

ODEC

Organización de eventos empresariales y comerciales

¡Logística a su medida!

Organización de eventos empresariales y comerciales

“FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS
EMPRESARIALES Y EJECUTIVOS EN EL MUNICIPIO DE CAUCASIA (ANT.)-
2009”

Angélica Henao Ricardo
Viviana Marcela Martínez M.
Paola Andrea Olano E.

Institución Universitaria ESUMER
Tecnología en Mercadeo
Caucasia (Ant.)
2009

“FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS
EMPRESARIALES Y EJECUTIVOS EN EL MUNICIPIO DE CAUCASIA (ANT.)-
2009”

Angélica Henao Ricardo
Viviana Marcela Martínez M.
Paola Andrea Olano E.

Trabajo de grado para optar al título de Tecnólogos en Mercadeo.

Asesora:

Elena Isabel Acevedo Mendoza
Profesora Gestión de Proyectos

Institución Universitaria ESUMER
Tecnología en Mercadeo
Caucasia (Ant.)
2009

Nota de aceptación

Nota de aceptación

Jurado 1

Jurado 2

Jurado 3

AGRADECIMIENTOS

De manera muy especial queremos agradecer a la profesora Elena Isabel Acevedo Mendoza, por su dedicación y su compromiso con nuestro trabajo.

A todos aquellos profesores que contribuyeron a nuestra formación para ser tecnólogos en mercadeo y que fueron apoyo fundamental en la elaboración de nuestro trabajo de grado.

A la institución universitaria ESUMER, convenio SENA - ACIET por llevar su programa de tecnólogo en el mercadeo al municipio de Caucasia y permitir nuestro crecimiento intelectual, social, ético y cultural dentro de ella.

ODEC

Organización de eventos empresariales y comerciales

!Logística a su medida!

El uso de este plan de negocios está limitada a los inversionistas y personas del común que estén interesados en adelantar planes de inversión y para los cuales pueda resultar atractiva esta propuesta. Siempre que se haga uso de éste, debe citarse la fuente. Está prohibida la reproducción total o parcial de este plan de negocios a través de cualquier medio, sin la autorización por escrito del titular del Copyright.

DERECHOS RESERVADOS © 2009 Angélica Henao Ricardo – Viviana Marcela Martínez M – Paola Andrea Olano E –Estudiantes de Tecnología en Mercadeo ESUMER.

Angie85-@hotmail.com vivi19marcela@hotmail.com jnyce@hotmail.es

Caucasia (Ant) – Colombia Cel316 229 50 23 – 312 220 37 48 .

ODEC Organización de eventos ejecutivos y comerciales
Contenido - Plan de Negocio

Pag.

Contenido

INTRODUCCION	26
1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO	30
2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS	31
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.....	32
3.1 NOMBRE DE LA EMPRESA.....	32
3.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	32
3.3 MISIÓN DE LA EMPRESA	32
3.4 OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO	33
3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS	35
3.6 NECESIDAD O PROBLEMA QUE SE QUIERE INTERVENIR.....	36
3.7 RELACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	36
3.8 JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO.....	37
3.9 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR	37
3.10 CONOCIMIENTOS PARA ENTRAR EN EL NEGOCIO	39
4. ANALISIS DEL MERCADO	40
4.1 OBJETIVOS DE MERCADEO	40
4.2 DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO DE BIENES Y/O SERVICIOS	41
4.3 EL MERCADO META DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS.....	50
4.3.1 EL MERCADO META.....	50
4.3.2 ESTUDIO DEL MERCADO CONSUMIDOR.....	50
4.4 EL MERCADO PROVEEDOR.....	63
4.4.1 PROVEEDORES.....	63
4.4.2 ESTUDIO DEL MERCADO DE PROVEEDOR	67
4.5.2 ESTUDIO DEL MERCADO COMPETIDOR	79
4.6 DISTRIBUCIÓN DIRECTA.....	84
4.7 COMUNICACIÓN.....	86
4.7.1 ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN.....	87

4.8	PRECIOS DE LOS PRODUCTOS	96
4.8.1	FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS	97
4.8.2	LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS TOMANDO COMO BASE LOS COSTOS.....	98
4.8.3	POLÍTICA DE PRECIOS.....	100
4.8.4	COSTOS ASOCIADOS A LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN 101	
4.9	RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO	101
4.10	PLAN DE VENTAS	102
5	ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)	103
5.1	OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN	103
5.2	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	103
5.2.1	REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA, EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES.	105
5.2.2	REQUERIMIENTO DE PERSONAL.	115
5.3	PROGRAMA DE PRODUCCIÓN (SERVICIO)	119
6	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	121
6.1	DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS.....	121
6.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO.....	122
6.2.1	ORGANIGRAMA	122
6.2.2	DESCRIPCIÓN FUNCIONAL DE LA ORGANIZACIÓN	123
6.3	RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA ADMINISTRACIÓN...	124
6.3.1	LOCACIONES	124
6.3.2	REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS, SOFTWARE, MUEBLES Y ENSERES.	125
6.3.3	REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS.....	127
6.3.4	REQUERIMIENTOS DE PERSONAL.....	129
6.4	PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN.....	130
7	ASPECTOS LEGALES	132
7.1	TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	132
7.2	CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PUBLICAS.....	133
8	ASPECTOS FINANCIEROS	134
8.1	ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO.....	134

8.1.1	RECURSOS PROPIOS.....	134
8.2	INGRESOS Y EGRESOS.....	134
8.2	.1 EGRESOS	137
8.2.1.1	INVERSIONES	137
8.3	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	142
8.3.1	FLUJO DE CAJA.....	142
8.3.2	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (ESTADO DE RESULTADOS) 145	
8.3.3	BALANCE GENERAL.....	145
8.4	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	149
8.4.1	VALOR PRESENTE NETO	149
8.4.2	TASA INTERNA DE RETORNO.....	150
8.4.3	INDICADORES FINANCIEROS PROYECTADOS.....	151
9.	Conclusiones	156
10.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	157

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Resultados del estudio del proveedor	69
Tabla 2.....	82
Tabla 3.....	85
Tabla 4.....	95
Tabla 5.....	97
Tabla 6.....	98
Tabla 7.....	99
Tabla 8.....	100
Tabla 9.....	101
Tabla 10.....	101
Tabla 11.....	102
Tabla 12.....	105
Tabla 13.....	106
Tabla 14.....	107
Tabla 15.....	108
Tabla 16.....	108
Tabla 17.....	109
Tabla 18.....	110
Tabla 19.....	110
Tabla 20.....	110
Tabla 21.....	111
Tabla 22.....	111
Tabla 23.....	112
Tabla 24.....	113
Tabla 25.....	113
Tabla 26.....	114
Tabla 27.....	114
Tabla 28.....	115
Tabla 29.....	115
Tabla 30.....	116
Tabla 31.....	117
Tabla 32.....	117
Tabla 33.....	118
Tabla 34.....	119
Tabla 35.....	120
Tabla 36.....	121
Tabla 37.....	123
Tabla 38.....	125

Tabla 39.....	126
Tabla 40.....	127
Tabla 41.....	129
Tabla 42.....	130
Tabla 43.....	131
Tabla 44.....	133
Tabla 45.....	134
Tabla 46.....	134
Tabla 47.....	135
Tabla 48.....	136
Tabla 49.....	137
Tabla 50.....	138
Tabla 51.....	138
Tabla 52.....	140
Tabla 53.....	141
Tabla 54.....	142
Tabla 55.....	145
Tabla 56.....	146
Tabla 57.....	146
Tabla 58.....	147
Tabla 59.....	148
Tabla 60.....	148
Tabla 61.....	149
Tabla 62.....	150
Tabla 63.....	150
Tabla 64.....	151
Tabla 65.....	151
Tabla 66.....	153
Tabla 67.....	154
Tabla 68.....	155

LISTA DE FIGURAS

Pág.

Figura 1	42
Figura 2	42
Figura 3	43
Figura 4	45
Figura 5	46
Figura 6	47
Figura 7	47
Figura 8	48
Figura 9	49
Figura 10	50
Figura 11	56
Figura 12	57
Figura 13	58
Figura 14	59
Figura 15	61
Figura 16	61
Figura 17	89
Figura 18	90
Figura 19	91
Figura 20	93
Figura 21	93
Figura 22	123

INTRODUCCION

Las tendencias actuales en el municipio de Caucaasia se están direccionando cada vez más a la llegada de nuevas empresas u organizaciones de todo tipo, con el fin de lograr reconocimiento, posicionamiento y crecimiento productivo que les permite estar a un nivel de mercadeo más alto ante la competencia. Por esta razón se encuentra que las organizaciones de productos y servicios ven hoy por hoy, de forma acertada, las propuestas de proyectos que se refieran al diagnóstico, intervención y asesoramiento en cuanto al reconocimiento de sus empresas.

ODEC organización de eventos empresariales y ejecutivos es una empresa organizadora de eventos en la parte logística de cualquier evento ya sea comercial o ejecutivo, que se encargara de las necesidades de estas empresas en la organización de eventos para el reconocimiento y aceptación de sus clientes.

El presente documento contiene entonces, el planteamiento del problema que se considera, los objetivos generales y específicos a alcanzar con el modelo a seguir, que sirvió de guía para llevar a cabo las actividades de investigación que permitieron la realización del presente trabajo en busca de mostrar a las empresas la conveniencia de la planificación del montaje de una empresa organizadora de eventos empresariales y ejecutivos, además los aspectos financieros que permiten la viabilidad que sustentan la realización del presente trabajo.

RESUMEN EJECUTIVO

ODEC organización de eventos empresariales y comerciales ``logística a su medida``

ODEC es un plan de negocio que ofrece la organización logística de eventos empresariales y comerciales a una determinada empresa, ODEC se centrará en las necesidades de las Pymes que existen actualmente en la región, es importante resaltar que una empresa como ODEC busca generar una idiosincrasia de cambio y competencia entre las empresas del municipio, como mejoramiento continuo de los procesos tanto internos como externos de cada organización, brindándoles un excelente servicio en todos los ámbitos que requiere la organización de un evento, acompañado de un talento humano altamente calificado y proveedores que suministraran equipos tecnológicos garantizados, además se destacará por ser generadora de empleo. ODEC cuenta con una estructura organizacional compuesta por las directrices de una gerencia, departamento de mercadeo, logística y recursos humanos.

ODEC ofrece a sus clientes servicios como Ferias, Congresos, Exposiciones, Lanzamiento de producto, Conferencias, jornada de capacitaciones Inauguraciones, Aniversarios de empresas, Family day, desayunos, almuerzos y cenas de trabajo. Con esta clase de servicios busca penetrarse en el mercado local posicionándose como empresa líder.

ODEC realizó todos los estudios e investigaciones necesarias que permitieron definir la factibilidad de la empresa, se tuvieron en cuenta la investigación del consumidor, la competencia y los proveedores; es importante destacar que estas investigaciones fueron todo un éxito, de la cual se deduce que la idea de negocio tiene toda las posibilidades de realizarse como una empresa legalmente constituida en el municipio de Caucasia. En consecuencia la investigación de

mercado y la encuesta aplicada a 97 empresarios y comerciantes de 1237 que componen el mercado meta, arrojando que ODEC cuenta con una posible demanda del 95% de los encuestados.

Es importante la llegada de entidades que ofrezcan esta clase de apoyo a las empresas de la región, porque muchas de estas necesitan fortalecerse frente a la competencia y la demanda, con nuevas ideas y estrategias de mercadeo que sirvan como equilibrio para el sostenimiento y crecimiento de cada uno de ellas, teniendo en cuenta la imagen, promociones, publicidad, ventas, fortalecimiento del equipo de trabajo y el incremento notorio de clientes.

Tomando como base la investigación de la competencia se determina que no existe competencia directa que pueda afectar la actividad de la empresa, se encuentran pequeños competidores indirectos que mas que amenaza pueden llegar hacer prestadores de servicios para la misma organización en cualquiera de los eventos realizados por ODEC, estableciendo alianzas estratégicas con estas empresas.

En la investigación de los proveedores, se encuentran empresas en el municipio y ciudades aledañas que cuentan con equipos y materiales que garantizan la calidad en la prestación de sus servicios detectándose la capacidad de compromiso, calidad, responsabilidad, honestidad y la puntualidad cada uno de ellos.

Para el montaje y puesta en marcha de la empresa se requiere un total de \$46.100.000 distribuidos en \$26.100.000 correspondiente al aporte de los socios y los \$20.000.000 restantes serán acreditados por medio de una entidad financiera con una tasa de amortización del 20.5% anual a un plazo de 5 años con una proyección de ventas a un año de \$1.450.000.000 dejando una utilidad neta del 23.2% equivalente a \$337.773.957 en un año. Se realizó una proyección

a 5 años para determinar el comportamiento financiero de la empresa en el tiempo.

Una vez analizados los factores antes mencionados se determina que es realmente viable la ejecución de una empresa de este tipo en el municipio de Caucasia en compañía de excelentes estrategias de mercadeo que permitan dar a conocer a tan importante plan de negocio sirviendo como trampolín de progreso para empresas de la localidad.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Angélica Henao Ricardo

Identificación: 21590647

Celular: 3162295023

Dirección: carrera 20 N 20c 102

Barrio: la Troncal

Ciudad: Caucasia

Correo electrónico: angie85-@hotmail.com

Estudios:

técnicos

Tecnológico

Viviana Marcela Martínez Medrano

Identificación: 39288531

Celular: 3122203748

Dirección: Carrera 19 N 5ª10

Barrio: Nueva Estrella

Ciudad: Caucasia

Correo electrónico: vivi19marcela@hotmail.com

Estudios:

técnicos

Tecnológico

Paola Andrea Olano Esquivel

Identificación: 1038109002

Celular: 3207174654

Dirección: Carrera 4 N° 7-03

Barrio: El poblado

Ciudad: Caucasia

Correo electrónico: jnyce@hotmail.es

Estudios:

Tecnológico

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

ODEC es una empresa dedicada a la prestación de servicios de logística para la organización de eventos empresariales y comerciales. Se reconoció como una necesidad en la región, debido a la falta de empresas de este tipo.

El municipio de Caucaasia es considerado como centro de acopio multicultural y con grandes ingresos económicos en el departamento de Antioquia. El posicionamiento de nuevas empresas en la región y su indiscutible afán de reconocimiento son una de las razones por las cuales se pretendió crear ODEC.

Una razón importante en la realización de este proyecto es la experiencia y el conocimiento que los integrantes de este trabajo poseen, su participación en eventos anteriores han brindado un aporte valioso para la creación de ODEC, la experiencia como pieza fundamental en este proyecto es la principal razón para este plan de negocio.

La realización de un evento es importante para cualquier empresa debido a que con esta clase de actividades estas empresas lograran un posicionamiento y reconocimiento en la mente del consumidor, de igual forma los eventos que se realizan dentro de una empresa, ayudan al grupo de empleados a la integración y la motivación para un buen desempeño laboral, una empresa organizadora de eventos es la más indicada para la gestión y organización de dichas actividades, el propósito de ODEC es llegar a estos clientes y brindarles un acompañamiento creativo para el desarrollo exitoso de las necesidades que requiere cada cliente.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

ODEC Organización de eventos empresariales y comerciales

"Logística a su medida"

3.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

ODEC es una empresa dedicada a la prestación de servicios de logística en la organización de eventos empresariales y comerciales como exposiciones, ferias, conferencias, lanzamientos de productos, capacitaciones, actos protocolarios, inauguraciones, aniversarios de empresas, family day, desayunos de trabajo, almuerzos de trabajo, cenas de trabajo, eventos de integración y jornada de capacitación. ODEC cuenta con personal calificado y con experiencia en la parte de organización en las diferentes actividades requeridas por nuestros clientes proporcionando equipos y materiales de excelente calidad y tecnología, suministrada por proveedores de la misma localidad o dentro del mismo departamento.

ODEC se caracteriza porque es una compañía única en la región del Bajo Cauca brindando un servicio completo y con calidad para satisfacer a nuestros clientes, es una buena oportunidad por el surgimiento y crecimiento de nuevas empresas en el mercado objetivo.

3.3 MISIÓN DE LA EMPRESA

Somos una empresa de logística que se dedica a la organización de eventos empresariales y comerciales en el municipio de Caucasia, contamos con un personal capacitado y equipos tecnológicos que garantizan la satisfacción de nuestros clientes.

VISIÓN

En el año 2013 ODEC “Logística a su medida” será, una empresa líder en el mercado regional y departamental generadora de empleo, reconocida por su excelente servicio, calidad y responsabilidad.

3.4 OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

OBJETIVO GENERAL.

