

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE
SERVICIOS LOGISTICOS "SERVILOG", EN LA CIUDAD DE IBAGUÉ

FORERO BECERRA XIOMARA ANDREA
SALINAS SALINAS RIGOBERTO

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
GESTION COMERCIAL Y DE NEGOCIOS
IBAGUÉ
2015

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE
SERVICIOS LOGISTICOS "SERVILOG", EN LA CIUDAD DE IBAGUÉ

FORERO BECERRA XIOMARA ANDREA
SALINAS SALINAS RIGOBERTO

Trabajo de grado para optar el título de:
Tecnólogo en Gestión Comercial y de Negocios

Director:
Mg. DEYCI MERCEDES SANTOS CÁRDENAS

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
GESTION COMERCIALY DE NEGOCIOS
IBAGUÉ
2015

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Deseamos dedicarle este trabajo primeramente a Dios todo poderoso y a la Virgen, por la vida, por permitirnos culminar este trabajo, por ser esa guía interminable, por no dejar que desfalleciéramos, porque siempre están ahí cuando más lo necesitamos, a todos nuestros profesores del programa de Gestión Comercial y de Negocios por sus invaluable conocimientos transmitidos a lo largo de nuestra carrera, a nuestra asesora del proyecto, a todos los que nos han apoyado una y otra vez, y a quienes no mencionamos por lo extensa que sería la lista.

Xiomara y Rigoberto.

A mi madre Amanda y a su compañero, a mi padre (fallecido), a mis hermanos, a mi esposo y a mi hija adorada Emily, quienes han sido ese motor de vida, gracias Dios por permitirme ser parte de esta familia, pues la fortuna más grande es tenerlos conmigo y el tesoro más valioso son todos y cada uno de los valores que me han inculcado.

Xiomara.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

1. EL PROBLEMA U OPORTUNIDAD	12
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.3. DESCRIPCIÓN DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	13
1.3.1. Cuál es el mercado potencial para la empresa	13
1.3.2. Planteamiento de la oportunidad de negocio:	13
2. JUSTIFICACIÓN Y TERMINO DE REFERENCIA	15
2.1. RECONOCIMIENTO DEL ENTORNO	15
2.1.1. Medio Socio Cultural	15
2.1.2. Medio Económico	16
2.1.3. Medio Político	16
2.1.4. Medio tecnológico	16
2.1.1. Medio Ecológico	17
2.2. ANÁLISIS GLOBAL DEL ENTORNO	17
3. OBJETIVOS	19
3.1. OBJETIVO GENERAL	19
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
4. PROCEDIMIENTOS METODOLOGICOS	20
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	20
4.2. FUENTES Y TÉCNICAS PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	20
4.2.1. Población	20
4.2.2. Muestra	21
4.2.3. Tipo de muestreo	21
4.2.4. Técnicas o instrumentos a utilizar	22
4.2.5. Fuentes de información: internas o externas (primarias o secundarias)	22

4.3.	PROCESAMIENTO DE DATOS	23
5.	ALCANCES DEL PROYECTO	33
5.1.	PROYECCIONES	33
5.2.	LIMITACIONES	24
6.	ESTUDIO DE MERCADO	35
6.1	EL PRODUCTO O SERVICIO	35
6.1.1.	Productos complementarios y/o sustitutos	35
6.1.2.	Análisis de precios del mercado	37
6.2.	EL CONSUMIDOR	37
6.2.1.	Segmentación del mercado y delimitación del área geográfica	37
6.2.2.	Características del usuario o consumidor	38
6.3.	DETERMINACION DEL TIPO DE DEMANDA	38
6.3.1	Análisis de la demanda (histórica, actual y futura)	38
6.3.2	Análisis de la oferta (histórica, actual y futura)	41
6.3.3.	Demanda insatisfecha.	41
6.3.4.	Proyección anual del número de eventos a ofrecer	42
6.4.	EL COMPETIDOR U OFERENTE	43
6.4.1.	Características de la competencia	44
6.4.2.	Estrategias de comercialización utilizadas por la competencia	44
6.5.	EL PROVEEDOR	45
6.5.1.	Características del proveedor	45
6.5.2.	Análisis de precios de enseres y muebles	46
6.6.	PLAN DE MERCADEO	47
6.6.1.	Estrategias de precio a emplear	47
6.6.2	Canales de distribución a emplear	48
7.	ESTUDIO TÉCNICO	49
7.1.	PROCESO PRODUCTIVO	49
7.1.1.	Descripción del proceso (Flujograma)	50
7.1.2.	Muebles y enseres a utilizar	51
7.1.3.	Descripción de los bienes muebles utilizar	51
7.1.4.	Determinación de la mano de obra a utilizar	52

7.2.	TAMAÑO DEL PROYECTO	52
7.2.1.	Variables que determinan el tamaño del proyecto	53
7.3.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	54
7.3.1.	Macrozona	54
7.3.2.	Microzona	54
7.4.	ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y ADMINISTRATIVO	55
7.4.1.	Distribución física de la planta	61
7.4.2.	Tipo de Sociedad a crear	61
7.4.3.	Direccionamiento estratégico	61
7.4.4.	Aspectos jurídicos	62
7.4.5.	Aspectos ambientales	66
8.	ESTUDIO FINANCIERO	68
8.1.	INVERSIÓN INICIAL	68
8.1.1.	Inversión en activos fijos	68
8.1.2.	Inversión en Activos intangibles	69
8.2.	COSTOS OPERACIONALES	69
8.2.1.	Costos de Producción	69
8.2.2.	Gastos de Administración Anual	70
8.2.3.	Gastos de Venta	70
8.3.	CAPITAL DE TRABAJO	70
8.4.	PRESUPUESTOS	71
8.4.1.	Presupuesto de Inversión	71
8.5.	INGRESOS DEL PROYECTO	71
8.6.	FUENTES DE FINANCIACIÓN	42
8.7.	PUNTO DE EQUILIBRIO	72
8.7.1.	Determinación del punto de equilibrio	72
8.4.	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	73
9.	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	75
9.1	FLUJO DE FONDOS	75
9.2	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	75
9.2.1.	Valor Presente Neto	76

9.2.2. Tasa Interna de Retorno	77
9.2.3. Relación Beneficio Costo	77
10. ANALISIS DE SENSIBILIDAD	78
CONCLUSIONES	79
BIBLIOGRAFIA	81
ANEXO	84

LISTA DE TABLAS

Tabla No. 01 Actividad Económica	22
Tabla No. 02 Opción en la realización de eventos empresariales	24
Tabla No. 03 Aceptación de la Empresa	25
Tabla No. 04 Contratación de los Servicios	26
Tabla No. 05 Interés de contratación de Servicios	26
Tabla No. 06 Factores importantes en la contratación	27
Tabla No. 07 Época de Eventos	27
Tabla No. 08 Eventos Anuales	28
Tabla No. 09 Cuotas de pago a crédito	29
Tabla No. 10 Dinero invertido en Eventos	29
Tabla No. 11 Tipo de empresas contratadas	30
Tabla No. 12 Paquetes que se podrían implementar	47
Tabla N° 13: Manual de Funciones Gerente	55
Tabla No. 14: Manual de Funciones Asesor Comercial	57
Tabla No. 15: Manual de Funciones Especialista en Eventos	59

