinar con el análisis de sensibilidad que el proyecto puede ser factible ya que cuando se hace la disminución de margen bruto los valores del VPN, TIR y el B/C (VECES) siguen siendo positivos.

Para finalizar se concluye que el proyecto es viable para la creación de esta empresa ya que por medio de unas proyecciones financieras se obtiene el resultado de la factibilidad económica y financiera.

REFERENCIAS

- Aguilar, J. G. (2008). *Cómo hacer un Plan Estratégico de Recursos Humanos*. Netbiblo.
- Alfonso R, E. (2005). Modelo de la contingencia y eficiencia organizacional. Una evaluación del impacto de programas de empleo. Universidad de Almería, Almería, España.
- Álvarez, C. E. M. (2006). Clima organizacional en Colombia: El IMCOC, un método de análisis para su intervención. Universidad del Rosario.
- Amaya, J. A. (2005). Gerencia: Planeación & Estrategia. Universidad Santo Tomas de Aquino.
- Ancín, J. M. S. de V. (2012). El plan estratégico en la práctica. ESIC Editorial.
- Bardin, L. (1991). Análisis de contenido. Ediciones AKAL.
- Bermúdez, L. T., & Rodríguez, L. F. (2013). *Investigación en la gestión empresarial*. Ecoe Ediciones.
- Blanco, S. A. M., & S, S. Y. C. (2005). Auditoría del control interno. Ecoe Ediciones.
- Blank B, L. (2002). La administración de organizaciones: un enfoque estratégico. Universidad del Valle.
- Blasco, M. J., & planas, F. C. (2014). Guía Para La Autoevaluación De Empresas: Claves para mejorar tu negocio. Profit Editorial.
- Boeglin, M. (2008). Leer y Redactar en la Universidad - Del Caos de las ideas al Texto Estructurado. En Lectura y Escritura (Primera Edición., p. 217). Sevilla, España: Editorial MAD, S, L.

- Castro, J. L. E. (2005). *Análisis de problemas y toma de decisiones*. Pearson Educación.
- CEPAL. (2004). *Clasificaciones estadísticas internacionales incorporadas en el Banco De datos del Comercio Exterior de América Latina y el Caribe de la CEPAL*. Santiago de Chile: United Nations Publications.
- Chapman, A. (2004). *Análisis DOFA y análisis PEST*. Recuperado a partir de <http://www.degerencia.com/articulos.php?artid=544>
- Chiavenato, I. (1993). *Iniciación a la organización y el control*. McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración* (7a ed). McGraw-Hill Interamericana.
- Construmatica.com. (2012). *Estructuras Metálicas*. Recuperado de http://www.construmatica.com/construpedia/Estructuras_Met%C3%A1licas
- Corella, M. A. R., & Reséndiz, C. R. (1998). *El poder de la comunicación en las organizaciones*. Plaza y Valdés.
- Cruz, R. V. (1987). *Estadística elemental: primera parte*. La Editorial, UPR.
- Dadoobras. (2014). *Carpinteria_Aluminio_00.jpg* (Imagen JPEG, 346 × 273 píxeles). Recuperado a partir de https://www.dadoobras.com/ima/Carpinteria_Aluminio_00.jpg
- David, F. R. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. Editorial Pearson Educación.
- David, F. R. (2003). *Conceptos de administración estratégica*. Pearson Educación.

Desarrollo web. (2010). imagen6.gif (Imagen GIF, 450 × 348 píxeles). Recuperado a partir de <https://desarrolloweb.com/articulos/images/mysql/imagen6.gif>

El Congreso de Colombia. Ley 1014 de 2006, Pub. L. No. Diario Oficial No. 46.164 (2006). Recuperado de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

El Congreso de Colombia. Ley 1429 de 2010, Pub. L. No. Diario Oficial No. 47.937 (2010). Recuperado de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1429_2010.html

Faria, F. A. D. (1983). *Desarrollo organizacional: enfoque integral*. Editorial Limusa.

Fernández R, M., & Sánchez, J. C. (1997). Eficacia organizacional: concepto, desarrollo y evaluación. Ediciones Díaz de Santos.

Fierros. (2014). 409.jpg (Imagen JPEG, 400 × 530 píxeles). Recuperado a partir de <http://fierros.com.co/files/blog/409.jpg>

Franklin, E. B. (2007). Auditoria administrativa: gestión estratégica del cambio. Pearson Educación.

Galindo, L. M., & Martínez, J. G. (2009). Fundamentos de administración. Trillas.

Garriga, E., & Melé. (2008). Teorías de responsabilidad social corporativa: trazando el territorio.

Gelabert, M. P. (2012). Gestión de personas: manual para la gestión del capital humano en las organizaciones. ESIC Editorial.

Gestiondeoperaciones. (2017). diagrama-causa-efecto.png (Imagen PNG, 491 × 291 píxeles). Recuperado a partir de

<http://www.gestiondeoperaciones.net/wp-content/uploads/2014/12/diagrama-causa-efecto.png>

Gómez, M. M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Editorial Brujas.

Gómez, P. N. (2009). Planificación estratégica en organizaciones no lucrativas. Narcea Ediciones.

Griffin, R. W., Ebert, R. J., & Rosales, E. T. (2005). Negocios. Pearson Educación.

Griffin, R. W., Rosales, M. E. T., & Miranda, M. A. A. (2011). Administración. Cengage Learning Editores.

Guillén, M. del C. M. (2013). *La gestión empresarial*. Ediciones Díaz de Santos.

Herrera, H. M. (2005). El marco ético de la responsabilidad social empresarial. Pontificia Universidad Javeriana.