Investigar en el municipio de Caucasia, la factibilidad de crear una empresa organizadora de eventos empresariales y comerciales, que ofrezca un excelente servicio en todos los ámbitos que requiere la organización de un evento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

A corto plazo

1. Realizar un estudio detallado del mercado local que permita saber si el plan de negocio es viable en el municipio.
2. Obtener información verídica de otras fuentes que complemente lo que se está investigando.
3. Diseñar un portafolio de servicio que permita cubrir todas necesidades que requieran los clientes.
4. Establecer una estructura organizacional de cómo estará organizada la empresa además de tener en cuenta el lugar donde estará situado ODEC.
5. Crear una base de datos previamente seleccionada con todos los proveedores necesarios que requiera ODEC.
6. Establecer, los costos de producción y operación, e identificar los medios para acceder a la gestión de los recursos.

A mediano plazo

1. Crear una cultura en los consumidores, de competitividad generando así un pensamiento de cambio continuo a favor de sus empresas.
2. Diseñar estrategias de comunicación que permitan un reconocimiento oportuno de la imagen y de lo que ofrece.
3. Obtener los mayores clientes posibles del mercado empresarial, con el fin lograr altos ingresos.
4. Emplear nuevas tendencias de logística que ayude a mejores estrategias para una mayor aceptación en el mercado.

A largo plazo

1. Mantener en el tiempo el buen nombre de la empresa además de generar empleo a la comunidad estudiantil.

2. En el 2012 ODEC adicionara nuevos servicios como son los eventos sociales, con el fin de penetrar nuevos mercados.
3. Posicionar a ODEC como empresa líder en mercado local destacando su excelente servicio y confiabilidad.
4. En el año 2014 ODEC pretende ampliar la cobertura de sus servicios a nivel departamental.

3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS

ODEC se destacará por su excelente servicio prestará a sus clientes, en cuanto la aplicación de un acompañamiento continuo en todos los procesos que se desarrollaran desde el primer contacto con el usuario, apoyándose en el talento humano con que cuenta, el cual está capacitado para abordar cualquier actividad que se va ejecutar. Además ODEC se compromete en la creación, planificación, gestión, organización, ejecución y evaluación de cada eventualidad planeada, contando con recursos y quipos tecnológicos que garantizan el éxito integral.

Por consiguiente los clientes de ODEC tendrán la oportunidad de obtener un portafolio de servicios dirigido a eventos internos que impulsan la integración del equipo de trabajo esto ayuda a que las empresas tengan ideas diferentes de como motivar a sus empleados para que tengan un buen desempeño laboral.

ODEC se distinguirá de la competencia porque sus servicios van dirigidos a un mercado objetivo que son las empresas del municipio de Caucasia, por eso ODEC se centra en el acompañamiento de las actividades que toda empresa debe realizar para ser competente en el mercado.

3.6 NECESIDAD O PROBLEMA QUE SE QUIERE INTERVENIR.

Caucasia es un municipio de Antioquia que cuenta con 104.000 habitantes. Desarrollando su economía con la ganadería, pesca, minería, agricultura y comercio, ya que posee 1237 comerciantes. Cauca es centro de convergencia para todos los municipios aledaños ya que cuenta con algunas entidades importantes del país como bancos, entidades financieras y tiendas de cadena, esto permite el progreso y desarrollo del municipio.

Con la llegada de estas empresas, hace que las empresas ya existentes se sienten desequilibradas por estas, por ello es importante el acompañamiento de empresas productoras de eventos que brinden ideas creativas para contrarrestar esta amenaza que los puede llevar a cerrar sus negocios.

Debido a esta oportunidad de encontrar empresas nuevas y el desarrollo de las ya existentes es necesario investigar la factibilidad de una empresa organizadora de eventos empresariales y comerciales que le brinden a estas empresas de Cauca un reconocimiento o mayor aceptación entre los habitantes o su mercado objetivo.

3.7 RELACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

ODEC ofrece a sus clientes los siguientes servicios en la organización y logística en los siguientes eventos:

Ferias

Congresos

Exposiciones

Lanzamiento de producto

Conferencias

Inauguraciones

- Aniversarios de empresas
- Family day
- Desayuno de trabajo
- Almuerzo de trabajo
- Cena de trabajo
- Jornada de capacitaciones

3.8 JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO

Actualmente el municipio de Caucasia está presentando un desarrollo continuo sobre todo en su actividad comercial, tanto así que grandes empresas reconocidas a nivel nacional se han radicado en la localidad como son: almacenes de cadena, entidades bancarias y otras empresas importantes. La incursión de estas nuevas empresas en el mercado local, han provocado que muchos pequeños empresarios del municipio se cuestionen acerca de los métodos de mercadeo utilizados, decidiéndose incluso, por cerrar sus negocios, debido a la incapacidad de enfrentar nuevos desafíos. Por tal motivo nace la idea de crear una empresa de logística la cual presta el servicio de organización de eventos empresariales y comerciales, estos eventos son de gran importancia porque ayudarían a las empresas a realizar actividades bien planeadas y organizadas que garanticen un cambio notorio en cuanto al incremento de nuevos clientes y en las ventas, además de aplicar herramientas de mercadeo como mejoramiento de la imagen, aplicación correcta de los medios masivos de comunicación, diseño de nuevas estrategias de ventas, fidelización de clientes y el mejoramiento del servicio al clientes por parte de sus empleados.

3.9 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR

El mercado de ODEC presenta algunas características. Se destaca el comercio informal o rebusque, gracias a su ubicación a orillas del río Cauca y junto las troncales de la paz y de occidente se convierte en el punto de unión entre la costa Atlántica y Antioquia. Las fuentes de empleo a nivel municipal se centran en los sectores de servicios, comercio, agricultura e industrial.

Con aproximadamente 100 mil habitantes, Cauca en la actualidad se constituye en puntos de convergencia de tres culturas bien definidas, la paisa o montañera, la sabanera y la anfibia o mojonera. Debido a que el municipio es el punto de encuentro de estas culturas es muy visitada y apetecida por los turistas y empresarios. Por eso ODEC se integran en el desarrollo de la ciudad ofreciendo servicios a las pequeñas y grandes empresas que realicen eventos.

Se pretende construir una plataforma urbano regional competitiva, aprovechando las ventajas comparativas que posee la región del Bajo Cauca desde su perspectiva y vocación económica; sobre la cual se posicionen todos los actores económicos y sociales del desarrollo local y se articulen a la dinámica regional a través de la integración de voluntades, generando un impacto positivo en la economía municipal y así contribuyendo en la disminución del índice de desempleo y pobreza.

Con el propósito de generar las condiciones para un Desarrollo Humano Integral, se requiere también de la capacidad de la sociedad para organizar sus actividades económicas con fines de generar riqueza –empleo- que impliquen la consecución de ingresos para la supervivencia de la población y es por ello que la Administración Municipal debe formular políticas que permitan la estructura y construcción de un tejido empresarial fuerte en el que participen la agroindustria tradicional además de las microempresas fortalecidas en los diferentes clúster y las pymes en general.

A partir del bajo crecimiento económico del municipio, el bajo nivel de competitividad, el desempleo, la baja inclusión social y la informalidad, se requieren acciones de la Administración Municipal que permitan promover la creación de empresas en sectores estratégicos y solidarios, además de la consolidación de las existentes, promoviendo la formación profesional por medio del SENA, apoyando el desarrollo y consolidación de unidades productivas (privadas y asociativas) y fortalecer e incrementar la productividad de la economía rural, por ello se debe trabajar en la creación de la cultura del emprendimiento y la creación de empresas sostenibles, en la formación para el trabajo y la inserción laboral, apoyando el desarrollo empresarial y el acceso a mercados, al igual que a la economía solidaria y otras formas asociativas, tanto en la zona urbana como rural.

3.10 CONOCIMIENTOS PARA ENTRAR EN EL NEGOCIO

El organizador de eventos debe tener un conocimiento mínimo en las siguientes áreas o contar con personal capacitado.

Logística: Hoy en día el tema de la logística es un asunto tan importante que las empresas crean áreas específicas para su tratamiento, se ha desarrollado a través del tiempo y es en la actualidad un aspecto básico en la constante lucha por ser una empresa del primer mundo. Anteriormente la logística era solamente, tener el producto justo, en el sitio justo, en el tiempo oportuno, al menor costo posible, actualmente éstas actividades aparentemente sencillas ha sido redefinido y ahora son todo un proceso. La logística tiene muchos significados, uno de ellos, es la encargada de la distribución eficiente de los productos de una determinada empresa con un menor costo y un excelente servicio al cliente.

Matemáticas: Me sirve para hacer la planificación del evento y los presupuestos porque en las dos cosas necesitan por las operaciones (sumas, restas,

multiplicaciones, divisiones,) que hay que hacer para crear los presupuestos y las proyecciones del evento.

Ciencias sociales: Es por la historia de los primeros eventos y su organización. Y por las de Relaciones Públicas con los proveedores y la gente que trabaja en el evento y la que va al evento.

Contabilidad: Es la que trata los procedimientos de llevar cuentas de la administración en el evento y la financiación del evento.

Diseño grafico: Es una forma, agradable a la vista la publicidad del evento y especialmente funcional para la que la gente vaya a los eventos.

Publicidad: Es anunciar o se da a conocer el concierto para que la gente se entere y vaya al evento por medios y hojas volantes, Hojas Volantes, etc.

Dibujo técnico: Es para crear el tamaño es decir (largo, ancho y altura). De las cosas que nos van a servir para la publicidad del evento.

Ventas: Es para vender los servicios que presta ODEC.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 OBJETIVOS DE MERCADEO

- Identificar los posibles clientes potenciales para la empresa ODEC.
- Realizar la segmentación que se pretende llegar con el bien y/o servicio.

- Identificar las estrategias de comercialización que se ajusten al plan de negocio.
- Identificar las características del mercado y sus necesidades relacionadas con el producto y el precio

4.2 DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO DE BIENES Y/O SERVICIOS

Ferias: ODEC comienza con los bocetos de la feria, adecuar los espacios donde se llevara a cabo la actividad, diseñar la publicidad del evento, diseñar planes de contingencia, adquirir materiales y equipo para el montaje, desarrollar la actividad de manera eficaz y sin contratiempos.

Ventajas y beneficios.

Son la mejor manera para estimular la producción, el comercio, a la vez que se promueve el conocimiento y venta, bien de un producto o servicio con una periodicidad determinada.

Figura 1



Exposiciones: adecuar espacios donde se llevara a cabo la actividad, suministro de materiales y equipos para el montaje del evento, organización del personal expositor, ejecución y desarrollo de la actividad.

Ventajas y beneficios.

Son presentaciones públicas de artículos de industria o de artes y ciencias, para estimular la producción, el comercio o la cultura.

Figura 2



Desayunos de trabajo: Debido al irracional ritmo de trabajo de algunas personas, con frecuencia se tiene la necesidad de concertar reuniones de trabajo en horarios propios de la vida privada.

Cenas de gala: Como colofón a muchos actos organizados por las empresas o instituciones, o para homenajear a un personaje dentro de la institución, por ejemplo, se realizan las cenas en honor del presidente fundacional.

Figura 3



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

Son reuniones de trabajo dirigidos a ejecutivos empresariales y altos cargos de la administración pública. Su duración oscila, entre las dos horas aproximadamente.

Principalmente a empresarios, altos cargos y responsables de Relaciones Públicas dentro de la empresa.

Lanzamiento de productos: La presentación de un producto es un acontecimiento muy particular y variable. Como es mayor la perfección que se debe lograr en este tipo de eventos, por la exposición que existe hacia la prensa, es conveniente planificarlo con tiempo. Es conveniente realizar un trabajo previo de cada proveedor y evitar las decisiones cruciales a último momento, para que no se produzca ningún imprevisto.

El producto a lanzar debe estar representado en la idea generadora del proyecto. Todo debe funcionar en equipo y bajo una sola coordinación.

En principio, hay que definir el predio donde se va a desarrollar el evento, es conveniente que éste se realice, en el mismo establecimiento donde funciona la empresa. Para que todo resulte correcto se debe seleccionar bien a los proveedores de servicio, establecer un cronograma estricto y hacerlo cumplir al pie de la letra. Esto es necesario para que: se respeten los tiempos que se pactaron, el servicio de gastronomía sea el correcto para el tiempo que van a permanecer los invitados, abundante, variado y bueno; los espectáculos sean cortos y espectaculares y el personal que atiende a los invitados esté informado adecuadamente del tema del evento, para responder las preguntas, sobre todo de los medios de comunicación, ya que van a ser los encargados de difundir el lanzamiento del producto. Por dicho motivo es importante invitar a los medios de prensa y a los más altos dirigentes de las cámaras del rubro, funcionarios del gobierno zonal y/o nacional y demás personalidades de interés. En las invitaciones debe constar de qué trata el evento: motivo, hora, lugar y cómo

llegar, breve cronograma del acto y una síntesis de las palabras del presidente de la empresa o gerente del área del producto a lanzar.

Figura 4



Aniversario de Empresa: El Aniversario de una empresa es un acontecimiento muy especial. En él se rememora el momento de la fundación, quiénes lo impulsaron y el camino transitado hasta el presente. Las imágenes y sucesos del pasado se entremezclan con las del presente, los recuerdos emocionan y los logros alcanzados llenan de satisfacción. Los integrantes de la empresa - directivos y empleados- se reúnen junto a sus familias para festejar este momento.

Hay muchas alternativas para realizar el festejo: jornadas al aire libre, reuniones formales e informales o fiestas de noche. Dichas opciones dependerán de los tiempos de producción de la empresa homenajeada. Generalmente la misma no quiere disponer de un día laboral para la celebración. Incluso, en ocasiones, la fecha está condicionada por un viaje de sus ejecutivos de más alto rango. Todo lo mencionado influye en la distancia del lugar a elegir y en el tiempo que se determine para dicho evento.

Si se trata de grupos numerosos es conveniente buscar un lugar fuera de la empresa con espacios amplios que permitan el desplazamiento de los concurrentes. De lo contrario el acto adquiere cierta frialdad debido al distanciamiento entre unos y otros. También es aconsejable que los directivos se entremezclen con los trabajadores para lograr que el acto tenga cariz, viso de acercamiento. Dicha disposición permite intercambiar experiencias, no sólo laborales, sino también sociales. A tal fin se aconseja hacer partícipe del evento a la familia o pareja de los invitados, para lograr un ambiente de mayor integración y familiaridad.

Figura 5



Family day: Para la familia, este día es de entretenimiento y diversión. Las actividades pueden ser variadas y dependerán del gusto del grupo de asistentes. Puede incluir, desde torneos deportivos y recreativos, hasta juegos de mesa, bingo musical, karaoke, y diversos juegos grupales.

Torneos deportivos dirigidos y supervisados por profesores de educación física.

En definitiva, el Family Day, alterna trabajo y esparcimiento, objetivos comerciales y sociales, momentos en que las relaciones personales se intensifican, esclarecen y multiplican a favor de la empresa.

Figura 6



Conferencias: Son comparecencias públicas de mayor importancia para tratar diferentes asuntos de competencia. En ellas se ponen en marcha complejos, programas sociales, exposiciones y presentaciones.

Figura 7



Congresos: Son reuniones de personas promovidas generalmente por una empresa o asociación, con la finalidad de sacar algo nuevo dentro del sector.

Figura 8



Entidades públicas y privadas, Asociaciones, Organismos, a todos aquellos que quieran organizar un acto con duración de más de dos días para conseguir nuevas soluciones e ideas en el sector.

Inauguraciones: son eventos dirigidos para nuevas empresas que al entrar al mercado tengan una apertura llamativa y sean reconocidas por sus clientes objetivos. Esta clase de eventos se realizan dentro de la misma empresa con actividades que atraigan la atención de las personas. Una ventaja importante en la realización del evento de inauguración es que se da a conocer la existencia de dicha empresa, los servicios o productos que ofrece, lugar donde está situada y algunos descuentos y promociones de lanzamiento.

igura 9



capacitación: son todas aquellas áreas en las que el personal debe actualizarse continuamente. Por eso las empresas contactan a empresas que brinden el servicio de organizar eventos y tengan el servicio de jornadas de capacitación, esta clase de actividades se realizan dentro o fuera del establecimiento dependiendo del área a trabajar. Una ventaja para la empresa a la hora de contratar un servicio de estos es que se organizara la jornada previamente planeada en conjunto con el gerente de la empresa brindándole todas las garantías del éxito de la capacitación.

Figura 10



4.3 EL MERCADO META DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS

4.3.1 EL MERCADO META

Los servicios de ODEC van dirigidos a empresas o personas emprendedoras, naturales o jurídicas que se encuentran dentro o fuera de la localidad, que deseen obtener un crecimiento y reconocimiento de sus productos, marcas, imagen y la organización de algunas actividades que son desarrolladas dentro de sus empresas. Generando a su vez un posicionamiento en el mercado en el que se desenvuelven, ODEC "*logística a su medida*" les brinda todo lo relacionado con eventos empresariales y comerciales mezclando la creatividad, responsabilidad, confort, y algunos detalles más que ayudan a que el servicio sea el ideal para todo tipo de evento, por tanto la logística es la herramienta principal para que este sea el mejor, con la intención de tener clientes satisfechos y excelentes resultados para la empresa y por la empresa.