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico No. 01 Actividad Económica	24
Gráfico No. 02 Opción en la realización de eventos empresariales	24
Gráfico No. 03 Aceptación de la Empresa	25
Gráfico No. 04 Contratación de los Servicios	25
Gráfico No. 05 Interés de contratación de Servicios	26
Gráfico No. 06 Factores importantes en la contratación	27
Gráfico No. 07 Época de Eventos	28
Gráfico No. 08 Eventos Anuales	28
Gráfico No. 09 Cuotas de pago a crédito	29
Gráfico No. 10 Dinero invertido en Eventos	30
Gráfico No. 11 Tipo de empresas contratadas	30

PLAN DE NEGOCIOS RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto se enfocara en el Estudio de factibilidad para la creación de la empresa de servicios logísticos "Servilog", en la ciudad de Ibagué, se sintetiza en el diseño metodológico preciso en el cual se analizara punto por punto las variables que influirán en la elaboración del proyecto planteado, igualmente se determina la población (Ibagué) objeto del estudio con sus características óptimas para la actividad económica de la empresa. En el estudio de mercados se representa claramente el servicio que se prestará, sus características, eficacia y usos profesionales, el análisis del mercado del prestador de servicio permite determinar su ubicación y tipo de materiales ofrecidos para la empresa, así mismo los abastecimientos requeridos para llevar a cabo el proceso de prestación de servicios por parte de la empresa. El análisis fundamental es del consumidor, como parte de este importante estudio de mercados, pauta las características de los consumidores actuales o potenciales para la organización, la identificación del área de mercado, el sector al cual va dirigido y la determinación y proyección tanto de la demanda potencial como de la real, esperándose atender 729 empresas en los cinco años de vida útil del proyecto. Se tomara la información analizada para saber el impacto ambiental del proyecto, los recursos naturales utilizados y las normas del medio ambiente aplicadas para tal fin.

El estudio financiero se mostrara cada uno de los estados financieros proyectados a los cinco años de vida útil del proyecto, allí se determina el presupuesto de inversión por \$.85. 769.340, con el cual se elabora todo el estudio financiero. Se hallaran los principales indicadores del proyecto, el Valor Presente Neto (VPN) de \$39, 695,601, la Tasa Interna de Retorno (TIR) de 47.70% y la Relación Beneficio Costo de 167.54%. Con la determinación de los datos anteriores se determina que el Proyecto de creación de la empresa en la ciudad de Ibagué es factible y rentable para sus potenciales accionistas.

SUMMARY

This project will focus on the feasibility study for the creation of the logistics company "SERVILOG" in the city of Ibagué, synthesized in precise methodological design in which point will be analyzed by point the variables that influence the development the proposed project, also the population (Ibagué) being studied for their optimum economic activity of the company is determined characteristics. In market research clearly it represents the service to be provided, their characteristics, efficiency and professional use, market analysis service provider to determine your location and type of materials offered for the company, also required to carry supplies through the process of providing services by the company. Fundamental analysis is the consumer, as part of this important market research, tone characteristics of the current or potential consumers for the organization, identifying the market area, the sector to which it is addressed and the identification and screening of both the demand potential and the actual, expected 729 companies attending the five-year life of the project. The information used to know the environmental impact of the project, the natural resources used and environmental standards applied s take for that purpose.

The financial study showed each of the financial statements projected five-year life of the project, there's investment budget is determined by \$.85. 769 340, with which all financial study is made. The main indicators of the project, the Neto (VPN) Present Value of \$ 39, 695.601, the Internal Rate of Return (IRR) of 47.70% and the cost benefit ratio of 167.54% will be found. With the determination of the above data it is determined that the project to establish the company in the city of Ibagué is feasible and profitable for potential shareholders.

INTRODUCCIÓN

SERVILOG, Es una empresa dedicada a la logística y organización de eventos públicos, estará ubicada en la Ciudad de Ibagué, capital del departamento del Tolima. La cual tendrá a cargo los siguientes servicios:

- ✓ Eventos corporativos, Activaciones de marca.
- ✓ Organización de Eventos Sociales (Congresos, educativos, graduaciones, banquetes, ferias, exposiciones)
- ✓ Personal de apoyo logístico capacitado
- ✓ Mobiliario
- ✓ Alquiler de Equipos

En mercados actuales en Colombia, un número significativo de personas que asisten a diversos eventos es bastante considerable, razón por la cual es ineludible la necesidad de buscar una serie de elementos para facilitar y estimular el incremento de la asistencia a cada uno de estos eventos. En vista de la carencia de empresas de “Logística y organización de eventos públicos” en el Tolima, exactamente en la ciudad de Ibagué surgió la oportunidad de dicho proyecto, ya que es un factor importante para las empresas de hoy, ganar competitividad por medio de una buena organización, servicio y atención al cliente.

Este proyecto tendrá como principal objetivo realizar todas las operaciones que conllevan a desplegar cualquier tipo de evento público dentro de la ciudad, haciendo posible obtener experiencias que traerá beneficios a las empresas; dada la importancia que representa halagar a socios, clientes y empleados ya que son básicos para el desarrollo de las empresas que serán los posibles clientes, y sabiendo la poca organización que se tiene en este tipo de eventos, el proyecto quiere ser la solución para problemas de eventos públicos en Ibagué como: empresariales, académicos, integración de personal, capacitación, congresos, reuniones con clientes amigos, convenciones que resulten simplemente

inolvidables y que mantengan el sello de su empresa, logrando así el resultado esperado.

El mercado de la logística y organización de eventos públicos en Ibagué, ha sido poco desarrollado. Actualmente, existen empresas que no brindan una satisfacción completa a sus clientes, por lo cual la organización de eventos no ha sido un factor favorable para que el sector se convierta en una mayor demanda para este tipo de negocios. Ibagué es un eje logístico, por el cual necesariamente se movilizan miles de personas anualmente, es considerado el centro comercial e industrial del Tolima, lugar que se convierte en el atractivo turístico musical de muchas personas y que además, es un centro de negocios. Es por ello que en los últimos años, esta ciudad ha sido testigo de varios eventos de alta categoría, pero que lamentablemente, ha sido evidente la baja calidad en la organización de estos espectáculos. La logística, ingreso, abastecimiento, alimentación y organización, son factores que las empresas actuales no satisfacen a plenitud.

Además, se debe tener en cuenta que los mercados actuales son bastante exigentes, cuando de servicio y calidad al cliente se refieren, así que unos de los propósitos principales de la empresa es brindar una solución empresarial que cumpla con las expectativas tanto de los clientes directos como las del consumidor final.