Image.slidesharecdn. (2015). manual-de-mantenimientodeuntanquedeagua1-10-728.jpg (Imagen JPEG, 728 × 546 píxeles). Recuperado a partir de <https://image.slidesharecdn.com/manualdemantenimientodeuntanquedeagua1-110603202711-phpapp02/95/manual-de-mantenimientodeuntanquedeagua1-10-728.jpg?cb=1307133611>

Latin American Quality Institute. (2010). Direccionamiento estratégico en la empresa. Recuperado de http://www.laqualityinstitute.org/articulos/laqi_art_15.pdf

Malhotra, N. K., Martínez, J. F. J. D., & Rosales, M. E. T. (2004). Investigación de mercados. Pearson Educación.

Mansilla, D. R. (1996). Gestión Organizacional. Universidad Iberoamericana.

- Martín, A. D. (2010). *Introducción al liderazgo organizacional.: Teoría y metodología*. Librería-Editorial Dykinson.
- Martínez, F. L. (2004). *An-entropía: el secreto de los negocios exitosos*. Libros de Cabecera.
- Maslow, A. H. (1991). *Motivación y personalidad*. Ediciones Díaz de Santos.
- Matrizbcg. (2016). *Infografía-Matriz-BCG.jpg* (Imagen JPEG, 800 × 1200 píxeles) - Escalado (37 %). Recuperado a partir de <http://www.matrizbcg.com/wp-content/uploads/2016/06/Infografia-Matriz-BCG.jpg>
- matrizbcg. (2017). *Matriz BCG – Herramienta estratégica esencial en la empresa*. Recuperado a partir de <http://www.matrizbcg.com/>
- Mendoza, J. M. (1985). *Las Funciones Administrativas: Un Enfoque Estratégico y Táctico*. Ediciones Uninorte.
- Mercado, S. (2002). *Administración aplicada/ Applied Management*. Editorial Limusa.
- Miklos, T., & Tello, M. E. (1994). *Planeación prospectiva: una estrategia para el diseño del futuro*. Editorial Limusa.
- Moris, J. A. P. (2012). *Desarrollo y eficacia organizacional: cómo apoyar la creación de capacidades en individuos, grupos y organizaciones*. Eds. Universidad Católica de Chile.
- Parsons, T. (1985). *Talcott Parsons on Institutions and Social Evolution: Selected Writings*. University of Chicago Press.
- Perdiguero, T. G., & Reche, A. G. (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*. Universitat de València.

- Porter, M. E. (2009). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. Ediciones Pirámide.
- Prodecon. (2012). img-boletin008D.jpg (Imagen JPEG, 260 × 265 píxeles).
Recuperado a partir de <http://www.prodecon.com.co/images/img-boletin008D.jpg>
- Prodecon. (2012). img-boletin008E.jpg (Imagen JPEG, 350 × 288 píxeles).
Recuperado a partir de <http://www.prodecon.com.co/images/img-boletin008E.jpg>
- Puerta, L. F. R. (2004). Interpretando a Porter. Universidad del Rosario.
- Pümpin, C., & Echevarría, S. G. (1993). *Estrategia empresarial: cómo implementar la estrategia en la empresa*. Ediciones Díaz de Santos.
- Robbins, S. P. (1998). *Fundamentos de comportamiento organizacional*. Pearson Educación.
- Robbins, S. P. (2004). *Comportamiento organizacional*. Pearson Educación.
- Robbins, S. P. (2005). *Administración*. Pearson Educación.
- Roche, F. P. (1996). *La planificación estratégica en las organizaciones deportivas*. Editorial Paidotribo.
- Rodríguez, E. G. (1966). *Poder judicial y proceso administrativo*. Editorial Jurídica de Chile.
- Rojas, F. A. (2000). *Cómo se hace un plan estratégico: modelo de desarrollo en una empresa*. ESIC Editorial.

- Rosales, R. (2015). Definiciones carpintería metálica. Recuperado de <http://carpinteria-aluminio.es/definiciones-carpinteria-metalica/>
- Roux, D. (2014). *Las 100 palabras de la gestión empresarial*. Ediciones Akal.
- Sallenave, J. P. (2002). *Gerencia y planeación estratégica*. Editorial Norma.
- Sánchez, M. S., Dueñas, R. M., & Izquierdo, L. I. (2006). *Teoría y práctica de la calidad*. Editorial Paraninfo.
- Serna Gómez, H. (2010). Análisis Externo. El POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio). Recuperado de <http://gerest.es.tl/ANALISIS-POAM.htm>
- Serna Gómez, H. (2003). *Gerencia estratégica: teoría, metodología, alineamiento, implementación y mapas estratégicos índices de gestión*. 3R Editores.
- Smith, A. (2016). *El diagrama de Ishikawa: Solucionar los problemas desde su raíz*. Editorial 50Minutos.es.
- Support.content.office. (2012). c69597d6-7d61-471f-8cc4-837cb587eaa2.gif (Imagen GIF, 312 x 392 píxeles). Recuperado a partir de <https://support.content.office.net/en-us/media/c69597d6-7d61-471f-8cc4-837cb587eaa2.gif>
- Vega, J. L. Á. (2009). *Responsabilidad social y los principios del desarrollo sostenible como fundamentos teóricos de la información social de la empresa*. ESIC Editorial.
- Veguillas, H. N., & Arevalillo, J. M. (2011). *Problemas Resueltos de Iniciación Al Análisis Estadístico de Datos*. Editorial UNED.
- Velasco, J. A. P. F. de. (2010). *Gestión por procesos*. ESIC Editorial.

Victoria, J. V. (2008). Análisis estratégico de la empresa. Editorial Paraninfo.