4.3.2 ESTUDIO DEL MERCADO CONSUMIDOR

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

- Definir las necesidades de una empresa organizadora de eventos empresariales y comerciales en el municipio de Cauca.
- Determinar el mercado meta
- Formular el diseño de investigación de manera clara y precisa
- Estudiar las empresas de Cauca que realicen actividades de organizar eventos empresariales y comerciales.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del consumidor

El medio que se utilizó en el estudio del mercado meta fue una encuesta, determinándose una muestra donde realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre el cual se efectuaran la medición y observación de las variables del objeto de estudio. La muestra es sacada de los 1237 comerciantes y empresarios registrados en la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia tomando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2(p \times q)N}{Ne^2 + Z^2(p \times q)}$$

n= tamaño de la muestra

Z= margen de confianza

e= margen de error

p= población que posee las características

q= población que no posee las características

N= población

Muestra

n =?

Z= 95% → 1.96

e= 5%

p=50%

q= 50%

N= 1237

$$n = \frac{1.96^2(0.5 \times 0.5)1237}{(1237)(0.05)^2 + 1.96^2(0.5 \times 0.5)}$$

n= 96.9

La formula arrojó que el promedio de encuestas a realizar es de 96.9 y se aplicaran 97 encuestas

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Es viable una empresa organizadora de eventos ejecutivos y comerciales en el municipio de Caucasia?

ENFOQUE DEL PROBLEMA

Para estudiar la factibilidad de una empresa organizadora de eventos empresariales y comerciales se realizará un trabajo de campo en donde se desarrollará una encuesta personalizada al mercado objetivo como lo son empresarios, comerciantes o entidades que nos permitan obtener información de primera mano para la viabilidad de la empresa prestadora de servicio.

Una información secundaria se obtendrá por medio de la Cámara de Comercio del municipio en donde existe una base de datos completa de todos los

comerciantes del Bajo Cauca, otra información se extraerá de internet, del municipio y otras fuentes en donde podremos basarnos en la investigación.

c) Aplicación de la medios

ENCUESTA

Determinar la factibilidad de una empresa organizadora de eventos empresariales y comerciales en el municipio de Caucasia.

Empresa _____

Nombre _____ Tel _____

1. ¿Conoce usted una empresa organizadora de eventos empresariales y comerciales en el municipio de Caucasia?

SI _____ NO _____

Cual?

2. ¿Le gustaría que existiera una empresa organizadora de eventos empresariales y comerciales en el municipio?

SI _____ NO _____

3. ¿Si en Caucasia existiera una empresa que preste los servicios de organizar eventos empresariales y comerciales, adquiriría usted estos servicios?

SI _____ NO _____

4. ¿Cree usted que es importante organizar un evento en su empresa para el crecimiento de ella?

SI _____ NO _____

5. De los siguientes servicios, ¿cual le gustaría adquirir para el crecimiento o el reconocimiento de su empresa?

Ferias _____

Congresos _____

Exposiciones _____

Lanzamiento de producto _____

Conferencias _____

Inauguraciones	_____
Aniversarios de empresas	
Family day	_____
Desayuno de trabajo	_____
Almuerzo de trabajo	_____
Cena de trabajo	_____
Jornada de capacitaciones	_____

6. A demás de estos servicios, ¿Qué otro evento añadiría usted?

_____	_____
_____	_____

FORMA DE APLICACIÓN

Esta encuesta fue aplicada a 97 empresas del municipio de Caucasia de manera aleatoria, se diseño una ruta de forma organizada para realizar las visitas, se llevo a la empresa y se hicieron las presentaciones correspondientes, luego se le aplico la encuesta a la persona encargada o representante de la empresa. Estas encuestas fueron realizadas en el casco urbano del municipio de Caucasia se dividió de manera geográfica y se escogió las empresas más representativos del municipio. Se aplico 56 encuestas en el mes de octubre de 2008 y en el mes de mayo de 2009 se aplicaron 41 encuestas para la suma de 97 encuestas.

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

En el municipio de Caucasia existen 1237 comerciantes registrados en la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, de los cuales se tomo una muestra de 97 empresas escogidas de manera aleatoria, a quienes se les realizo una encuesta con el fin de analizar las siguientes variables:

- La factibilidad de una empresa organizadora de eventos en el municipio de Caucasia.
- Las necesidades de las empresas en cuanto a la organización de eventos.
- Cuáles pueden ser nuestros posibles clientes.
- Conocimiento de la competencia en la zona.

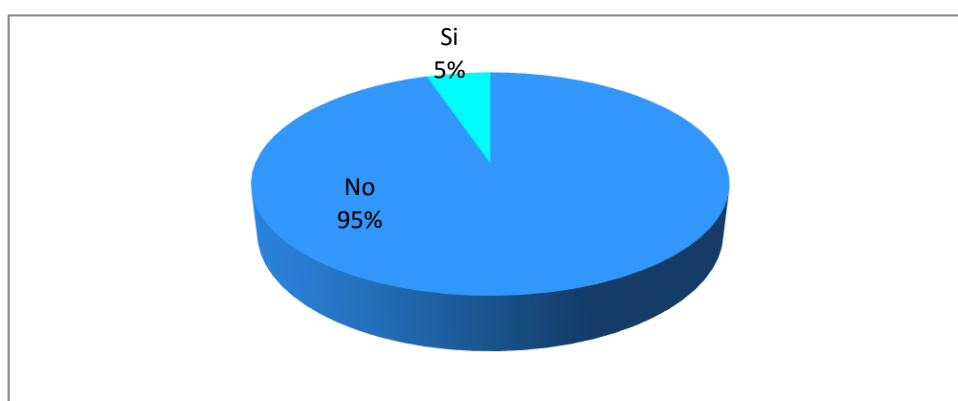
1. ¿Conoce usted una empresa organizadora de eventos empresariales y comerciales en el municipio de Caucasia?

SI _____ NO _____

Cual?

Resultado obtenido

Figura 11



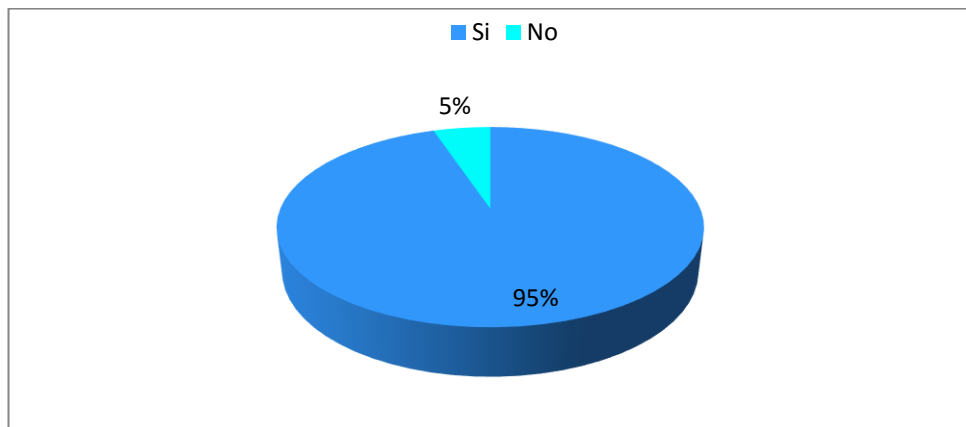
La siguiente grafica muestra el nivel de respuesta que arrojó la pregunta 1, donde se da a conocer que el 5% de los encuestados dicen que si conocen una empresa oraganizadora de eventos y el 95% restante dice que no conocen una empresa de este tipo.

Cual: Cámara de comercio de Medellín para Antioquia y empresas de Medellín o montería que se dedican a organizar eventos.

2. ¿Le gustaría que existiera una empresa organizadora de eventos empresariales y comerciales en el municipio?
SI _____ NO _____

Resultado obtenido

Figura 12



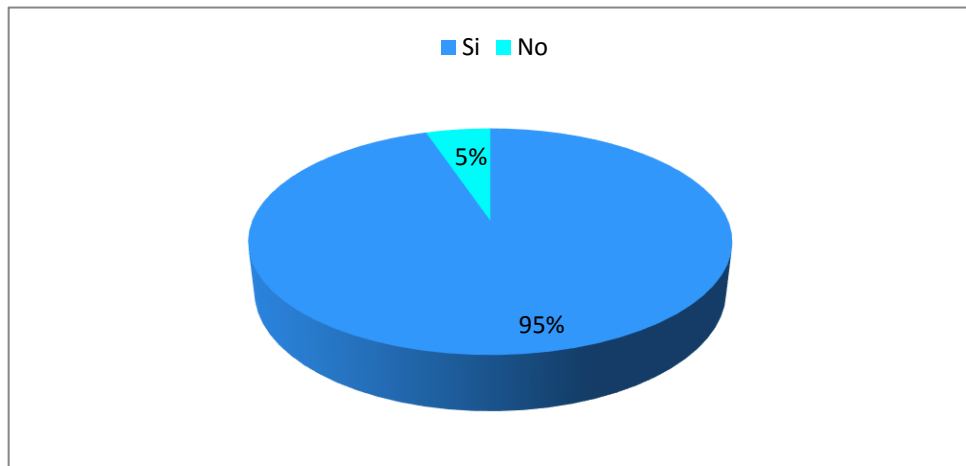
La siguiente grafica de la pregunta 2 muestra que el 95 % de los encuestados coinciden que les gustaría que existiera una empresa organizadora de evento en municipio de Caucaasia y el 5 % restante no sabe no responde.

4. ¿Si en Caucasia existiera una empresa que preste los servicios de organizar eventos empresariales y comerciales, adquiriría usted estos servicios?

SI_____NO_____

Resultado obtenido

Figura 13



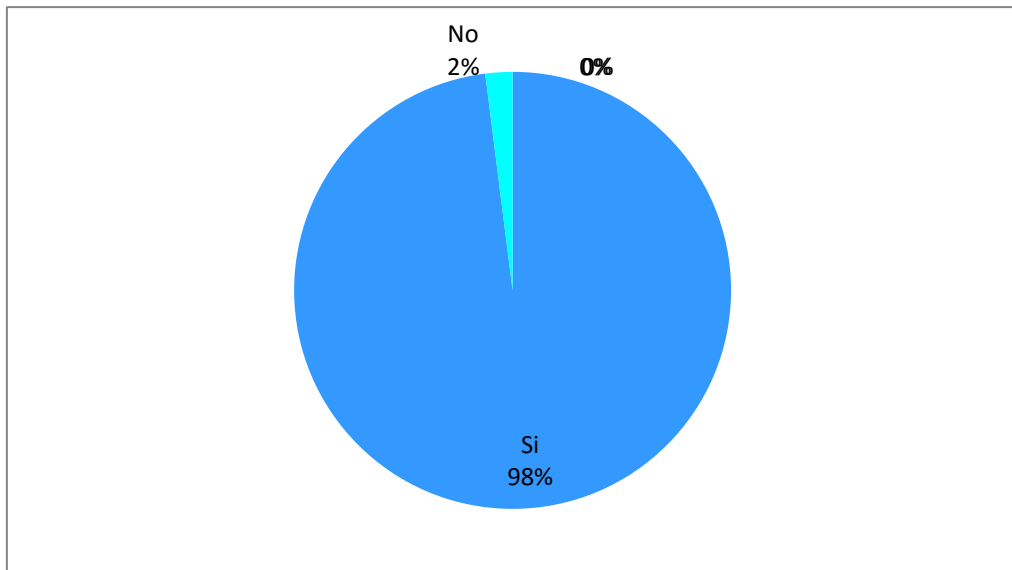
En la siguiente grafica de la pregunta tres se observa que 95% de las personas encuestadas coinciden que se existiera una empresa organizadora de eventos en municipio de caucasia ellos utilizarian el producto y el 5% restante no sabe no responde.

4 ¿Cree usted que es importante organizar un evento en su empresa para el crecimiento de ella?

SI _____ NO _____

Resultado obtenido

Figura 14

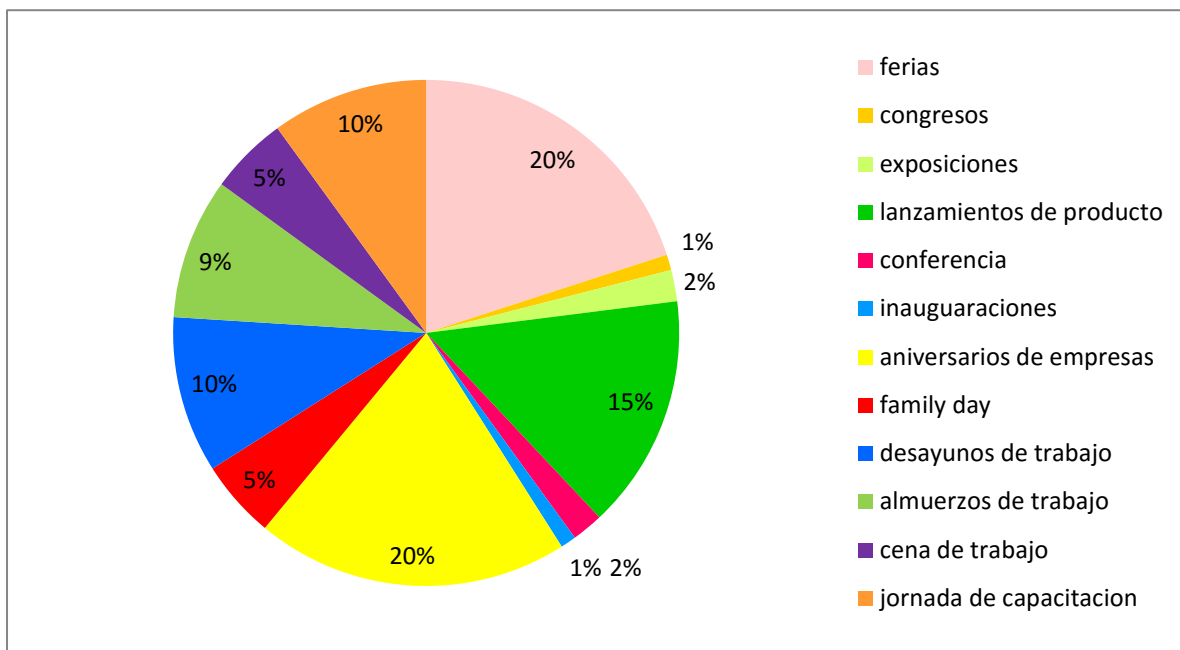


En la siguiente grafica de la pregunta 4 se pude notar que el 98% de las personas encuestadas coinciden que es importante la organización de eventos sus empresas, y el 2% restante no sabe no responde.

5. ¿De los siguientes servicios, cual le gustaría adquirir para el crecimiento o el reconocimiento de su empresa?

- Ferias _____
- Congresos _____
- Exposiciones _____
- Lanzamiento de producto _____
- Conferencias _____
- Inauguraciones _____
- Aniversarios de empresas _____
- Family day _____
- Desayuno de trabajo _____
- Almuerzo de trabajo _____
- Cena de trabajo _____
- Jornada de capacitaciones _____

Figura 15

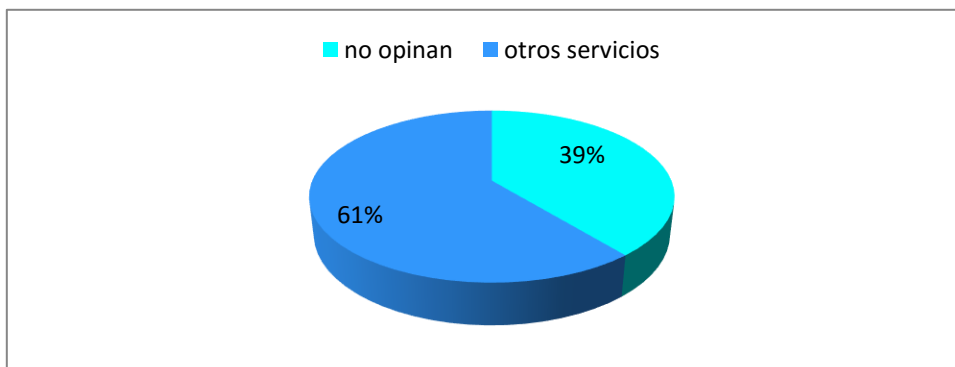


La siguiente grafica de la pregunta 5 muestra un claro nivel en porcentajes que arroja la encuesta.

6. ¿A demás de estos servicios, que otro evento añadiría usted?