1. EL PROBLEMA U OPORTUNIDAD

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las grandes empresas comerciales ya tienen claro que las estrategias de mercadeo y publicidad como las campañas publicitarias y la organización de eventos, les dan muy buenos resultados. Sin embargo las pequeñas y medianas empresas, de ciudades pequeña en este caso Ibagué pertenecientes a este sector de la economía, se están dando cuenta de que la estrategia de los eventos empresariales es una buena opción para ellas ya que se acomoda más a su presupuesto y pueden ajustar el evento a su conveniencia. En la economía actual, que implica productividad a escala, competitividad, sistemas de información modernos, mejoramiento continuo, entre otros aspectos, dentro del marco de la globalización de los mercados; han obligado a las empresas a orientar sus fines y objetivos hacia la apertura de nuevas alternativas comerciales a nivel mundial entrando en una competencia más amplia y compleja, e igualmente reconsiderar su estructura interna para adaptarlas a este gran cambio. Las empresas grandes por su alto nivel de operaciones y a pesar de tener un departamento de gestión humana que coordina estas actividades, no se dedican a la planificación ni a la organización de los eventos, pues es una actividad que no es el foco de la empresa, que demanda muchos esfuerzos y recursos, y que distrae y quita mucho tiempo de sus tareas a la persona que se encargue de ello.

Este proyecto tendrá como principal objetivo realizar todas las operaciones que conllevan a desplegar cualquier tipo de evento público dentro de la ciudad, haciendo posible obtener experiencias que traerá beneficios a las empresas; dada la importancia que representa halagar a socios, clientes y empleados ya que son básicos para el desarrollo de las empresas que serán los posibles clientes, y sabiendo la poca organización que se tiene en este tipo de eventos, el proyecto quiere ser la solución para problemas de eventos públicos en

Ibagué como: empresariales, académicos, integración de personal, capacitación, congresos, reuniones con clientes amigos, convenciones que resulten simplemente inolvidables y que mantengan el sello de su empresa, logrando así el resultado esperado.

1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Teniendo en cuenta que en la ciudad de Ibagué, existen pocas empresas dedicadas a la organización de eventos y que se caracterizan por ofrecer precios altos, por esta razón y debido a la necesidad de determinar la viabilidad de la empresa Servilog, se ha formulado el siguiente interrogante:

¿Será factible desde el punto de vista técnico, financiero y de mercadeo la creación de la empresa de logística de eventos, en la ciudad de Ibagué?

1.3. DESCRIPCIÓN DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

- ✓ Brindar precios diferenciales en la prestación del servicio, teniendo en cuenta la cantidad de personas a atender como el objetivo mismo del evento.
- ✓ Adquirir los elementos requeridos para la prestación del servicio de logística de eventos, que se caractericen por su exclusividad en diseño y calidad, generando innovación.

1.3.1. Selección y justificación de la mejor alternativa

Para el trabajo objeto de estudio se selecciona la alternativa de brindar precios diferenciales, para poder ser competitivos en el mercado de la ciudad de Ibagué y de esta forma lograr un mejor posicionamiento a nivel local y regional.

2. JUSTIFICACIÓN Y TERMINOS DE REFERENCIA

La cultura popular del Tolima está muy ligada a las celebraciones de tipo familiar unidas al componente musical, teatral, religioso, típica, etc. Sin embargo la gran mayoría de estas celebraciones carecen de la planeación y el desarrollo logístico adecuado llegando muchas veces a ser muy notable el grado de improvisación, que se crea una sensación de inconformidad al desarrollo de estas actividades culturales y sociales crean la necesidad de hacer un cubrimiento más adecuado de este tipo de celebraciones en la cuales personas expertas se encarguen de los detalles más importantes que demandan este tipo de eventos. El proyecto está direccionado a la prestación integral de los servicios logísticos que busca soluciones a las necesidades de los empresarios de este sector, el cumplir con todo lo necesario, justo en el momento requerido a un costo óptimo, satisfaciendo al máximo las expectativas, contando con personal capacitado en el área, la gestión de eventos y todo lo que se requiere para que este funcione satisfactoriamente y por supuesto, el estudio a las empresas dedicadas a la logística analizando su comportamiento y las ventajas que está perdiendo en el medio.

El mercado de servicios logísticos tiene vital importancia en la región y con este proyecto se pretende cumplir con esos vacíos que tiene el mercado debido al poco interés que se le presta.

La Logística no es algo nuevo, por el contrario siempre ha existido, apenas hoy se está empezando a aprovechar de las ventajas que ofrece, y no como otras disciplinas no tenderán a desaparecer, por el contrario se tiende a mejorar continuamente y a verse más exigente y queremos enfrentarnos a este reto.

2.1. RECONOCIMIENTO DEL ENTORNO

Relevancia Social. Al realizar la investigación sobre la factibilidad de la creación de dicha empresa se permitirá observar el crecimiento en sectores estratégicos y pequeños sectores los cuales estén involucrados en las actividades de la logística de eventos en la ciudad de Ibagué.

Implicaciones Prácticas. Mediante las prácticas investigadas se hará una factibilidad de la empresa SERVILOG, lo cual se simulara la prestación de servicio según los potenciales clientes de la ciudad. Así mismo disponer toda herramienta aplicada a dicho estudio.

Valor Teórico. Se ampliara el conocimiento sobre esta estrategia de negocio para la factibilidad de la empresa a crear, identificar situaciones importantes que permita visualizar riesgos y oportunidades en los negocios. La información que se obtenga servirá aplicar y apoyar una teoría específica de las herramientas del estudio. Al realizar el estudio de mercado se quiere descubrir las características y preferencias de la demanda insatisfecha, saber si esta opción tendrá una acogida aceptable por parte del público y que tan viable sería la inversión.

2.1.1. Medio Socio Cultural

La empresa de logística y organización de eventos está altamente comprometida con la realidad social del país. Debido a la ubicación estratégica de Ibagué y a su amplia zona metropolitana, esta ciudad se convierte en un gran centro económico y por supuesto cultural, lo cual la hace una interesante oferta para las personas de localidades contiguas, quienes ven en ella una gran cantidad de ofertas a nivel espectáculos y eventos relacionados con el

esparcimiento, los deportes y la cultura¹.

2.1.2. Medio Económico

El medio económico del país se está viendo afectado por la crisis económica que atraviesa el mundo. De tal manera que los clientes potenciales no la exime de sufrir o padecer la crisis económica del país, especialmente enfocado en Ibagué, pues esta ha afectado a todos los sectores de la economía y naturalmente a todos tipo de empresas Ibaguereñas. Esto origina que los posibles clientes no hagan uso de los servicios que presta la empresa de logística y organización de eventos porque están lejanos de sus posibilidades económicas. Sin embargo las empresas deben de estar dispuestos a gastar el dinero que sea necesario siempre y cuando se motiven a sus clientes como a sus mismos empleados, para que todos puedan tener un nivel de satisfacción y así cumplir a cabalidad con las metas propuestas y acabar un poco con la crisis económica que está afectando al país y la ciudad musical.

2.1.3. Medio Político

En la actualidad la política de inversión privada se ve muy bien auspiciada pues es lo que están tratando de generar actividades que fomenten empleo en la ciudad y crean empresas, por este lado SERVILOG es favorecida con este planteamiento ya que se requiere motivar este tipo de actividades y se podría invertir en este tipo de negocios motivando a los clientes potenciales.