Resultado obtenido

Figura 16



En la grafica de la pregunta 6 se pude observar que:

.El 61% de los encuestados les gustaría que la empresa ofreciera otros servicios adicionales tales como

Reuniones sociales como: Matrimonios, Cumpleaños y eventos para la comunidad.

.El otro 39% de los encuestados no opinan acerca de los servicios.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora:

Esta se compone por un conjunto de empresas (aproximadamente 1.237) reales (25%) y potenciales (75%) consideradas como personas naturales o jurídicas ya sean de orden público o privado los cuales manejan diferentes criterios de compras teniendo en cuenta que los precios sean cómodos y asequibles, manejando una forma de pago de contado ó financiada a determinados plazos siempre buscando adquirir un mejor servicio los cuales sean caracterizados por su calidad, confiabilidad y buen resultado al momento de la evaluación final.

Para la adquisición de estos, tienen en cuenta las fechas especiales de cada empresa ó las que enmarcan el comercio en general; Para los empresarios y comerciantes del municipio de Caucasia los servicios dejan de ser estándar y pasan a ser personalizados, siempre les gusta que se les trate de una forma diferente.

4.4 EL MERCADO PROVEEDOR

4.4.1 PROVEEDORES

- **ALFORRENT**

Diseño de stands y adecuación de espacios efímeros.

Renta de mobiliario para todo tipo de eventos: divisiones modulares, pisos, cielorrasos, iluminación, elementos de exhibición y muebles en general.

- **PANELCO**

Alquiler de stand y paneles

- **POLÍGONO**

Diseño Industrial Ltda. Stands, mobiliario, decoración, producción, alquiler.

Alquiler y venta de stand en tres líneas: Prestige, optium & Basic

- Material publicitario para ferias y eventos
- Show Room
- Ambientación de salones para eventos
- Diseño de espacios efímeros, comerciales y mobiliario
- Exhibidores
- Puntos de pago, servicios y/o atención al cliente
- Señalización

- **PORTAPENDONES**

- Exhibidores y stands portátiles, en alquiler y venta
- Porta catálogos y mesas desarmables

- Porta pendones enrollables en venta
- Porta pendones en alquiler y venta
- Sistemas que facilitan la exhibición en puntos de venta y en eventos feriales
- Impresión en gran formato
- Servicios publicitarios de diseño e ilustración
- Marcación de vehículos
- Marcos abatibles
- Cajas de Luz
- Accesorios en aluminio, acero y tensores piso techo

- **PRODUCCIÓN INTEGRAL**

Proveedores de estructuras de stands, alquiler mobiliario e iluminación.

- **SERVISTAND**

Diseño de stands – diseño de mobiliario – renta – iluminación

- **CAJA BLANCA**

Diseño de espacios comerciales y corporativos, Visual merchandising, Arquitectura, Interiorismo

- **ALQUIPANEL DE COLOMBIA**

Diseño, adecuación y mobiliario para su stand

- **IGUANA AZUL DISCO MOVIL**

Todo lo relacionado con sonido y luces

Auditorios

- **HOTEL CAUCASIA**

Auditorio adecuado con iluminación y sonido

- **HOTEL PISCIS**

Habitaciones con aire acondicionado, cuarto de baño, parqueadero, discoteca y casino.

- **HOTEL ACAPULCO**

Auditorio adecuado con iluminación y sonido

CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN PARA ANTIOQUIA Centro empresarial de servicios bajo cauca Auditora adecuado con eliminación y sonido

Restaurantes

- **LAGRAN CHURRASQUERIA**

Parrilladas, asados al carbón y comidas en general especialmente en comidas peruanas

- **EL GRAN DRAGON-EL DRAGON ROJO**

Asados, comidas en general especialmente comida china

- **DEL ANCA PARRILLA BAR**

Asados y parrilladas

- **SANTAMELONA**

Su especialidad comidas mexicanas y licores extranjeros

- **OASIS CAFE**

Repostería, comidas internacional, licores extranjeros

- **HOSTERIA HORIZONTE LTDA.**

Restaurante

Diseño grafico

- **JORVALLE**

Diseño gráfico y fotografía

- **IMPRESIONES LA HUELLA**

Diseño grafico y fotografía

- **COLORGRAF**

diseño grafico, fotografía e impresiones

- **DISIÑO CREATIVO**

Diseño grafico, fotografía e impresiones

Hoteles

- **HOTEL CAUCASIA**

Habitaciones con aire acondicionado, tv, cuarto de baño, parqueadero y auditorio

- **HOTEL ACAPULCO**

Habitaciones con aire acondicionado, tv, cuarto de baño, auditorio y parqueadero

- **MALECON**

Habitaciones con aire acondicionado, cuarto de baño, tv, nevera y restaurante.

- **HOTEL EL PALMAR**

Habitaciones con aire acondicionado, cuarto de baño y sala de estar

- **HOTEL PLAZA STAR**

Habitaciones con aire acondicionado, cuarto de baño, tv

- **HOTEL DEL LAGO**

Habitaciones con aire acondicionado, cuarto de baño, tv

- **HOTEL SAN RAFAEL**

Habitaciones con aire acondicionado, cuarto de baño, tv

- **HOTEL Y ZOOCRIADERO LOS CAIMANES**

Hotel, restaurante, piscinas, zoológico, show

Salas de banquetes

- **SALA DE BANQUETES MIS VANIDADES**

Alquiler de sillas, mesas, decoraciones en general, cristalería, utensilios para buffet.

4.4.2 ESTUDIO DEL MERCADO DE PROVEEDOR

a) VARIABLES ESTUDIADAS DEL MERCADO PROVEEDOR:

- Ubicación geográfica del proveedor.
- Tipo de productos que ofrece.
- Identificar sus proveedores.
- Precios.
- Medios de distribución.
- Calidad del producto.

b) MEDIOS A TRAVÉS DE LOS CUALES SE REALIZÓ EL ESTUDIO DEL MERCADO PROVEEDOR

El estudio de los proveedores se realizó por medio de entrevistas, tele mercadeo, cotizaciones y método de observación los cuales permitieron recopilar información importante para la selección de los proveedores. La entrevista es un medio importante para la obtención de información, se realiza de manera personalizada y se puede extraer información de primera mano y completa en cuanto a precios, calidad y servicio, de igual forma se observa el tipo de proveedor con quien se va a negociar viendo sus ventajas y beneficios que este pueda dar para la empresa.

c) APLICACIÓN DE LOS MEDIOS

Lista de chequeo

Razón social de la empresa:

Nombre de la empresa:

1. Que productos o servicios ofrece la empresa
2. Calidad de los productos o servicios
3. Precio
4. Forma de pago, descuentos
5. Capacidad que esos productos o servicios puedan suministrar a sus clientes.

Entrevista (diseño de la entrevista)

Objetivo: obtener información de suma importancia sobre los posibles proveedores de ODEC, donde se le evaluará la calidad, la disponibilidad, cumplimiento y la oportunidad de hacer alianzas con estas empresas.

Ciudad:

Fecha:

Empresas:

Nombre del entrevistado:

Cargo:

1. ¿Qué clase de servicios presta su empresa?
2. ¿Qué disponibilidad tiene su empresa, para prestar un excelente servicio en el momento que se necesite?
3. ¿Qué descuento aplica su empresa
4. En caso de que la empresa ODEC necesitará de sus servicios ustedes tendrían la disposición y la disponibilidad.

d) Resultados del estudio de los proveedores

Tabla 1

Nombre proveedor	Detalle	Contacto
ALFORRENT	Diseño de stands y adecuación de espacios efímeros.	Pbx (574) 211 21 11 Dirección: Calle 64 N° 56 ^a -47 Web: www.alforrent.com Medellín - Colombia
PANELCO	Alquiler de stand y paneles	Dirección: Cl. 49 No. 57 – 15 Tel: (57 4) 513 2891 e-mail: contacto@panelco.net web: www.panelco.net Medellín - Colombia
POLÍGONO	Diseño Industrial Ltda. Stands, mobiliario, decoración, producción, alquiler. Alquiler y venta de stand en tres líneas: Prestige, optium & Basic - Material publicitario para ferias y eventos - Show Room	Olga Puerta S. Celular (300) 500 1715 Dirección: Cl. 27 No. 72 – 29

	<ul style="list-style-type: none"> - Ambientación de salones para eventos - Diseño de espacios efímeros, comerciales y mobiliario - Exhibidores -señalización 	
<p>PORTAPENDONES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Exhibidores y stands portátiles, en alquiler y venta - Portacatalogos y mesas desarmables - Portapendones enrollables en venta - Porta pendones en alquiler y venta - Sistemas que facilitan la exhibición en puntos de venta y en eventos feriales - Impresión en gran formato - Servicios publicitarios de diseño e ilustración 	<p>Gloria Arango, Atella Amariles, Juan Camilo Muñoz Dirección: Cra 43 B No 11 - 42 primer piso Teléfono: (574) 444 03 24 E-mail: portapendones@une.net.co Web: www.portapendones.com Medellín - Colombia</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Marcación de vehículos - Marcos abatibles - Cajas de Luz - Accesorios en aluminio, acero y tensores piso techo 	
PRODUCCIÓN INTEGRAL	Proveedores de estructuras de stands, alquiler mobiliario e iluminación.	<p>Teléfonos:(574) 230 6379 / 230 2707</p> <p>Celular: (317) 435 7950 - (315) 495 2020</p> <p>e-mail: produccionintegral@une.net.co</p> <p>o</p> <p>e-mail: produccion.int@gmail.com</p> <p>Medellín - Colombia</p>
SERVISTAND	Diseño de stands – diseño de mobiliario – renta – iluminación	<p>e-mail: servistand@une.net.co</p> <p>Dirección: Cra. 81 No. 52B – 94</p> <p>Tel: (574) 426 26 95 – 234 58 96</p> <p>Celular: (316) 286 91 24</p> <p>Móvil: 3505542624</p> <p>web: www.servistand.com</p> <p>Medellín - Colombia</p>

CAJA BLANCA	Diseño de espacios comerciales y corporativos, Visual merchandising, Arquitectura, Interiorismo	Contacto: Juana García Diseñadora de Espacios Dirección: Cra. 43ª No 11 - 85 Ed. El Poblado 01 # 201 Tel: (574) 312 16 27 Web: www.cajablanca.net Medellín Colombia
ALQUIPANEL DE COLOMBIA	Diseño, adecuación y mobiliario para su stand	tel.: (574) 213 44 44 E-mail: alquipaneldiseno@gmail.com - alquipanel@une.net.co Web: www.alquipanel.com Medellín - Colombia
IGUANA AZUL DISCO MOVIL	Todo lo relacionado con sonido y luces	Avenida pajonal # 14-13 Tel: 839-59-20 839-80-90 Caucasia –Antioquia
HOTEL CAUCASIA	Auditorio adecuado con iluminación y sonido	Calle 23 # 23c 103 Tel: 839-34-71 Caucasia- Antioquia

HOTEL PISCIS	Habitaciones con aire acondicionado, cuarto de baño, parqueadero, discoteca y casino.	Calle30#19-07 Tel: 839-25-21 Caucasia-Antioquia
HOTEL ACAPULCO	Auditorio adecuado con iluminación y sonido	Calle 21N 2-75 Pbx: 839-53-35 839-53-36 Telefax: 839-58-99 e-mail: acapulco@edatel.net.co Caucasia- Antioquia
LAGRAN CHURRASQUERIA	Parrilladas, asados al carbón y comidas en general especialmente en comidas peruanas	Avenida pajonal calle 20 # 14-47 Tel: 839-59-20 839-80-90 Caucasia –Antioquia
EL GRAN DRAGON-EL DRAGON ROJO	Asados, comidas en general especialmente comida china	Avenida pajonal calle 21 # 8-103 Tel: 839-20-81 839-40-78 Caucasia –Antioquia

DEL ANCA PARRILLA BAR	Asados y parrilladas	Centro comercial Caucacentro Tel: 839-63-43 Caucasia – Antioquia
SANTAMELONA	Su especialidad comidas mexicanas y licores extranjeros	Carrera 20 la Troncal # 20c 43 Tel: 839-56-98 Caucasia –Antioquia
OASIS CAFE	Repostería, comidas internacional, licores extranjeros	Calle 33# 33-40 Tel: 839-34-23 Caucasia – Antioquia
HOSTERIA HORIZONTE LTD.	Restaurante	Kilometro 1 salida a Medellín Tel: 839-03-57
JORVALLE	Diseño gráfico y fotografía	La troncal cra 20 # 10-25 Telefax: 839-88-11 839-19- 67 e-mail: graficasjorvalle2006@hotmail. com Caucaasia -Antioquia
IMPRESIONES LA HUELLA	Diseño grafico y fotografía	Calle 21# 8-60 Cel: 3137964951 Caucasia-Antioquia

<p>COLORGRAF</p>	<p>diseño grafico, fotografía e impresiones</p>	<p>Carrera 6 # 23-04 Tel: 839-56-48 e-mail: colorgraf@hotmail.com Caucasia –Antioquia</p>
<p>DISIÑO CREATIVO</p>	<p>Diseño grafico, fotografía e impresiones</p>	<p>Carrera 20 la troncal # 20c 96 Tel: 839-98-26 Caucasia –Antioquia</p>
<p>HOTEL CAUCASIA</p>	<p>Habitaciones con aire acondicionado, tv, cuarto de baño, parqueadero y auditorio</p>	<p>Calle 23 # 23c 103 Tel: 839-34-71 Caucasia- Antioquia</p>
<p>HOTEL ACAPULCO</p>	<p>Habitaciones con aire acondicionado, tv, cuarto de baño, auditorio y parqueadero</p>	<p>Calle 21N 2-75 Pbx: 839-53-35 839-53-36 Telefax: 839-58-99 e-mail: acapulco@edatel.net.co Caucasia- Antioquia</p>
<p>MALECON</p>	<p>Habitaciones con aire acondicionado, cuarto de baño, tv, nevera y restaurante.</p>	<p>Carrera 20 la troncal # 20-23 Tel: 839- 52-30 Caucasia –Antioquia</p>

HOTEL EL PALMAR	Habitaciones con aire acondicionado, cuarto de baño y sala de estar	Carrera 19 # 18-09 Tel: 839-56-98 Caucasia- Antioquia
HOTEL PLAZA STAR	Habitaciones con aire acondicionado, cuarto de baño, tv	Calle 21# 23-67 Tel: 839-31-84 839-66-86 Caucasia –Antioquia
HOTEL DEL LAGO	Habitaciones con aire acondicionado, cuarto de baño, tv	Carrera 20 la troncal vía Medellín Tel: 839-74-06 Caucasia –Antioquia
HOTEL SAN RAFAEL	Habitaciones con aire acondicionado, cuarto de baño, tv	Kilometro 1 salida a Medellín Tel: 839-78-23
HOTEL Y ZOOCRIADERO LOS CAIMANES	Hotel, restaurante, piscinas, zoológico, show	Vía Planeta Rica Tel: 830-82-65 Buena vista- Córdoba

<p>SALA DE BANQUETES MIS VANIDADES</p>	<p>Alquiler de sillas, mesas, decoraciones en general, cristalería, utensilios para buffet</p>	<p>Calle 24 # 10-04 Tel: 839-62-43 Caucasia -Antioquia</p>
--	--	--

4.5 EL MERCADO COMPETIDOR

4.5.1 COMPETIDORES

COMFENALCO ANTIOQUIA

Comfenalco Antioquia es una caja de compensación familiar y a su vez presta servicios adicionales en la organización de eventos especialmente a sus afiliados en:

- Desayunos
- Refrigerios
- Almuerzos
- Cenas
- Banquetes
- Cocteles
- Inauguraciones
- Clausuras
- Ferias
- Lanzamiento de productos o servicio

- Fiestas y celebraciones
- Bautizos
- Cumpleaños
- Primeras comuniones
- Quinceañeras
- Aniversarios
- Matrimonios
- Efemérides
- Festivales gastronómicos
- Aniversarios empresariales

Igualmente en la realización de eventos y celebraciones académicas, se puede encontrar en COMFENALCO:

- Capacitaciones
- Simposios
- Convenciones
- Conferencias
- Seminario
- Talleres
- Asambleas
- Juntas
- Congresos
- Paneles
- Foros

SALA DE BANQUETES MIS VANIDADES

Sala de banquetes Mis Vanidades ofrece a sus clientes todo lo relacionado con la organización de eventos sociales como:

- Cumpleaños
- Bautizos
- Primeras comuniones
- Matrimonios
- Fiestas en general

FESTISERVICIOS

Festiservicios es una empresa organizadora de eventos sociales como:

- Cumpleaños
- Bautizos
- Primeras comuniones
- Matrimonios
- Fiestas en general
- Alquiler de insumos para los eventos

4.5.2 ESTUDIO DEL MERCADO COMPETIDOR

a) Variables estudiadas del mercado competidor

Es importante resaltar de estas empresas la persistencia que han tenido en el mercado local ya que Caucaasia es un municipio con una idiosincrasia basada en costumbres muy tradicionalista. La falla de algunas de estas empresas es la innovación, que van a la vanguardia de empresas similares ya que creen que por ser las únicas en el mercado nunca saldrán de este; la falta de cambio de imagen es una de las falencias más representativas como por ejemplo sala de banquetes

Mis Vanidades su infraestructura, publicidad y colores no son adecuadas para la realización de algunos eventos.

Festiservios actualmente es una empresa con una imagen poco representativa en cuanto a su ubicación, infraestructura y el servicio que le presta al cliente, se observa los cambios negativos que ha venido presentando en los últimos años. Comfenalco Antioquia se destaca por su buen manejo de la logística en la organización de eventos, esta empresa actualmente presenta una falla en cuanto a los eventos que realiza en el municipio, tienen que ser de gran magnitud para poder ser desarrollados y capacidad económica del cliente ya que estas actividades se ejecutan en la ciudad de Medellín, y no son realizados en la localidad, más bien trabaja como caja de compensación, en caso que se realice en el municipio tanto el personal como los equipos necesarios para el desarrollo de la actividad son traídos de otra parte.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

El estudio del mercado del competidor fue realizado por medio de entrevista y tele mercadeo, lo cual permitió la recopilación importante sobre los servicios que estos prestan a la comunidad. También permitió ver las fortalezas y debilidades que estos puedan tener con nuestro plan de negocio.

c) Aplicación de la Medios

Entrevista

Empresa:

Razón social:

Nombre del entrevistado:

1. ¿Qué servicios presta su empresa?

2. ¿Cuánto tiempo de funcionamiento tiene la empresa en el mercado?
3. ¿Sabe usted que es la logística?
4. teniendo en cuenta que la logística son todos los procesos que hacen que el producto o servicio este en el sitio justo, en el tiempo oportuno y al menor costo posible acompañado de un excelente servicio.
¿Considera usted que aplica una excelente logística a su empresa?
5. ¿Realiza los eventos dentro de su empresa o en espacios fuera de el, como la parte urbana o rural?
6. ¿Qué tipo de transporte utiliza en su negocio para el traslado de sus equipos de trabajo?
7. ¿Tienen ustedes alianzas estratégicas con otras empresas?
8. ¿Tiene un valor agregado para sus clientes?
9. ¿Aplica en su empresa la posventa?
10. ¿Toma medidas correctivas en caso de que un cliente quede insatisfecho?

Análisis

Actualmente en el municipio de Caucasia existen tres empresas organizadoras de eventos totalmente constituidas como son Sala de banquetes Mis Vanidades, Festiservicios y Comfenalco Antioquia, estas empresas fueron visitadas el día 27 de Abril de 2009 con el fin de recopilar datos que ayuden al proyecto ODEC “organización de eventos empresariales y comerciales” para analizar sus servicios en cuanto a la logística y que podrían aportar nuevas ideas para el proyecto.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Tabla 2

Nombre de la empresa	Detalle	Contacto	Fortaleza	Debilidad
COMFENALCO ANTIOQUIA	Desayunos Refrigerios Almuerzos Cenas Banquetes Cocteles Inauguraciones Clausuras Ferias Lanzamiento de productos o servicio Fiestas y celebraciones Bautizos Cumpleaños Primeras comuniones	Sandra Jarraba Tr13 14C-18 Tel: 839-34-00	La logística en la organización de eventos son excelentes, sus recursos y equipos son tecnológicos.	No ofrecen en su totalidad los servicios mencionados anteriormente.

	Quinceañeras Aniversarios Matrimonios Efemérides Festivales gastronómicos Aniversarios empresariales Capacitaciones Simposios Convenciones Conferencias Seminario Talleres Asambleas Juntas Congresos Paneles Foros			
	Cumpleaños Bautizos	Martha Ríos	Posicionam iento en el mercado.	Su imagen esta deteriorándose ante el mercado

SALA DE BANQUETES MIS VANIDADES	Primeras comuniones Matrimonios Fiestas en general	Calle 24 # 10-04 Tel: 839-62-43	Tiene su propio espacio para la realización de los eventos.	por sus altos precios
FESTISERVICIOS	Cumpleaños Bautizos Primeras comuniones Matrimonios Fiestas en general Alquiler de insumos para los eventos	Yaneth Pérez Salgado Calle 25 N° 23-13 el Bosque Tel:839-36-29	Poseen todos los insumos y materiales para la realización de un evento social.	Su ubicación no es la adecuada para la organización de eventos. Poco reconocida en la comunidad.

4.6 DISTRIBUCIÓN DIRECTA.

a) Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto

Para promocionar los servicios que ofrece ODEC, se utilizara la venta personal, la cual es herramienta más eficaz en ciertas etapas del proceso de compra, particularmente en la creación de preferencia, convicción y acción del consumidor. El cliente recibirá el portafolio de servicios con información completa y detallada de los servicios, luego se realizará el tele mercadeo por parte de la empresa y se confirmará una cita con el cliente, se envía al representante de ventas quien hará una presentación de la empresa.

b) Fuerza de ventas

Para promocionar los servicios que ofrece ODEC, se utilizara la venta personal siendo esta la herramienta más eficaz en ciertas etapas del proceso de compra, particularmente en la creación de preferencia, convicción y acción del consumidor. El cliente recibirá boletines o folletos de los que se ofrece, luego una llamada telefónica de venta y finalmente la visita de un vendedor, que hará una presentación destinada a cerrar la venta.

Tabla 3

Nº de Vendedores	competencia	Costo del personal
Vendedor 1	Director de Ventas, Vendedor Profesional con experiencia minima de un año en venta personal, excelente presentación personal	Salario mínimo legal vigente + Bonificación por venta del 1%
Vendedor 2	Relacionista público con experiencia en ventas y negociaciones. Experiencia mínima de un año.	Salario mínimo legal vigente + Bonificación por venta del 1%

4.7 COMUNICACIÓN



La marca:

La marca **ODEC** es una abreviatura, son iniciales: Organización de Eventos Empresariales y Comerciales. Esta marca es utilizada como nombre de la empresa, en efecto la ayudará a ser reconocida y recordada por el público que se desea llegar, esta utilizará estrategias de “medios masivos de comunicación” como son la radio, la prensa, volantes, vallas, tarjetas de presentación, entre otros. También patrocinara eventos culturales como festival vallenatos y la celebración del aniversario de Caucasia.

Esta marca será identificada por ofrecer calidad, seguridad y cumplimiento para los clientes, a demás está respaldada por un slogan “Logística a su medida” que comunica, que su evento se desarrollará a complacencia y exigencia de lo que requiera cada usuario. ODEC estará respaldado por asesorías de orientación en cuando al desarrollo de sus eventos. Estas asesorías serán ejecutadas por Mercadologías especializados y dispuestos a ofrecer un excelente servicio, de esta manera ayudaría a la marca a tener un reconocimiento por parte de los consumidores, a través de sus experiencias.

ODEC busca posicionarse como marca líder en mercado local, logrando cumplir a lo que hace referencia:

- Organización: tiene que ver con el orden lógico en que se llevan a cabo las actividades en cuanto al proceso de la organización, que va desde la planeación, ejecución, control y desarrollo de un evento en específico.
- empresariales y Comerciales: son las clases de eventos que serán desarrollados por la empresa ODEC. Lo cuales se clasifican de la siguiente manera.

Colores corporativos:

- El azul: es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la estabilidad y la profundidad. Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad.
- El negro: representa el poder, la elegancia, la formalidad
- El dorado: significa sabiduría, claridad de ideas y riqueza.

4.7.1 ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN

Diseño de comunicación

ODEC realizará una campaña publicitaria de introducción en el mercado local, por lo tanto tendrá una duración de 6 meses. Se utilizaran medios masivos de comunicación los cuales serán escogidos después de haber hecho un previo análisis de los medios más escuchados por los habitantes del municipio, además que sean los más adecuados para lo que desea comunicar, teniendo en cuenta donde quiere llegar. Para lograr esto ODEC implementara estrategias de comunicación por medio de medios masivos de comunicación.

Qué decir:

En estos medios emitirán mensajes creativos y claros por consiguiente buscan captar la atención del usuario, de esta manera lograr que los clientes potenciales obtengan algún conocimiento de la empresa.

Cómo decirlo:

Estos mensajes serán comunicados por radios, periódicos, pendones, llaveros con el logo de la empresa, lapiceros con el logo de la empresa, libretas de apuntes con el respectivo logo y papelería membretado.

A quien decirlo:

El mensaje va dirigido a las pequeñas, medianas y grandes empresas que buscan posicionarse, mostrando lo que ofrecen; imagen, ubicación, mejoramiento continuo del servicio al cliente y aumento de las ventas.

Con que frecuencia:

Los mensajes de introducción de la campaña serán divulgados durante 6 meses, se pautaran en los medios masivos escogidos que son los siguientes:

- La radio: RCN radio y Caucasia Estéreo: se pautaran en los programas con más audiencia durante los 6 meses y 10 veces al día en la etapa de introducción.

- El periódico: El Colombiano y El Regional: se publicaran en las paginas sociales.
- Pendones: serán ubicaos en puntos estratégicos de la ciudad, se diseñaran 5 pendones.
- Portafolio de servicios: se enviara a los clientes potenciales un portafolio que tendrá las siguientes características: carpeta de presentación con su respectivo logo, carta de presentación, volantes con los servicios que se ofrece.

Figura 17

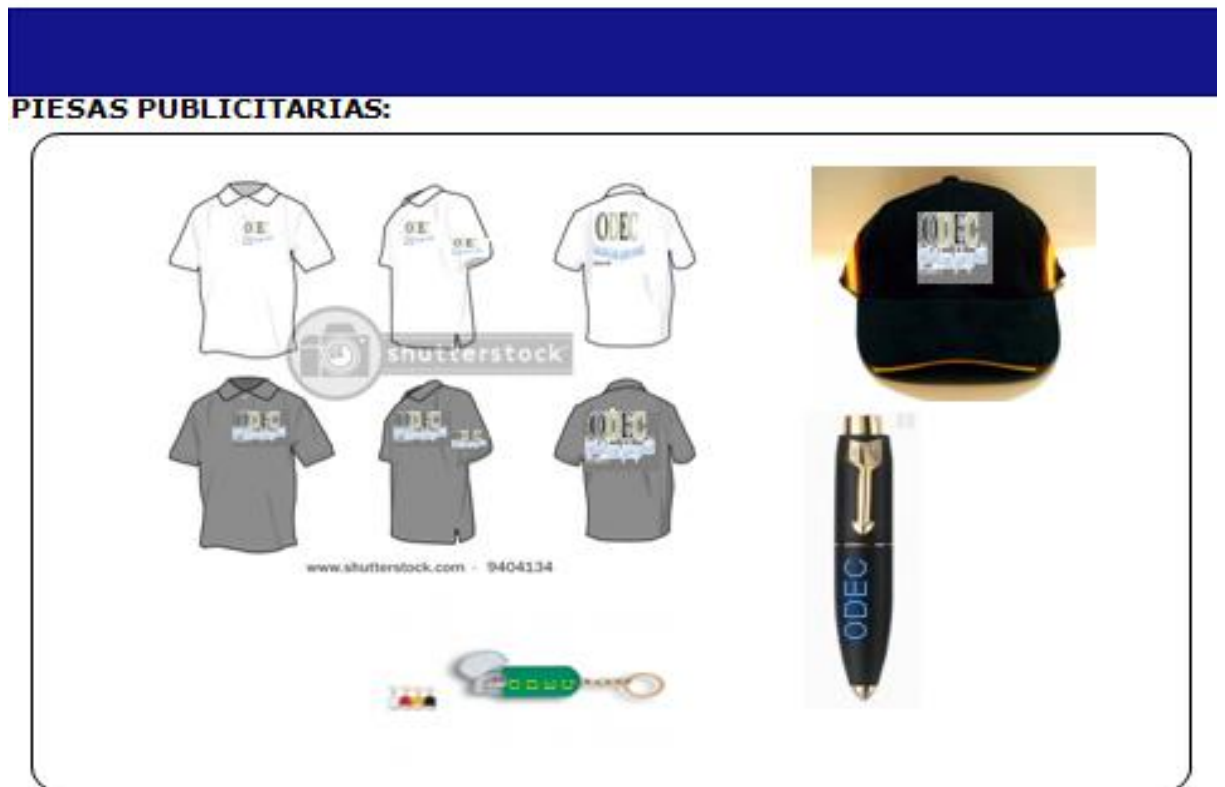


Figura 18



Figura 19

ODEC
Organización de eventos ejecutivos y comerciales
Logística a su medida

ATENCIÓN

EMPRESAS! LLEGO A CAUCARIA LO QUE USTED ESPERABA, COMO LA SOLUCIÓN PARA ORGANIZAR SUS EVENTOS.

ORGANIZAMOS:

- FERIAS
- EXPOSICIONES
- LANZAMIENTO DE PRODUCTOS
- ASAMBLEAS
- CAPACITACIONES
- CONFERENCIAS
- FOROS
- ACTOS PROTOCOLARIOS
- ASERORIAS DE AMBIENTES ORGANIZACIONALES

Trabajamos con calidad, y e sponsabilidad y a tiempo

LINEA DE CREDITO AL CUENTE
ESTADAO-ESTIA-EE
CÁMARA DE COMERCIO

Jingle: ODEC. ¡Organización de Eventos empresariales y Comerciales! Señor empresario y Comerciante, ¿se preocupa por la organización de sus de sus eventos?, ¡tranquilícese! A llegado al Bajo Cauca ODEC “logística a su medida”.

Selección de canales

ODEC utilizará canales de comunicaciones personales e impersonales.

Canales personales: un canal dirigido es un importe para la compañía ya que los representantes de ODEC entran en contacto con los clientes potenciales en el mercado, se implementará el correo, donde se enviará al cliente un portafolio de servicios con información pertinente de lo que se ofrece y donde contactar los servicios, previamente se hará una visita por parte del representante de venta donde dará información más detallada de cómo adquirir los servicios.

Canales impersonales: los medios de comunicación masiva son muy influyentes en los clientes, ODEC utilizará la radio, periódicos, los medios de redes como el teléfono y medios electrónicos como el sitio web.

Los eventos y experiencias: patrocinar un evento importante en la región como es contribuyendo con la organización de toda la logística del festival vallenato que se realiza todos los años en el municipio de Caucasia, es un evento que reúne a muchas personas que gustan del vallenato y artistas invitados por el grupo organizador.

Figura 20



Figura 21



Medir los resultados de la comunicación

ODEC desea obtener como resultado de la comunicación, conocimiento y recordación de la marca por parte de sus clientes reales y potenciales. De manera que los prospectos puedan obtener los servicios porque se sienten confiados y familiarizados con la empresa, esto sucede debido a la comunicación emitida puesto que generará en los clientes recordación al momento de la decisión, optarán por los servicios que la empresa ODEC les ofrece, por eso genera resultados positivos para el mejoramiento de sus empresas de modo que volverían a utilizar estos servicios.

Las estrategias a implementar para la medición de los resultados de la comunicación, es realizando un seguimiento de lo que opinan o sugieren los clientes, por medios de preguntas contundentes a grupos beneficiarios (encuesta

o entrevista) al igual que se utilizaran medios como: correo electrónico on line, off line, línea de atención al cliente y línea de sugerencia. Estos medios son de gran ayuda puesto que permiten la recopilación de información que es de suma importancia para la empresa como es, toma de medidas correctivas que sirven para el mejoramiento continuo de las actividades que integran a la empresa, implementación de nuevas ideas en cuanto al servicio al cliente.

Administrar una comunicación integral

La empresa diseñará un plan estratégico donde se la hará seguimiento y evaluación a todos los procesos que se desarrollan desde un inicio, que va desde la publicidad en general, respuestas o comportamientos tanto de los usuarios como la publicidad los resultados, es necesario el control de todas las actividades planeadas y ejecutadas con el fin tener un plan de contingencia que servirá para contrarrestar cualquier anomalía detectada a tiempo.

Se tendrá en cuenta herramientas de mercadeo muy importantes las cuales son el eje primordial para el crecimiento continuo de la empresa como son:

El marketing directo es una herramienta de comunicación en la cual se implementa el correo directo donde nuestros clientes se le enviara un portafolio de servicio con la información necesaria de la empresa el telemarketing es otra herramienta importante, de modo que permite estar en contacto directo con los usuarios también contribuye para la pos-venta porque los clientes se sentirán más satisfechos con la empresa y los servicios.

Los sitios web resultan interesante para aquellos clientes que les gusta mantener en contacto on line con la empresas, buen diseño de pagina web será atractivo para los usuarios, tanto el contexto como el contenido.