2.1.4. Medio tecnológico

El manejo logístico que se pretende aplicar en SERVILOG, son los sistemas de información actuales, como se afirma la información es lo que mantiene el flujo logístico abierto, a su vez la tecnología de la información es el factor más importante para el crecimiento y desarrollo logístico en este sector a incursionar, un sistema de órdenes es el enlace entre la compañía, los

¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Ibagu%C3%A9>

proveedores y clientes, sin embargo la información como cualquier recurso empresarial está sujeta al análisis de transacciones, a su vez la simulación permite tomar decisiones rápidas y efectivas.

Los diferentes tipos de comunicación se dividen en: Comunicación por asamblea. Los miembros se reúnen en varias ocasiones para intercambiar información. Los actores comunicantes son previamente elegidos para dirigirse a los demás.

Comunicación por emisarios. Una persona es la encargada de difundir la información a los restantes miembros del colectivo.

Comunicación por red. La información es destinada unas veces de modo incluyente, otra excluyente, a cierto miembros del colectivo, elegidos por la posición y función que ocupa.

Comunicación mediada por la tecnología. La información se conforma a partir de una serie de mediaciones cognitivas y estructurales, que va dirigida a sectores amplios de la sociedad.

2.1.5. Medio Ecológico

La empresa de logística y organización de eventos está comprometido con el medio ambiente y el planeta, ya que este es muy importante para la humanidad y el cuidado de este mejora la calidad de vida para el hombre, animales, etc. Por tal razón actualmente la sociedad y las empresas luchan por proteger y mejorar el medio ambiental.

2.2. ANÁLISIS GLOBAL DEL ENTORNO

En las empresas que ofrecen este tipo de servicio de logística y organización de eventos se encuentran muy pocas en Ibagué, las que existen son pequeñas y son empresas que prestan servicios tradicionales como de

banquetearía y alquiler de equipos y no tiene capacidad para toda la ciudad, con esto se refiere a que estas empresas no cuentan con el equipo suficiente para traslado y ni siquiera con el servicio necesario para realizar este tipo de actividad y que pueda llamarse de buena calidad.

El servicio que ofrecerá la empresa de logística y eventos públicos es diferente para todos los clientes, según el presupuesto y el tipo de evento que ellos requieran para sus empresas.

Las empresas de la ciudad de Ibagué realizan eventos tienen como hábito hacer contrataciones a terceros, por minimizar costos, por tiempo ya que la organización de eventos es una de las tareas para la que más preparación se requiere ya que se debe tener en cuenta el hecho de que la mayoría de los eventos, sin importar de que tipo se esté hablando, necesita que todo lo que lo compone funcione a la perfección, de esta manera es mucho más fácil no solo lograr cumplir las expectativas sino también, la de todos aquellos que están presentes en dicho evento. Entre las ventajas presentadas están que las organizaciones que contratan eventos necesitan una empresa que se convierta en un su mano derecha, y despreocuparse por la planificación y la supervisión de los eventos de la ciudad.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de la creación de la empresa de servicios logísticos "Servilog", en la ciudad de Ibagué, con base en la investigación de mercados de la ciudad objeto de la investigación y aplicación del proyecto que sirva de soporte operativo y se encargue del cubrimiento general que exige la realización de eventos en la ciudad de Ibagué.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar por medio de un estudio de mercados, quién es el consumidor, la competencia, demanda real y análisis del precio con el cual entrará a competir en el mercado la empresa de logística y organización de eventos, mediante la observación directa y la indagación de medios.
- Evaluar la factibilidad desde el punto de vista técnico, de la creación de una empresa de logística de eventos "Servilog", en la ciudad de Ibagué.
- Realizar el estudio financiero que permita determinar la viabilidad o no de la empresa Servilog.

4. PROCEDIMIENTOS METODOLOGICOS

4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La metodología que se implementara, será una investigación cuantitativa de tipo descriptiva puesto que se parte de una necesidad - problema y unos objetivos que son claramente definidos por el investigador.

Se manejarán técnicas estadísticas adecuadamente estructuradas para la recolección y el análisis de la información. Partiendo de este punto, específicamente se llevará a cabo una investigación de caso donde se investigará a fondo sobre un grupo definido por todas las empresas públicas, privadas, industrial, comercial o de servicios con más de 15 empleados de Ibagué – Tolima a fin de determinar si desean contratar los servicios de logística y organización de eventos público en la ciudad de Ibagué. Los datos que se obtendrán se relacionarán con el estado actual de la población en estudio. Al utilizar este tipo de investigación se espera explorar la propuesta de creación de la empresa, de tal manera que se puedan aclarar conceptos y variables planteadas y determinar la manera de mediarlas².

4.2. FUENTES Y TÉCNICAS PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Prueba piloto: Se eligió una pequeña muestra puesto que se consideró que es una prueba crucial³, ya que reconoce tratar las fortalezas y las debilidades de la encuesta, si se encuentra bien estructurada y si es absolutamente clara para las empresas encuestadas, también ayuda a entrenar a los encuestadores y verificar si el proyecto es bien aceptado y factible para las diferentes empresas. De los resultados de la prueba piloto usualmente sugieren algunas modificaciones antes de aplicar oficialmente la encuesta realizada por el equipo de investigación.

² BERNAL T, Cesar Augusto. Metodología de la investigación para administración y economía. Prentice Hall, 1999.

³ <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/MMCM.pdf>

4.2.1. Población

La población objeto de este proyecto se definió cuidadosamente de tal manera que la selección fuera factible a lo requerido siendo todas las empresas de Ibagué. El grupo poblacional está conformado por 122 organizaciones, de la cual se determinará una porción muestral.

4.2.2. Muestra

El marco muestral utilizado para obtener la información de los elementos que son analizados, y que están dedicados a la inversión empresarial y corporativa de la ciudad. Los responsables de las encuestas están capacitados e informados para desarrollar dicha labor y así evitar influencias en el procedimiento de recolección de información. El tipo viable muestreo que se aplicó en el desarrollo de este trabajo es muestreo aleatorio simple el cual es el más indicado en este caso de investigación, se espera conseguir que sus propiedades sean extrapolables a la población. Este proceso permite ahorrar recursos, y a la vez obtener resultados parecidos a los que se alcanzarían si se realizase un estudio de toda la población.

4.2.3. Tipo de Muestreo

El tipo de muestreo que se empleó en el desarrollo de todo el estudio factible para la creación de una empresa de logística es Muestreo Aleatorio Simple.

CONVENCIONES UTILIZADAS:

z: Nivel de confianza

s: Desviación estándar según nivel de confianza

P: Posibilidad de éxito

Q: Posibilidad de fracaso

e: Margen de error

N: Población

n: Tamaño de la muestra

SIENDO:

$z = 95\%$

$s = 1,96$

$P = 50\%$ 42

$Q = 50\%$

$e = 5\%$

$N = 122$

HALLANDO:

$$n = [(s^2) * (P*Q*N)] / [(e^2) * (N - 1) + (s^2) * (P*Q)]$$

$$n = [(1.96^2) * (0.5*0.5*122)] / [(0.05^2) * (121) + (1.96^2) * (0.5*0.5)]$$

$$n = [117,1688 / 1,1953] = 98,0234 \text{ Empresas}$$

$$= 98 \text{ Empresas}$$

El tamaño de la muestra requerida para llevar a cabo el estudio de factibilidad para la puesta en marcha de la empresa mencionada de logística y organización de eventos públicos es de 98 empresas, partiendo de una población total de 122 empresas.