Marketing de base de datos: se utilizará una base de datos obtenida en Cámara de Comercio, directorios telefónicos y llamadas que se realizaran con el mismo fin.

Marketing interactivo: se incluirá la dirección de la página web en toda la publicidad impresa.

Marketing personalizado en tiempo real: después de que el cliente tenga conocimiento de la empresa, la oferta y el mensaje que se desea transmitir será mucho más efectivo.

Marketing de por vida: después de tener un conocimiento amplio de cada uno de sus clientes, ODEC desarrollara un plan de fidelización por consiguiente permite clasificar a cada uno de sus usuarios; debido a esto, se personaliza el mensaje que se le va trasmitir a cada cliente.

Costos de publicidad para el lanzamiento de la empresa

Tabla 4

Articulo	Cantidad	Descripción	Costo
volantes	500	Papel propalcote, impreso con 4 tintas y brillo UV	\$350.000
Tarjetas de presenta	500	papel	\$20.000
carpetas	500	Papel Kimberley con brillo UV	\$400.000

camisetas	100	Tipo polo, bordada con el logo de ODEC color blancas y azules	\$1.000.000
cachuchas	100	Tela impermeables de color blancas y azules el logo bordado de ODEC en la parte frontal	\$600.000
lapiceros	100	Retráctil marcados con el logo de ODEC	\$100.000
llaveros	100	Plásticos, marcados con el logo de ODEC	\$60.000
Cuñas radiales		Frecuencia 3 veces al día por la emisora RCN mensual	\$360.000
Pagina web		diseño	\$200.000
Pagina web		Publicación anual	\$360.000
Periódico local		Aviso publicitario en el periódico El Regional durante un mes.	\$50.000
		Total	\$3.500.000

4.8 PRECIOS DE LOS PRODUCTOS

4.8.1 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS

Tabla 5

Factores que influyen	Descripción
<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto del cliente • Magnitud del evento • Precios de la competencia • Calidad y precio de los proveedores • Lugar donde se desarrollará el evento • Tipo de evento • Tiempo en organizar el evento • Temporadas del año • Forma de pago 	<ul style="list-style-type: none"> • Dependiendo del presupuesto que el cliente haya destinado para la ejecución del evento, esto influye en la variación del precio • La magnitud del evento es otro factor que determina el precio ya que el tamaño varía dependiendo de la actividad. • Los precios de la competencia son un factor importante en la determinación del precio • Si los costos de los insumos, materiales, equipos suben o bajan de precio, el costo del evento varia. • El espacio o lugar donde se desarrollará el evento depende el precio. • El tipo de evento es importante la determinación del precio permite la valorización del precio en la actividad.

4.8.2 LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS TOMANDO COMO BASE LOS COSTOS

Tabla 6

Producto	Costo
Ferías	\$ 20.000.000
Conferencias	\$ 4.000.000
Exposiciones	\$ 5.000.000
Lanzamiento de productos	\$ 10.000.000
Congresos	\$ 4.000.000
Inauguraciones	\$ 8.000.000
Aniversarios de empresas	\$ 10.000.000
Family day	\$ 15.000.000
Desayuno de trabajo	\$ 3.000.000
Almuerzo de trabajo	\$ 5.000.000
Cena de trabajo	\$ 5.000.000
Jornada de capacitaciones	\$ 7.000.000

LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS PROPUESTOS

Tabla 7

PRODUCTO OSERVICIO	PORCENTAJE DE AUMENTO	DESCRIPCION	PRECIOS PROPUESTOS
Ferías	40%	Según su magnitud varia el precio	\$ 28.000.000
Conferencias	40%	Según su magnitud varia el precio	\$ 5.600.000
Exposiciones	40%	Según su magnitud varia el precio	\$ 7.000.000
Lanzamiento de productos	40%	Según su magnitud varia el precio	\$ 14.000.000
Congresos	40%	Según su magnitud varia el precio	\$ 5.600.000
Inauguraciones	40%	Según su magnitud varia el precio	\$ 11.200.000
Aniversarios de empresas	40%	Según su magnitud varia el precio	\$ 14.000.000
Family day	40%	Según su magnitud varia el precio	\$ 21.000.000
Desayuno de trabajo	40%	Según su magnitud varia el precio	\$ 4.200.000
Almuerzo de trabajo	40%	Según su magnitud varia el precio	\$ 7.000.000

Cena de trabajo	40%	Según su magnitud varia el precio	\$ 7.000.000
Jornada de capacitaciones	40%	Según su magnitud varia el precio	\$ 9.800.000

4.8.3 POLÍTICA DE PRECIOS

Tabla 8

Descuento	Descripción	%
Descuento por volúmenes	Dependiendo la cantidad de eventos que una empresa contrate durante un año tendrá un descuento especial.	5%
Descuento por pronto pago	Si el cliente cancela el evento antes de la fecha acordada, recibirá un descuento.	1.5%
Venta de contado	El cliente cancela el evento de contado y obtendrá un descuento	2%
Venta a crédito	Si el cliente cancela el valor del evento a plazos, no obtendrá descuento puesto que el monto de esto aumentara.	2.5%

4.8.4 COSTOS ASOCIADOS A LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN

El personal administrativo se encargara de las ventas de los servicios de ODEC, utilizara herramientas de trabajo como la comunicación y la publicidad en donde se apoyaran con el portafolio de servicios y tendrán toda la información necesaria para la venta del servicio.

Tabla 9

Descripción	Costo unitario	Costo total
Portafolio de servicios x 500	\$1200	\$600.000
Transporte de personal de ventas	\$10.000	\$300.000
	Total	\$900.000

4.9 RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Tabla 10

Riesgos	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Desconocimiento de la empresa en la localidad por ser nueva en el mercado.• Los grandes competidores que existen en otras ciudades.	<ul style="list-style-type: none">• La llegada de nuevas empresas en la localidad ha generado un grado de competitividad en las ya existentes.• Las empresas necesitan ayuda para el mejoramiento de

<ul style="list-style-type: none"> • El orden publico por el cual pasa actualmente el país. • Cambio de legislación vigente que afecta el objeto social. • La competencia indirecta. 	<p>su imagen, personal, el incremento de nuevos clientes y el mejoramiento de sus ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del mercado objetivo.
---	--

4.10 PLAN DE VENTAS

ODEC para los siguientes años venderá más de 156 paquetes de servicios a sus clientes potenciales, logrando satisfacción en cuanto a sus gustos y preferencias. Si ODEC aplica los objetivos planeados obtendrá mayores ventas, de esta manera la empresa obtendrá los ingresos suficientes para el equilibrio y desarrollo de ella. Tendrá ventas manuales y anuales en los primeros 3 años como se apreciará en el siguiente cuadro.

Tabla 11

Periodos	Pronostico de venta mensual	Pronostico de ventas anual
Año 1	\$120.833.333	\$1.450.000.000
Año 2(aumento del 10%)	\$132.916.666	\$1.595.000.000
Año 3(aumento del 15%)	\$152.854.166	\$1.834.250.000
Año 4(aumento del 20%)	\$183.424.999	\$2.201.099.988
Año 5 (aumento del 20%)	\$220.109.998	\$2.641.319.986

5 ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN

ODEC tiene como objetivo desempeñar una excelente labor en todos los ámbitos que requiere la organización de un evento, logrando así un reconocimiento positivo en el mercado que se pretende conquistar.

5.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

- El proceso de producción inicia desde que se planea el evento que se va a organizar teniendo en cuenta ¿Cómo se hace? ¿Cuándo se hace? ¿Dónde se hace? ¿Por qué se hace?
- Se gestionan todas las necesidades que requiere la organización del evento.
- Se contrata el personal de apoyo, se capacita y se asignan las tareas que les corresponden a cada uno de ellos.
- Se dividen las actividades en comités como lo son logística, comunicación y merchandising:
 - Comité de comunicación: se encarga de diseñar y gestionar toda la comunicación en general como lo son diseño de imagen, realización de cartas e invitaciones y telemercadeo.
 - Comité de merchandising: diseña y gestiona la decoración, ambientación y la organización del POP del evento.
 - Comité de logística: se encarga de la coordinación y adecuaciones locativas del montaje y desmontaje de la infraestructura que requiere el

evento como son instalaciones eléctricas, instalaciones de equipo de audio, adecuación de paneles, silletería, transporte y alimentación.

Esto puede variar dependiendo el tipo de evento.

- Se realiza una breve evaluación de la actividad por medio de encuestas, listas de chequeo, método de observación, esta clase de evaluación sirve para recopilar información para el mejoramiento de otras actividades futuras.

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Tabla 12

Capacidad de producción	Cantidad	Mes 1
Ferías	24	2
Conferencias	12	1
Exposiciones	12	1
Lanzamiento de productos	12	1
Congresos	12	1
Inauguraciones	12	1
Aniversarios de empresas	12	1
Famy day	12	1
Desayuno de trabajo	12	1
Almuerzo de trabajo	12	1
Cena de trabajo	12	1
Jornada de capacitaciones	12	1
	156 eventos por año	13 evento por mes

5.2.1 REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA, EQUIPOS, MUEBLES Y ENSERES.

Recursos materiales
Feria Comercial

Necesidades de comunicación

Tabla 13

Cantidad	Ud. medida	Detalle	Costo unitario	Costo total
1	paquete	Resma de papel bond 75gr tamaño carta	\$15.000	\$15.000
2	unidad	Toners (1 color, 1 negro)	\$45.000	\$ 90.000
21	unidad	Carpetas Kimberley color blanco	\$ 500	\$10.500
33	unidad	Sobres tamaño carta bond, color blanco	\$200	\$6.600
57	unidad	Escarapelas a color, en papel Kimberley blanco plastificadas, con cordón.	\$800	\$45.600
			Total	\$167.700

Necesidades de logística

Tabla 14

Cantidad	Ud. medida	Detalle	Costo unitario	costo total
20	unidad	stand	150.000	3.000.000
10	pacas	agua	\$2.500	\$25.000
21	unidad	plafones	\$800	\$16.800
21	unidad	Toma corriente	\$1.500	\$31.500
1	unidad	Tarima de 2*2	\$1.000.000	\$1.000.000
21	unidad	bombillos	\$1.000	\$21.000
2	unidad	Cinta aislante negra	\$3.000	\$6.000
1	unidad	sonido	\$800.000	\$800.000
1	unidad	Lugar(palacio municipal)		
1	unidad	Cuña radial frecuencia 3 veces al día	\$20.000	\$360.000
1000	paquete	Volantes con papel propalcote impreso con 4 tintas y brillo UV	\$400.000	\$400.000
			total	\$5.660.300

Necesidades de merchandising

Tabla 15

Cantidad	Ud. medida	Detalle	Costo unitario	Costo total
7	paquete	Globos serpentex R12 (blanco y azul)	\$9.500	\$66.500
25	laminas	icopor	\$4.500	\$94.500
2	unidad	Rollo cinta papel blanco y azul	\$10.000	\$20.000
1	unidad	Rollo de pita amarilla	\$4.000	\$4.000
2	unidad	bisturí	\$2.500	\$5.000
2	caja	chinchas	\$1.500	\$3.000
20	unidad	Vinilo grande(10 azules, 10 blancos)	\$1.100	\$22.000
4	unidad	Pinceles grandes	\$1.200	\$4.800
2	unidad	Silicona liquida grande	\$ 7.000	\$14.000
			total	\$233.800

Family day

Necesidades

Tabla 16

Cantidad	Ud. medida	Detalle	Costo/unitario	Costo/total
			o	

1		Lugar	\$500.000	\$500.000
200	unidad	sillas	\$600	\$120.000
50	unidad	Mesas	\$1500	\$75.000
1	unidad	Transporte de sillas y mesas	\$50.000	\$50.000
200	unidad	refrigerios	\$2300	\$460.000
200	unidad	Almuerzos	\$4000	\$800.000
80	unidad	Regalos	\$30.000	\$2.400.000
1	unidad	Sonido	\$500.000	\$500.000
1	unidad	Juegos recreativos	\$1.000.000	\$1.000.000
2	Vehículo	transporte	\$200.000	\$400.000
			total	\$6.300.000

Necesidades de comunicación

Tabla 17

Cantidad	Ud. De medida	Detalle	Costo/unitario	Costo/total
50	unidad	Tarjetas de invitación	\$5.000	\$250.000

Conferencia

Necesidades

Tabla 18

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
1	Auditorio	\$30.000/5h	\$150.000
60	Refrigerios	\$3.000	\$180.000
1	Conferencista	\$150.000/5h	\$750.000
		total	\$1.080.000

Comunicación

Tabla 19

Cantidad	Detalle	Costo/unitario	Costo/total
60	invitaciones	\$1.500	\$90.000
60	Papelería	\$833	\$50.000
		total	\$140.000

Asamblea

Necesidades

Tabla 20

Cantidad	Detalle	Costo/unitario	Costo/total
1	Auditorio	\$150.000	\$150.000
1	Bufet	\$600.000	\$600.000

4	Manteles y forros	\$6.250	\$25.000
5	Ramos Flores	\$25.000	\$125.000
40	Cristalería (copas)	\$100.000	\$100.000
40	Papelería(folleto s, carpetas, fotocopias)	\$5.000	\$200.000
		Total	\$1.200.000

Exposición de un tema

Tabla 21

cantidad	Detalle	Costo/unitario	Costo/total
1	Auditorio	\$150.000	\$150.000
50	Refrigerios	\$3.000	\$150.000
50	Papelería(follet os, carpetas, fotocopias)	\$2.000	\$100.000
1	Expositor	\$1.000.000	\$1.000.000
		Total	\$1.400.000

Aniversario

Necesidades

Tabla 22

Cantidad	Detalle	Costo/unitario	Costo/total
1	Lugar	\$350.000	\$350.000
1	Bufet	\$3.000.000	\$3.000.000

50	Sillas	\$600	\$30.000
13	Mesas	\$1.500	\$19.500
20	Paquetes de bombas serpentex R12	\$9.500	\$190.000
3	Rollos de cinta de colores	\$10.000	\$30.000
1	Sonido	\$800.000	\$800.000
		Total	\$4.419.500

Congreso

Necesidades

Tabla 23

Cantidad	Detalle	Costo/unitario	Costo/total
1	Auditorio	\$350.000	\$350.000
50	refrigerios	\$2.500	\$125.000
50	Papelería (carpetas, folletos, fotocopias)	\$4.000	\$200.000
5	Apoyo logístico	\$25.000	\$125.000
1	Comunicación(publicidad)	\$500.000	\$500.000
		Total	\$1.300.000

Capacitaciones

Necesidades

Tabla 24

Cantidades	Detalle	Costo/unitario	Costo/unitario
1	auditorio	\$350.000	\$350.000
40	refrigerios	\$4.000	\$160.000
3	Personal de capacitación	\$800.000	\$2.400.000
5	Apoyo logístico	\$25.000	\$125.000
		Total	\$3.035.000

Lanzamiento de producto (patrocinando un evento)

Necesidades

Tabla 25

Cantidad	Detalle	Costo/unitario	Costo/total
1	Publicidad(cuñas radiales, volantes, pasacalles, diseño publicitario)	\$6.305.000	\$6.305.000
8	Apoyo logístico	\$30.000	\$240.000
1	Grupo musical	\$3.000.000	\$3.000.000
1	Animador	\$250.000	\$250.000
		Total	\$9.795.000

Desayuno de trabajo

Necesidades

Tabla 26

cantidad	detalle	Costo/unitario	Costo/total
1	auditorio	\$350.000	\$350.000
40	desayunos	\$5.000	\$200.000
40	Papelería(fotocopias, carpetas, folletos)	\$2.500	\$100.000
5	Ramos de flores	\$25.000	\$125.000
10	Manteles y forros	\$6.250	\$62.500
5	Apoyo logístico	\$25.000	\$125.000
		Total	\$962.500

Almuerzo de trabajo

Necesidades

Tabla 27

cantidad	detalle	Costo/unitario	Costo/total
1	auditorio	\$350.000	\$350.000
40	Almuerzos	\$8.000	\$320.000
40	Papelería(fotocopias, carpetas, folletos)	\$2.500	\$100.000
1	Juego de cristalería	\$100.000	\$100.000
5	Ramos de flores	\$25.000	\$125.000

10	Manteles y forros	\$6.250	\$62.500
5	Apoyo logístico	\$25.000	\$125.000
		Total	1.085.500

Cenas de trabajo

Necesidades

Tabla 28

cantidad	detalle	Costo/unitario	Costo/total
1	auditorio	\$350.000	\$350.000
40	Comidas	\$10.000	\$400.000
40	Papelería(fotocopias, carpetas, folletos)	\$2.500	\$100.000
5	Ramos de flores	\$25.000	\$125.000
1	Juego de cristalería	\$100.000	\$100.000
10	Manteles y forros	\$6.250	\$62.500
5	Apoyo logístico	\$25.000	\$125.000
		Total	\$1.262.500

5.2.2 REQUERIMIENTO DE PERSONAL.

Tabla 29

Personal	Descripción	Tipo de contrato	Proveedor	Valor del día
----------	-------------	------------------	-----------	---------------

Apoyo logístico	Es el personal que se contratara para el montaje y desmontaje logístico de los eventos en los que se requieran.	Verbal termino indefinido no admite pactar un periodo de prueba, Serán cubiertos por los riesgos profesionales	Instituciones como: el SENA, Universidad de Antioquia en otras.	\$ 30.000
-----------------	---	--	---	-----------

Feria

Tabla 30

Recursos humanos	Cantidad	Descripción	Costo/unitario	Costo total
Animador	1	Es el encargado de desarrollar todas las actividades de entretenimiento durante el evento	\$300.0000	\$300.000
Electricista	1	Mantenimiento de las redes eléctricas durante el evento	\$250.000	\$250.000
Seguridad	2	Personal encargado de la seguridad en el evento	\$50.000	\$100.000

Apoyo logístico	10	Varía dependiendo la magnitud del evento y los días de la actividad por lo regular son tres días el cual equivale a 30.000	\$90.000	\$900.000
			Total	\$1.550.000

Famiy day

Tabla N°31

Tabla 31

Cantidad	Ud.de medida	Detalle	Costo/Unitario	Costo/total
1	Unidad	Animador	\$200.000	\$200.000
2	Unidad	Recreacionista	\$250.000	\$500.000
6	Unidad	Apoyo logístico	\$30.000	\$180.000
			total	\$880.000

Lanzamientos de productos, conferencias

Tabla 32

Cantidad	Detalle	Costo/unitario	Costo/total
1	camarógrafo	\$60.000	\$60.000
5	Apoyo logístico	\$30.000	\$150.000
		Total	\$210.000

Aniversarios e inauguraciones

Tabla 33

Cantidad	Detalle	Costo /unitario	Costo/total
1	Animador	\$150.000	\$150.000
1	Orquesta	\$5.000.000	\$5.000.000
8	Apoyo logístico	\$30.000	\$240.000
		Total	\$5.390.000

Total costo de producción \$46.321.800

Variables que influyen en los costos de cada evento

- La magnitud de los eventos
- El lugar del evento
- El tiempo que dure el evento
- El personal contratado sea reconocido (famoso)
- La cantidad de personas que hacen parte del evento
- Si el cliente es patrocinador, los costos no son iguales
- La clase de decoración que el cliente escoja y alimentos.