4.2.4. Técnicas o instrumentos a utilizar

- Observación directa.
- Entrevista
- Las fichas bibliográficas

4.2.5. Fuentes de información: internas o externas (primarias o secundarias)

- Bibliotecas
- Internet
- Alcaldía gobernación
- Gobernación

4.3.PROCESAMIENTO DE DATOS

Estadísticamente con margen de error mínimo, lo anterior significa que se utilizó un nivel de confianza del 95%, lo cual refleja un margen de error del 5% en cada uno de los análisis realizados durante el proceso, y para tal calificación se encuentra en las tablas una desviación estándar de 1,96. Las posibilidades de fracaso o de éxito cuentan con un mismo porcentaje de participación es decir, la probabilidad de tener éxito con el proyecto es igual a la de obtener un fracaso.

Estudio estadístico: Con base en las encuestas realizadas por parte de los investigadores de trabajo de grado, en las empresas que formaron parte de la muestra poblacional para este proyecto, Unadista, se obtuvo la información requerida para ser procesada, analizada y determinar así, las conclusiones respectivas del estudio.

Tabulación y Gráfico de la Información

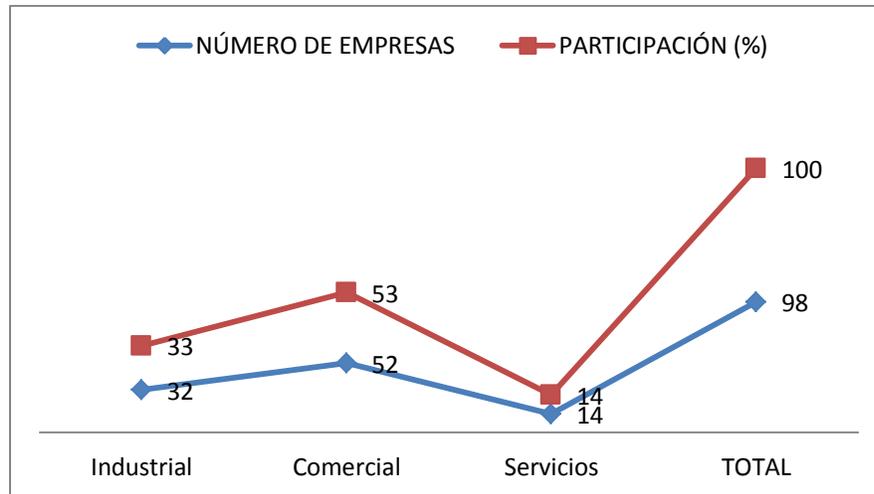
1. Qué actividad económica desarrolla su Empresa?

Tabla No. 01 Actividad Económica

OPINIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
Industrial	32	33
Comercial	52	53
Servicios	14	14
TOTAL	98	100

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 01 Actividad Económica



Fuente: Trabajo de campo

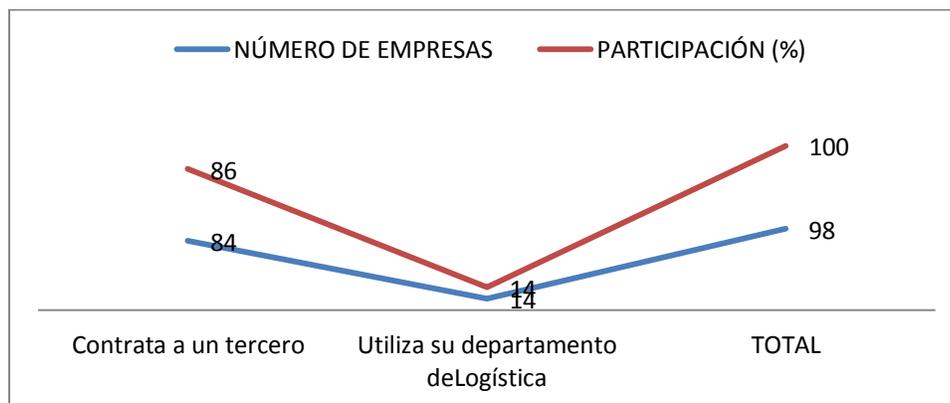
2. Qué opción toma al momento de realizar eventos en su empresa?

Tabla No. 02 Opción en la realización de eventos empresariales

OPINIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
Contrata a un tercero	84	86
Utiliza su departamento de Logística	14	14
TOTAL	98	100

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 02 Opción en la realización de eventos empresariales



Fuente: Trabajo de campo

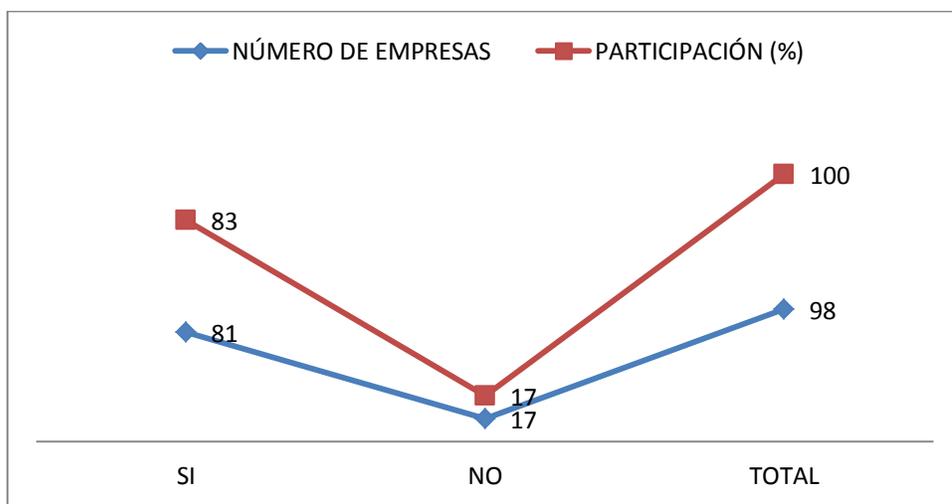
3. ¿Le gustaría contar con una empresa dedicada a la organización de logística y eventos públicos?