5.3 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN (SERVICIO)

Evento

Tabla 34

Actividad	Descripción
A. Planeación	Es la planeación de toda la actividad que se pretende desarrollar de lo que se va hacer de principio a fin.
B. Diseño	En esta parte se diseñan planos, bocetos, bosquejos, comunicación, se escogen proveedores, insumos, equipos, lugar, personal y tiempos.
C. Gestión	Es la ejecución de cartas llamadas, visitas y negociaciones con proveedores en general para determinar los costos
D. Compra	Es el día donde se realizan las correspondientes compras de las necesidades que requiere el evento.
E. Reclutamiento y entrenamiento	Se recluta el personal, se entrevistan, luego se escogen los necesarios y se les realiza una breve inducción de las actividades que desempeñaran. Serán capacitados en servicio al cliente. Esto se hace en caso de que aplique.
F. Arrendamiento de equipos	En caso de que aplique, se realizaran las correspondientes gestiones de equipos y arrendamiento de estos.
G. Confirmación	Es cuando se confirma y se tiene seguridad de las necesidades que se gestionaron.
H. Preevento	El preevento se realiza un día antes del evento, es el montaje logístico como son: el sonido, stand, tarima, decoración.

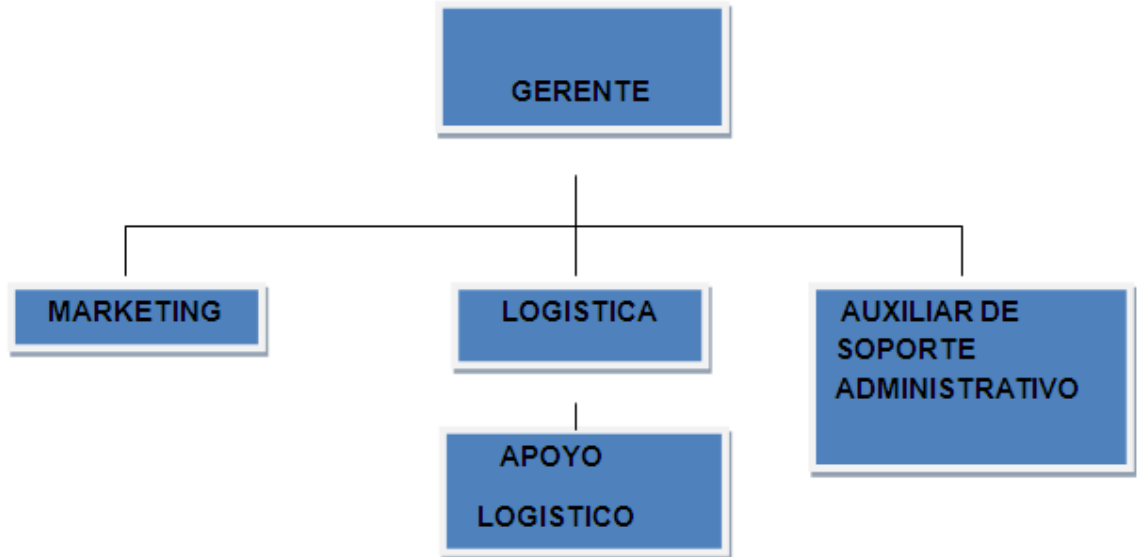
	en equipo al momento de realizar cualquier evento.	
Auxiliar de soporte admón.	Es quien se encarga de apoyar a los miembros administrativos en todas las tareas donde sea requerida, esto lo logra cuando trabaja en equipo y forma parte importante de todos los procesos que demanda la organización de un evento, esto se hace dentro y fuera de de la empresa.	27 días al mes

6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO

6.2.1 ORGANIGRAMA

Figura N°22

Figura 22



6.2.2 DESCRIPCIÓN FUNCIONAL DE LA ORGANIZACIÓN

Tabla N°37

Tabla 37

CARGOS ADMINISTRATIVOS	DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES
Gerente Financiero	Es el encargado de administrar todos los procesos de la empresa y la parte legal, además se encarga de

	todos los movimientos como son entradas y salidas de los procesos financiera, evaluándolas posibilidad para una excelente toma de decisiones para beneficio de la empresa.
Jefe Mercadeo	Se encarga de todos los procesos de mercadeo y venta de la empresa como tal y de las estrategias del marketing y planeación de los eventos que se organizan.
Jefe de logística	Es el encargado de la gestión de las necesidades que requiere un evento, además de escoger y capacitar el personal de apoyo logístico, también es el coordinador del montaje y desarrollo de los eventos.
Auxiliar de soporte admón.	Se encarga de la nomina, del servicio al cliente y de la comunicación como son: las cartas, fax, tele mercadeo y apoyo del personal de administración.

6.3 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA ADMINISTRACIÓN

6.3.1 LOCACIONES

Las instalaciones de ODEC estarán ubicadas en el centro comercial Cauca Centro el cual tiene un costo mensual \$1.000.000 + gasto administrativo \$ 200.000. El local tiene una medida de 53x80m2.

Necesidades del local: instalación del internet, aire acondicionado, líneas telefónicas y adecuaciones de publicidad (aviso).

6.3.2 REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS, SOFTWARE, MUEBLES Y ENSERES.

Tabla 38

Muebles y Enceres	Cantidad	Proveedor	Precio unitario	Precio total
Escritorios	4	La bodega del mueble	\$320.000	\$1.280.000
Muebles	1	La bodega del mueble	\$1.400.000	\$1400.000
Sillas de oficina	4	Almacenes EXITO	\$44.900	\$179.600
Sillas	8	Almacenes EXITO	\$34.900	\$279.200
Archivador	1	La bodega del mueble	\$380.000	\$380.000
Aire acondicionado de 2 caballos	1	Almacenes Vima	\$1.680.000	\$1.680.000
Nevera pequeña	1	Almacenes Vima	\$420.000	\$420.000

Tabla 39

Equipos de oficina	Cantidad	Proveedor	Valor/unitario	Valor/ total
Computador	4	Almacenes EXITO	\$1.999.000	\$4.796.000
Computador Portátiles	2	Almacenes Vima	\$1.400.00	2.800.000
Video bean	2		\$2.100.000	\$4.200.000
Teléfono fax	1	Almacenes Vima	\$399.999	\$399.999
Teléfonos	3	Almacenes EXITO	\$30.000	\$90.000
Memorias USB de 4 Gigas	4	Almacenes EXITO	\$60.000	\$240.000
Cámara fotográfica	1	Almacenes EXITO	\$599.999	\$599.999
			total	\$13.125.998

6.3.3 REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS.

Los salarios son con base al mínimo \$496.900

Tabla 40

SERVICIOS	PROVEEDOR	DESCRIPCION	Costo/U	Costo total
Salud: cotizantes cuatro personas	Salucoop Eps	El 12.5% del salario base de cotización, el empleado 4% y el empleador 8.5%	\$62.125	\$260.500
Riesgos Profesionales	Surated	1.044% es lo que se pagara de los riesgos profesionales y lo asume el empleador	\$5.188	\$20.752
Pensión	Protección	El 15.5% del ingreso base de cotización que es el salario mensual del trabajador, empleado 3.875% y el empleador 11.625%	\$77.035	\$308.140
Aporte parafiscales	Comfenalco Antioquia	El empleador debe pagar el 9% del monto de nomina a la caja de		\$477.000

		compensación familiar. 4% de este aporte se destina al pago de subsidio familiar, el 3% al ICBF y el 2% al SENA		
Mantenimiento de equipos de oficina	Zona digital	Mantenimiento y reparación de equipos de oficina cada 6 meses.		\$ 50.000
luz	EPM	KWh		\$130.000
Teléfono	EdateL			\$100.000
Celular (pos pago)	Comcel	1 plan pos pago de \$1.500 minutos		\$120.000
Internet	EdateL			\$66.000
Mensajería	Servientrega	Dependiendo del peso del paquete.		\$6.000
			Total	\$1.538.392

6.3.4 REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

Tabla 41

Recursos Humanos	Cantidad	Descripción	Costo/total
Gerente financiero	1	Su salario será de más de dos salarios mínimos, tendrá derecho afiliación al sistema de seguridad social (EPS, ARP, Aporte de pensión y auxilio de transporte)	\$1. 300.000
Jefe de Mercadeo	1	Su salario será de más de dos salarios mínimos, tendrá derecho afiliación al sistema de seguridad social (EPS, ARP, Aporte de pensión y auxilio de transporte)	\$ 1.100.000
Jefe de logística	1	Su salario será de más de dos salarios mínimos, tendrá derecho afiliación al sistema de seguridad social (EPS, ARP, Aporte de pensión y auxilio de transporte)	\$ 1.100.000
Auxiliar de soporte técnico	1	Su salario será de más de un salarios mínimos, tendrá derecho afiliación al sistema de seguridad social (EPS, ARP, Aporte de pensión y auxilio de transporte)	\$ 700.000
			\$ 5.300.000

6.4 PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN

Tabla 42

Actividad	Descripción
Preoperativas	
1. Adecuación de la oficina	Es la adecuación de la oficina la ubicación de los espacios del personal administrativo.
2. Contratación del personal	Es cuando ODEC contrata el personal administrativo y se designan tareas.
3. Inducción	Es la inducción corporativa
4. Asignación de tareas	Es la guía verbal de las actividades que tiene que desempeñar cada persona.
Actividades operativas	
5. Estrategias de Ventas	Son todas las estrategias encaminadas para el proceso de venta
6. Manejo de proveedores	Es la base de datos actualizada de todos los proveedores que cuanta la empresa.
7. Manejo financiero y contable	Es el manejo contable de todas las actividades financieras como las entradas y salidas de activos, estado de perdida y ganancias
8. Facturación	Es el sistema de facturación que se aplica con los clientes.

Diagrama de Gantt

Tabla 43

Tiempo de actividad	Mes																												
	1 SEMANA							2 SEMANA							3 SEMANA							4 SEMANA							
1	█	█	█																										
2		█																											
3	█	█	█																										
4				█	█	█	█																						
5									█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
6									█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
7									█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
8									█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Sociedad limitada:

Se constituye por escritura pública o de documento privado. Deberá constituirse con un mínimo de 2 socios y no podrá tener más de 25.

Los socios tienen responsabilidad limitada al monto del aporte. El nombre o denominación social deberá estar acompañado de la palabra "limitada" o su abreviatura "Ltda." de lo contrario, los socios responderán de manera solidaria e ilimitada.

Quien desee ceder en todo o en parte sus cuotas, las debe ofrecer primero a los demás asociados.

El capital social está constituido por los aportes iniciales de los socios declarado en el acto de constitución, que deberá estar totalmente pagado en el momento de constituirse la sociedad. No se admite pagos a plazo. Este capital se deberá dividir en cuotas sociales de igual valor nominal. El órgano máximo de administración es la junta de socios quien debe nombrar el representante legal y aprobar las reformas estatutarias.

7.2 CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PUBLICAS

Tabla 44

Tramites y Certificaciones	Costo
Registro de cámara y comercio	\$41.000
Inscripción en la DIAN para el diligenciamiento del NIT(número de identificación tributaria)	\$500.000
Inscripción o matricula en industria y comercio	\$20.000
RUT (no tiene costo)	No tiene costo
total	\$561.000

8 ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO

8.1.1 RECURSOS PROPIOS

Tabla 45

Nombre del socio	Aporte	Momento
Angélica Henao Ricardo	\$8.700.000	Octubre /2009
Viviana Martínez Medrano	\$8.700.000	Octubre /2009
Paola Olano Esquivel	\$8.700.000	Octubre /2009

8.2 INGRESOS Y EGRESOS.

Ingresos

Tabla 46

Política de ventas				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	10%	15%	20%	20%

Tabla 47

Política de costos y gastos				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	6.5%	6.0%	6.0%	6.0%

Tabla 48

proyección	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ingresos	\$1.450.000.000	\$1.595.000.000	\$1.834.250.000	\$2.201.099.988	\$2.641.319.986
-Costos de producción	\$555.861.600	\$591.992.604	\$627.512.160	\$665.162.889	\$705.072.662
Utilidad marginal	\$894.138.400	\$1.003.007.396	\$1.206.737.840	\$1.535.937.099	\$1.936.247.324
-Gastos y Costos de administración	\$253.972.680	\$270.480.904	\$286.709.758	\$303.912.343	\$322.147.088
-Gastos y costos de venta	\$129.600.000	\$138.024.000	\$146.304.440	\$155.082.706	\$164.387.668
-Gastos y costos financieros	\$6.425.485	\$12.850.971	\$19.276.457	\$25.701.943	\$32.127.429
Utilidad neta	\$504.140.235	\$581.651.521	\$754.497.185	\$1.051.240.107	\$1.471.585.139
-Impuestos después interés (33%)	\$166.366.277	\$191.945.001	\$248.967.571	\$346.909.235	\$467.803095
Utilidad neta después de interés	\$337.773.957	\$389.706.519	\$505.479.614	\$704.330.871	\$949.782.043

8.2.1 EGRESOS

8.2.1.1 INVERSIONES

Inversiones de activos fijos

Tabla 49

Equipos de oficina	Cantidad	Valor/unitario	Valor/ total
Computador	4	\$1.999.000	\$4.796.000
Computador Portátiles	2	\$1.400.00	2.800.000
Video bean	2	\$2.100.000	\$4.200.000
Teléfono fax	1	\$399.999	\$399.999
Teléfonos	3	\$30.000	\$90.000
Memorias USB de 4 Gigas	4	\$60.000	\$240.000
Cámara fotográfica	1	\$599.999	\$599.999
		total	\$13.125.998

Tabla 50

Muebles y Enceres	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Escritorios	4	\$320.000	\$1.280.000
Muebles	1	\$1.400.000	\$1400.000
Sillas de oficina	4	\$44.900	\$179.600
Sillas	8	\$34.900	\$279.200
Archivador	1	\$380.000	\$380.000
Aire acondicionado de 2 caballos	1	\$1.680.000	\$1.680.000
Nevera pequeña	1	\$420.000	\$420.000
Total			\$5.618.800

Gastos

Gastos Administrativos y legales

- Gastos Administrativos y Legales

Tabla 51

Recursos Humanos	Cantidad	Costo/total
Gerente financiero	1	\$1.300.000

Jefe de Mercadeo	1	\$ 1.100.000
Jefe de logística	1	\$ 1.100.000
Auxiliar de soporte técnico	1	\$ 700.000
Total		\$ 5.300.000