Tabla No. 03 Aceptación de la Empresa

OPINIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
SI	81	83
NO	17	17
TOTAL	98	100

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 03 Aceptación de la Empresa



Fuente: Trabajo de campo

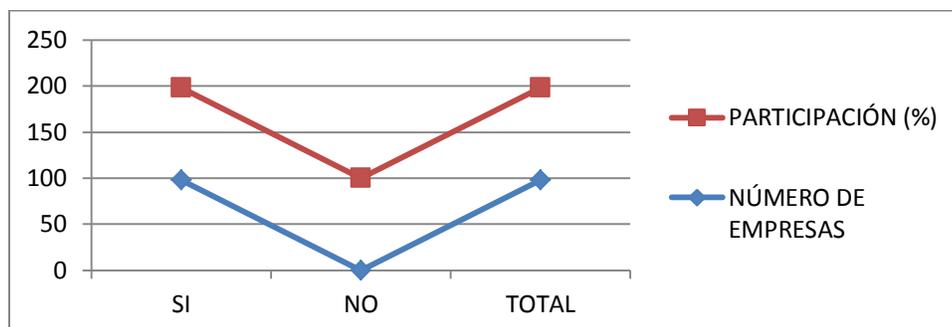
4. ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa de logística y organización de eventos?

Tabla No. 04 Contratación de los Servicios

OPINIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
SI	98	100
NO	0	0
TOTAL	98	100

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 04 Contratación de los Servicios



Fuente: Trabajo de campo

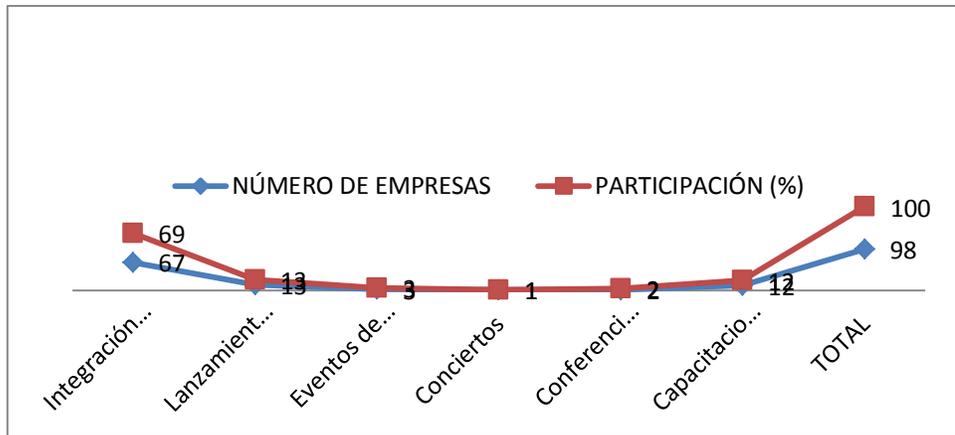
5. ¿Cuáles de los siguientes servicios estaría su empresa interesada en contratar?

Tabla No. 05 Interés de contratación de Servicios

OPINIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
Integración de Personal	67	69
Lanzamientos de productos	13	13
Eventos de Moda	3	3
Conciertos	1	1
Conferencias Empresariales	2	2
Capacitaciones	12	12
TOTAL	98	100

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 05 Interés de contratación de Servicios



Fuente: Trabajo de campo

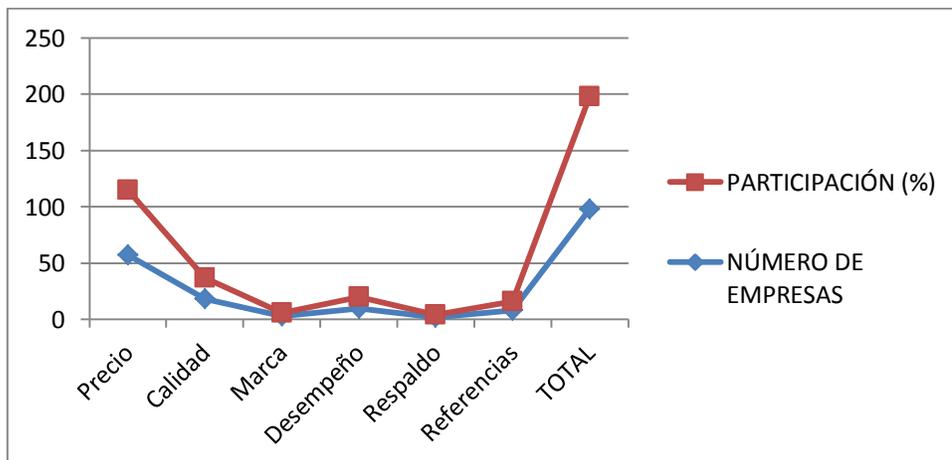
6. ¿Qué factores usted tendría en cuenta en el momento de contratar este tipo de servicio?

Tabla No. 06 Factores importantes en la contratación

OPINIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
Precio	57	58
Calidad	18	19
Marca	3	3
Desempeño	10	10
Respaldo	2	2
Referencias	8	8
TOTAL	98	100

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 06 Factores importantes en la contratación



Fuente: Trabajo de campo

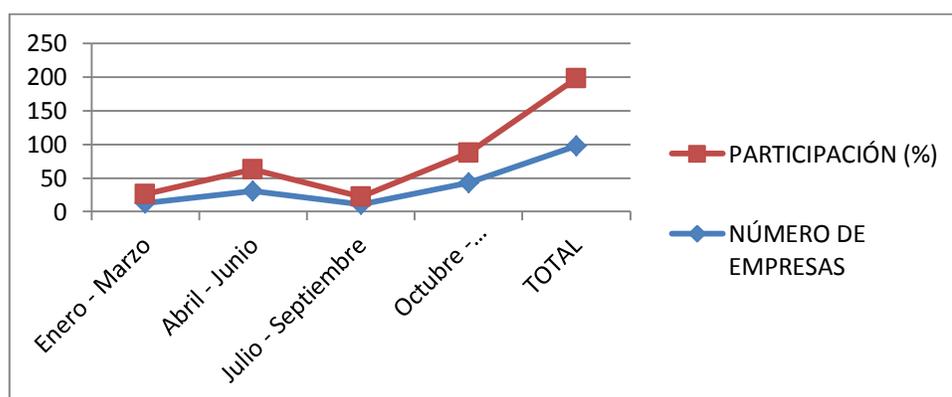
7. En que épocas del año realiza mayor cantidad de eventos en su empresa?

Tabla No. 07 Época de Eventos

OPINIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
Enero - Marzo	13	13
Abril - Junio	31	32
Julio - Septiembre	11	11
Octubre - Diciembre	43	44
TOTAL	98	100

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 07 Época de Eventos



Fuente: Trabajo de campo

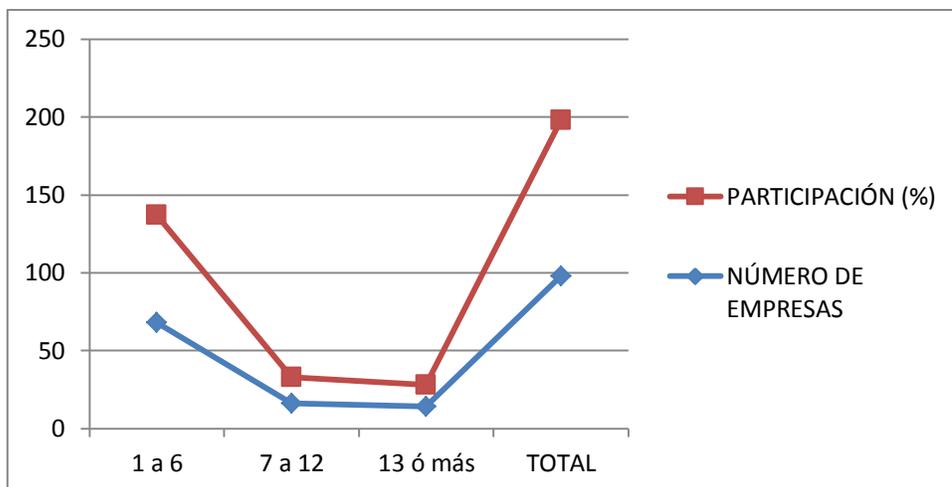
8. Al año cuantos eventos realiza en su empresa?