Tabla 52

SERVICIOS	DESCRIPCION	Costo/U	Costo total
Salud: cotizantes cuatro personas	El 12.5% del salario base de cotización, el empleado 4% y el empleador 8.5%	\$62.125	\$260.500
Riesgos Profesionales	1.044% es lo que se pagara de los riesgos profesionales y lo asume el empleador	\$5.188	\$20.752
Pensión	El 15.5% del ingreso base de cotización que es el salario mensual del trabajador, empleado 3.875% y el empleador 11.625%	\$77.035	\$308.140
Aporte parafiscales	El empleador debe pagar el 9% del monto de nomina a la caja de compensación familiar. 4% de este aporte se destina al pago de subsidio familiar, el 3% al ICBF y el 2% al SENA		\$477.000
Mantenimiento de equipos de oficina	Mantenimiento y reparación de equipos		\$ 50.000

	de oficina cada 6 meses.		
luz	KWh		\$130.000
Teléfono			\$100.000
Celular (pos pago)	1 plan pos pago de \$1.500 minutos		\$120.000
Internet			\$66.000
Mensajería	Dependiendo del peso del paquete.		\$6.000
		Total	\$1.538.392

- Gastos Amortización de diferidos

Monto total \$20.000.000

Años 5

Tasa de interés 20.5%

Pago mensual \$535.457.16

Tabla 53

Año	Pago total	Interés total	Equidad	Balance
1	\$6.425.485.92	\$3.868.567.34	\$2.556.918.58	\$17.443.081.42
2	\$12.850.485.83	\$7.160.801.07	\$5.690.170.76	\$14.309.829.24
3	\$19.276.457.75	\$9.746.794.67	\$9.529.663.08	\$10.470.336.92

4	\$25.701.943.67	\$11.467.360.45	\$14.234.583.21	\$5.765.416.79
5	\$32.127.429.58	\$12.127.429.58	\$20.000.000	\$0.00

8.3 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

8.3.1 FLUJO DE CAJA

Tabla 54

concepto	Inversión año (0)	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Entradas en efectivo						
Ingresos x ventas		1.450.000.000	1.595.000.000	1.834.250.250	2.201.099.98 8	2.641.31998 6
Aportes de capital	26.000.000					
Crédito proveedore s						
Préstamos bancarios	20.000.000					
Otros ingresos del proyecto						

Total entradas en efectivo	46.000.000	1.450.000.000	1.595.000.000	1.834.250.250	2.201.099.98 8	2.641.31998 6
Salidas en efectivo						
Aumentos activos totales	26.000.000	492.646.183	560.419.749	724.184.184	1.012.810.79 6	1.372.050.28 1
Costos y gastos de operación	15.000.000	945.859.765	1.013.348.479	1.079.802.815	1.149.859.88 9	1.223.734.84 7
Costos financieros	5.000.000	3.868.567	7.160.801	9.746.794	11.467.360	12.127.429
Pago prestamos		6.425.485	12.850.971	19.276.457	25.701.943	32.127.429
Impuestos		1.200.000	1.220.000	1.240.000	1.260.000	1.280.000
dividendos						
Total salidas efectivo	46.000.000	1.450.000.000	1.595.000.000	1.834.250.250	2.201.099.98 8	2.641.319.98 6

8.3.2 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (ESTADO DE RESULTADOS)

Tabla 55

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ventas	1.450.000.000	1.595.000.000	1.834.250.250	2.201.099.988	2.641.319986
-Costos de producción	\$555.861.600	\$591.992.604	\$627.512.160	\$665.162.889	\$705.072.662
=Utilidad bruta	\$894.138.400	\$1.003.007.396	\$1.206.737.840	\$1.535.937.099	\$1.936.247.324
-Gastos	\$389.998.165	\$421.355.875	\$ 452.290.655	\$ 484.696.992	\$ 518.662.185
=Utilidad antes de impuesto	\$504.140.235	\$581.671.521	\$754.447.149	\$1.051.240.107	\$1.417.585.139
-Impuesto	\$166.366.277	\$191.951.601	\$248.967.559	\$346.909.235	\$467.803.095
=Utilidad Neta	\$337.773.957	\$389.719.919	\$505.479.590	\$704.330.872	\$949.782.043

8.3.3 BALANCE GENERAL

Año 1

Tabla 56

ACTIVOS			PASIVO \$			
CORRIENTE \$			Cuenta por pagar			
Caja y Bancos		46.000.000	Obligaciones Fras.			6.425.485
Cuentas por cobrar			Impuestos por pagar			8.834.517
Inventarios			Documentos por pagar			3.868.567
TOTAL CORR.		46.000.000	TOTAL PASIVO			19.128.569
FIJOS \$			PATRIMONIO \$			
Maquinaria		13.125.998	Capital			26.000.000
Muebles y Enseres		5.618.800	Reservas			
Dep. Acumulada			Utilidad del Ejercicio			19.616.229
TOTAL FIJOS		18.744.798	TOTAL PATRIMONIO			45.616.229
TOTAL ACTIVOS		64.744.798	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			64.744.798

Año 2

Tabla 57

ACTIVOS			PASIVO \$			
CORRIENTE \$			Cuenta por pagar			
Caja y Bancos		64.400.000	Obligaciones Fras			12.850.971
Cuentas por cobrar			Impuestos por pagar			10.601.420
Inventarios			Documentos por pagar			7.160.801
TOTAL CORR.		64.400.000	TOTAL PASIVO			30.613.192
FIJOS \$			PATRIMONIO \$			
Maquinaria		18.376.397	Capital			

Muebles y Enseres		7.866.320	Reservas		33.821.874
Dep. Acumulada			Utilidad del Ejercicio		26.207.651
TOTAL FIJOS		26.242.717	TOTAL PATRIMONIO		60.029.525
TOTAL ACTIVOS		90.642.717	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		90.642.717

Año 3

Tabla 58

ACTIVOS			PASIVO \$			
CORRIENTE \$			Cuenta por pagar			
Caja y Bancos		90.160.000	Obligaciones Fras			19.276.457
Cuentas por cobrar			Impuestos por pagar			11.661.562
Inventarios			Documentos por pagar			9.746.794
TOTAL CORR. FIJOS \$		90.160.000	TOTAL PASIVO PATRIMONIO \$			40.684.813
Maquinaria		20.214.036	Capital			
Muebles y Enseres		8.652.952	Reservas			41.651.464
Dep. Acumulada			Utilidad del Ejercicio			36.690.711
TOTAL FIJOS		28.866.988	TOTAL PATRIMONIO			78.342.175
TOTAL ACTIVOS		119.026.988	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			119.026.988

Año 4

Tabla 59

Tabla N°59

ACTIVOS			PASIVO \$			
CORRIENTE \$			Cuenta por pagar			
Caja y Bancos		126.224.000	Obligaciones Fras			25.701.943
Cuentas por cobrar			Impuestos por pagar			12.827.718
Inventarios			Documentos por pagar			11.467.360
TOTAL CORR.		126.224.000	TOTAL PASIVO			49.997.021
FIJOS \$			PATRIMONIO \$			
Maquinaria		22.235.439	Capital			
Muebles y Enseres		9.518.247	Reservas			56.613.670
Dep. Acumulada			Utilidad del Ejercicio			51.366.995
TOTAL FIJOS		31.753.686	TOTAL PATRIMONIO			107.980.665
TOTAL ACTIVOS		157.977.686	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			157.977.686

Año 5

Tabla 60

ACTIVOS			PASIVO \$			
CORRIENTE \$			Cuenta por pagar			
Caja y Bancos		176.713.600	Obligaciones Fras.			32.127.429
Cuentas por cobrar			Impuestos por pagar			14.110.489
Inventarios			Documentos por pagar			12.127.429
TOTAL CORR.		176.713.600	TOTAL PASIVO			58.365.347
FIJOS \$			PATRIMONIO \$			
Maquinaria		31.129.614	Capital			

Muebles y Enseres		10.470.071	Reservas			47.334.460
Dep. Acumulada			Utilidad del Ejercicio			71.013.793
TOTAL FIJOS			TOTAL PATRIMONIO			118.348.253
TOTAL ACTIVOS		176.713.600	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			176.713.600

8.4 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

8.4.1 VALOR PRESENTE NETO

$$VPN = -P + \frac{F}{(1+i)^n}$$

P= inversión inicial

F= valor futuro

i= tasa de interés (20.5%)

n= numero de periodos

Valor presente neto (ingresos)

Tabla 61

VPNI 1	VPNI 2	VPNI 3	VPNI 4	VPNI 5	TOTAL
\$1.203.319.5 02	\$1.098.465.9 36	\$1.048.328.4 86	\$1.043.978.5 70	\$1.039.646.7 09	\$5.433.739.2 03

Valor presente neto (egresos)

Tabla 62

VPNE 1	VPNE 2	VPNE 3	VPNE 4	VPNE 5	TOTAL
\$784.945.863	\$697.886.385	\$617.139.457	\$545.376.897	\$481.672.766	\$3.127.021.368

$$\text{VPNI} - \text{VPNE} = \$5.433.739.203 - \$3.127.021.368 = \$2.306.717.835$$

$$\text{VPN} = -1.450.000.000 + 2.306.717.835 = \mathbf{\$856.717.835}$$

Relación costo beneficio

$$\text{RB/C} = \frac{\text{VPNI}}{\text{VPNE}}$$

$$\text{RB/C} = \frac{5.433.739.203}{3.127.021.368} = 1.737672552 \text{ rentabilidad}$$

8.4.2 TASA INTERNA DE RETORNO

Tabla 63

VPNI 1(1.20)	VPNI 2(1.20)	VPNI 3(1.20)	VPNI 4(1.20)	VPNI 5(1.20)	TOTAL
\$1.208.333.333	\$1.107.638.889	\$1.061.487.269	\$1.061.487.263	\$1.061.487.263	\$5.500.434.017
VPNI 1 (1.21)	VPNI 2 (1.21)	VPNI 3 (1.21)	VPNI 4 (1.21)	VPNI 5 (1.21)	TOTAL
\$1.198.347.107	\$1.089.406.461	\$1.035.386.306	\$1.026.829.389	\$1.018.343.196	\$5.368.312.459

Tabla 64

VPNE 1(1.20)	VPNE 2(1.20)	VPNE 3(1.20)	VPNE 4(1.20)	VPNE 5(1.20)	TOTAL
\$788.216.470	\$703.714.221	\$624.885.888	\$554.523.480	\$491.791.589	\$3.163.131.647
VPNE 1(1.21)	VPNE 2(1.21)	VPNE 3(1.21)	VPNE 4(1.21)	VPNE 5(1.21)	TOTAL
\$781.702.285	\$692.130.646	\$609.520.538	\$536.418.124	\$471.802.758	\$3.091.574.351

VPN (1.20)

$\$5.500.434.017 - \$3.163.131.647 = \$2.337.302.370$

VPN (1.21)

$\$5.368.312.459 - \$3.091.574.351 = \$2.276.738.109$

8.4.3 INDICADORES FINANCIEROS PROYECTADOS

Tabla 65

Indicador	Relación	Unidad
• Razón corriente o circulante=	46.000.000 / 19.128.569	2.404779992 veces
• Respaldo de activos fijos=	18.744.798/ 32.127.429	0.583451542 veces
• Rendimiento del patrimonio	337.773.957 / 45.616.229	7.404688296 veces

Razones de apalancamiento		
<ul style="list-style-type: none"> • Índice de endeudamiento total= 	32.127.429 / 64.744.798	0.496216375%
Razones de rentabilidad		
<ul style="list-style-type: none"> • Margen bruto de utilidad= 	$337.773.957 \times 100 / 1.450.000.000$	23.29475566%
<ul style="list-style-type: none"> • Rendimiento sobre el patrimonio= 	$337.773.957 \times 100 / 890.647.000$	37.92456012%

- La razón corriente es de 2.404779992 para el primer año, lo que indica que por cada peso que debo en el pasivo corriente, tengo más de 2 peso para pagar dicha deuda, esta razón se sigue manteniendo positiva para el resto de los años.
- Para el primer año, la utilidad neta o rentabilidad del patrimonio es de 37.92456012% con respecto al patrimonio total de la empresa.
- La utilidad o rentabilidad Bruta del año 1 es el 23.29475566% con respecto a los ingresos del mismo año
- Para el año 1, las deudas a largo plazo corresponden al 0.496216375% (endeudamiento a largo plazo) del patrimonio total de la empresa.
- Durante el primer año, el patrimonio corresponde a 7.404688296 veces el activo fijo de la empresa. Este valor aumenta considerablemente con los años hasta situarse.

8.4.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD (VARIACIÓN DE LA DEMANDA)

Tabla 66

		Variación + 10%	Variación -10%
Demanda	=1237	1.360	1.113
VPN	= \$856.717.835	\$942.389.618	\$717.046.051
TIR	= 2.337.302.370	2.571.032.607	2.103.572.133

En el análisis de sensibilidad se obtuvieron los siguientes valores:

En primer lugar, se analizó la posibilidad de que los ingresos disminuyeran debido a una disminución del 10% en la demanda. Bajo estas condiciones, se obtuvo un valor presente neto superior al normal, estimado en \$942.389.618, mientras que la tasa interna de retorno asciende a 2.571.032.607.

Continuando con el cambio de la demanda, también se analizó la posibilidad pesimista de una disminución del 10% en la demanda del proyecto. Bajo este contexto, se obtuvo un valor de \$717.046.051 para el VPN y una TIR de 2.103.572.133, la cual sigue permaneciendo por encima de la tasa de oportunidad.

8.4.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD (VARIACIÓN DEL PRECIO)

Tabla 67

Servicios	Precios	Variación +15%	Variación -15%
Feria	\$ 28.000.000	\$32.200.000	\$23.800.000
Conferencias	\$ 5.600.000	\$6.440.000	\$4.760.000
Exposiciones	\$ 7.000.000	\$8.050.000	\$5.950.000
Lanzamiento de productos	\$ 14.000.000	\$16.100.000	\$11.900.000
Congresos	\$ 5.600.000	\$6.440.000	\$4.760.000
Inauguraciones	\$ 11.200.000	\$12.880.000	\$9.520.000
Aniversarios de empresas	\$ 14.000.000	\$16.100.000	\$11.900.000
Family day	\$ 21.000.000	\$24.150.000	\$17.815.000
Desayuno de trabajo	\$ 4.200.000	\$4.830.000	\$3.570.000
Almuerzo de trabajo	\$ 7.000.000	\$8.050.000	\$5.950.000
Cena de trabajo	\$ 7.000.000	\$8.050.000	\$5.950.000
Jornada de capacitaciones	\$ 9.800.000	\$11.270.000	\$8.330.000

Tabla 68

		Variación +\$15%	Variación -15%
VPN	\$856.717.835	\$ 985.225.510	\$728.210.159
TIR	2.337.302.370	2.687.897726	1.986.707.015

Otra variable importante en el análisis de sensibilidad es el precio de los productos, los cuales afectan considerablemente los indicadores económicos del proyecto.

Teniendo en cuenta un aumento del precio de 10%, se obtienen un VPN d\$ 985.225.510, mientras que la TIR aumenta hasta 2.687.897726, aproximadamente. Si analizamos una disminución del 10% de los precios, obtenemos un valor de \$728.210.159 para el VPN y 1.986.707.015 para la TIR.

9. Conclusiones

Finalmente podemos decir que todo el proceso investigativo que se realizó en el plan de negocio llamado ODEC, cumplió con el objetivo propuesto que fue, Investigar en el municipio de Caucasia, la factibilidad de crear una empresa organizadora de eventos empresariales y comerciales, que ofrezca un excelente servicio en todos los ámbitos que requiere la organización de un evento. Se implementaron diferentes estrategias para la recopilación de información que sería de suma importancia, se aplicaron métodos como la encuesta, entrevistas, listas de chequeo y además de contar con una herramienta muy importante como la internet.

En el proceso investigativo se analizaron las siguientes variables

- a. Investigación de la esencia del plan de negocio
- b. Investigación de mercados
- c. Investigación a proveedor
- d. Investigación de la competencia
- e. Investigación financiera

Es importante destacar que después de haber realizado todo la investigación se recopilaron datos que soportan que realmente es viable ejecutar una empresa de este tipo en el municipio de Caucasia, cuenta con un gran respaldo que es la investigación de mercados de modo que permite deducir que ODEC cuenta con los clientes reales y potenciales para el sostenimiento y crecimiento de la misma, que su competencia no la afectaría directamente, además de proveedores dispuestos a prestar su mejor servicio y que la parte financiera muestra que tan productiva puede llegar a ser si se ejecutara esta gran idea.

10.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bajo Cauca Desarrollo Regional: Una tarea común universidad - región. Grupo de investigación región Bajo Cauca. Medellín 2003. 118 Pág.