Tabla No. 08 Eventos Anuales

OPINIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
1 a 6	68	69
7 a 12	16	17
13 ó más	14	14
TOTAL	98	100

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 08 Eventos Anuales



Fuente: Trabajo de campo

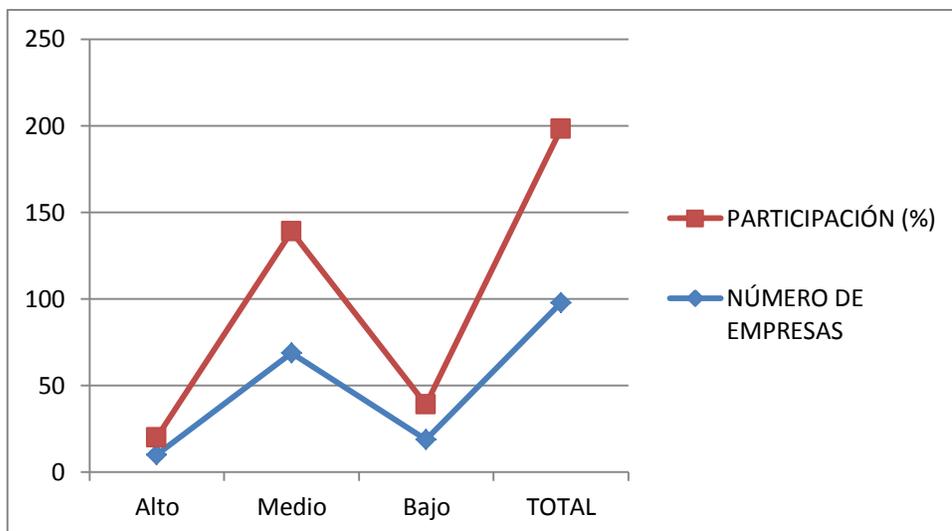
9. Cómo considera el presupuesto destinado para este tipo de eventos por parte de su Empresa?

Tabla No. 09 Cuotas de pago a crédito

OPINIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
Alto	10	10
Medio	69	70
Bajo	19	20
TOTAL	98	100

Fuente: Trabajo de camp

Gráfico No. 09 Cuotas de pago a crédito



Fuente: Trabajo de campo

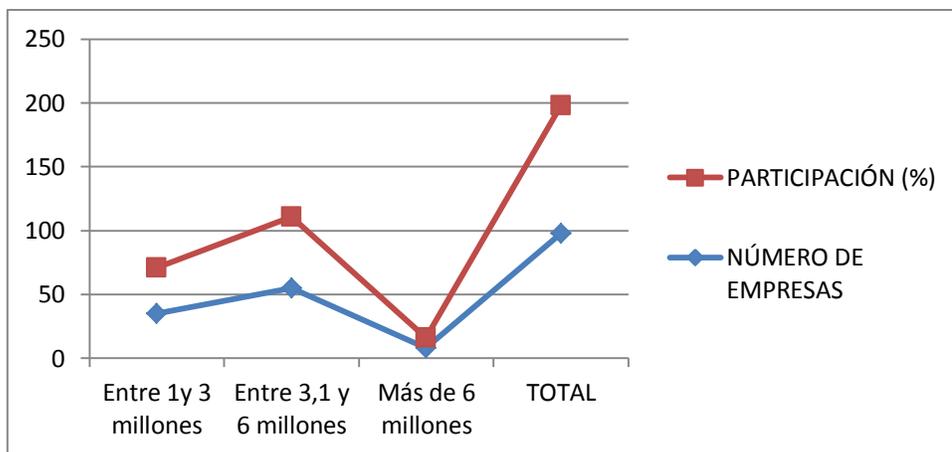
10. En el último año su empresa cuánto dinero invirtió en organización de eventos?

Tabla No. 10 Dinero invertido en Eventos

OPINIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
Entre 1y 3 millones	35	36
Entre 3,1 y 6 millones	55	56
Más de 6 millones	8	8
TOTAL	98	100

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 10 Dinero invertido en Eventos



Fuente: Trabajo de campo

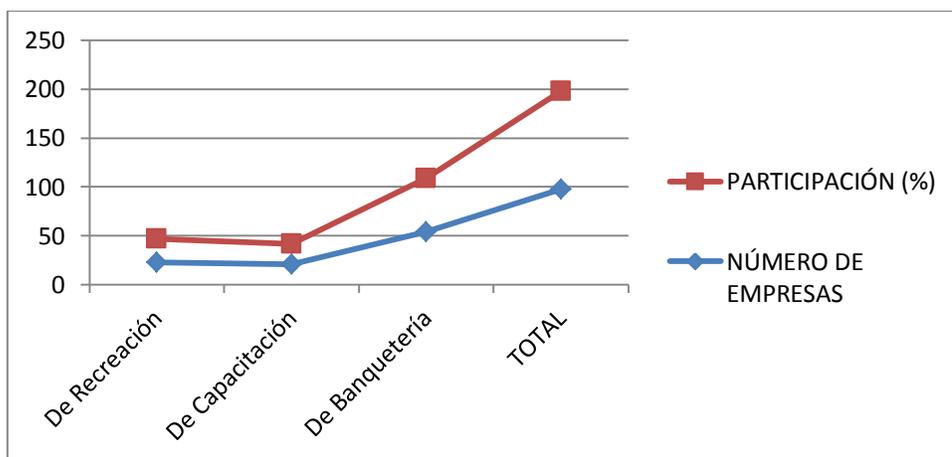
11. ¿Qué tipo de empresas contrata para sus eventos?

Tabla No. 11 Tipo de empresas contratadas

OPINIÓN	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
De Recreación	23	24
De Capacitación	21	21
De Banquetería	54	55
TOTAL	98	100

Fuente: Trabajo de campo

Gráfico No. 11 Tipo de empresas contratadas



Fuente: Trabajo de campo

Análisis de las encuestas

- ❖ El 53% de las empresas encuestadas se dedican a la actividad comercial, el 33% son industriales y el restante 14% a la prestación de servicios.
- ❖ El 86% de las empresas contrata a una empresa dedicada a la logística y organización de eventos al momento de realizar eventos, únicamente el 14% cuenta con un departamento interno de logística que se encarga de sus propios eventos.
- ❖ Al preguntarles si les gustaría contar con una nueva empresa dedicada a la logística y organización de eventos empresariales, el 83% contestó que si lo estaría; para el 17% no les gustaría.
- ❖ El 100% de las empresas encuestadas están dispuestas a contratar los servicios de la nueva empresa.
- ❖ El 69% de las empresas contratarían la empresa para la organización de sus integraciones de personal, el 13% para el lanzamiento de productos y el 12% para capacitaciones.
- ❖ Los factores más importantes al momento de contratar los servicios, son el precio con una participación del 58%, la calidad con el 19% y el desempeño con el 10%.
- ❖ El 44% de la población encuestada realiza sus eventos en el último trimestre del año, mientras que el 32% lo hace entre los meses de abril y junio, el 13% entre enero y marzo y el restante 11% entre julio y septiembre.
- ❖ El 69% de las empresas realiza entre 1 y 6 eventos empresariales al año, el 17% realiza entre 7 y 12 eventos anuales y el restante 14% lleva a cabo más de 13 eventos al año.
- ❖ El 70% de las empresas considera que la organización cuenta con un presupuesto medio para la realización de sus eventos, el 20% lo considera bajo y el 10% expresa que su presupuesto es alto.

- ❖ El 56% de la población encuestada expresó que durante el último año su empresa invirtió entre 3,1 y 6 millones de pesos en realización de eventos, el 36% invirtió entre 1 y 3 millones y más de 6 millones invirtió el 8%.
- ❖ Para el 55% de la empresas es muy importante contratar una empresa de Banquetería al momento de requerir logística y organización para sus eventos, el 24% contrataría una de recreación y el 21% una de capacitación.

El bajo presupuesto empresarial para realizar los eventos, obligará a SERVILOG. a formular estrategias que le permitan realizar los eventos con poco dinero pero sin dejar de lado la excelente calidad

5. ALCANCES DEL PROYECTO

5.1. PROYECCIONES

El presente estudio de factibilidad de la empresa de logística de eventos “Servilog”, tiene como mercado objetivo empresas tanto del sector público como privado, como se observa en el estudio de mercados, estas organizaciones se identifican por requerir de una empresa en la ciudad de Ibagué que les ofrezca dicho servicio de forma competitiva y con un precio atractivo.

Los resultados obtenidos sobre las 98 empresas encuestadas, permitieron identificar la necesidad de contar en la ciudad de Ibagué con una empresa especializada en la organización de eventos.

5.2.LIMITACIONES

- Falta de liderazgo a nivel empresarial conjuntamente con el sector público para así identificar y ofrecer servicios de beneficio a la comunidad, con precios acordes a los ingresos poblacionales.
- Los servicios de logística especializados, se caracterizan en el mercado local por ofrecer precios altos.
- La falta de cultura empresarial en algunas organizaciones de la ciudad de Ibagué, en contratar empresas especializadas para la organización de eventos.

6. ESTUDIO DE MERCADO

6.1.EL PRODUCTO O SERVICIO

La empresa SERVILOG organización de eventos estará dedicada a prestar servicios de organización de eventos públicos y ser una guía a las diferentes empresas de Ibagué - Tolima que serán los futuros clientes, dirigida específicamente a la integración de personal, capacitación, aniversarios, reuniones con clientes y amigos, conciertos, pasarelas y eventos de moda y convenciones empresariales, asambleas, conferencias, eventos corporativos.

- Asambleas: enfocada a la toma de decisiones en una organización, así como los puntos de vista de cada uno de sus integrantes son bases fundamentales para el crecimiento y sostenimiento de la misma. Se realizan eventos de asamblea y conferencia brindándoles servicios profesionales y de calidad afines a sus necesidades.
- Integración del Personal: Celebrar logros alcanzados conjuntamente amerita reconocer de una u otra forma el esfuerzo combinado de los participantes. Se realizarán eventos y/o fiestas empresariales de todo tipo con las mejores tendencias reflejando los intereses del cliente y sus invitados.
- Eventos Corporativos: Destinado a un mercado con objetivos específicos: Lanzamiento de productos, Seminarios, Asambleas, Nombramientos y Reconocimientos entre otros. Se realizará todo tipo de eventos corporativos ya sean sencillos o de bastante dedicación sin perder el concepto en cada detalle.

6.1.1. Productos complementarios y/o sustitutos

- Desayunos de trabajo: Los directivos de las empresas practican al inicio muchas juntas de trabajo con un desayuno. De esta manera se logra un clima positivo entre los asistentes, ya sean representantes de distintas áreas, sucursales y/o invitados. Los alimentos que se servirán en el desayuno serán según las necesidades y los requerimientos de cada cliente y por su puesto a su presupuesto.
- Almuerzos de trabajo: Pueden 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.
- Festividades Especiales: Los meses de Junio, Julio y Diciembre, por el desarrollo de las fiestas de San Juan y San Pedro en la Ciudad y el periodo navideño, el aumento del turismo y la actividad cultural, las empresas desean presentar al mercado sus productos, viéndose en la necesidad de adquirir los servicios logísticos que la empresa desarrolla.
- Seminarios: Se ofrece un servicio integral en la organización de su evento, cuidando siempre los mínimos detalles. Se pone a disposición cualquier sitio dotado de las mejores comodidades y acondicionamientos para la realización de su evento; ofreciéndolo un servicio integral desde la planificación hasta el post – evento, personal expertos para lograr sus objetivos.
- Capacitaciones: Son de gran importancia para tratar diferentes tema, asunto de competencia. En ellas se ponen en marcha complejos,

programas sociales, exposiciones y presentaciones. Este tipo de eventos se puede realizar en un local o un salón idóneo, se hace selección de conferencistas y la empresa escogerá el personal más idóneo, se provisionan medios logísticos necesarios para su realización, se hace el diseño mobiliario el stand o lo que la empresa requiera.

- Eventos corporativos públicos de la ciudad: Durante todo el año las empresas ibaguereñas pueden ejecutar numerosos actos, aunque varios de ellos se repitan se debe buscar componentes novedosos, lugares distintos para hacer que cada acto sea diferente. Se realizara la elección del local, de acuerdo a las necesidades que se plantean. Provisión de medios logísticos necesarios para su realización, contratación de servicios necesario: animación, luces, regalos, fotógrafos.

6.1.2. ANÁLISIS DE PRECIOS DEL MERCADO

El mercado de este servicio en la ciudad de Ibagué - Tolima, como en el resto del país, es un mercado limpio donde existen demandantes y oferentes, por lo tanto, el precio está sujeto a la relación entre la oferta y la demanda. En todo caso, los precios de la empresa serán para los clientes más económicos que los ofrecidos por la competencia.

6.2.EL CONSUMIDOR

6.2.1. Segmentación del mercado y delimitación del área geográfica

Está basada en criterios enfocados hacia empresas como consumidores finales. Estos criterios están dados en factores que giran en torno a la empresa, de esta manera SERVILOG. Se enfoca en los siguientes:

- Geográficamente: Empresas que realicen sus actividades en la ciudad de Ibagué - Tolima.
- Demanda Insatisfecha: Empresas que requieren contratar a proveedores que cumplan con todas sus expectativas.
- Demanda no cubierta: Empresas que no han contratado el servicio de Organización de eventos pero que si se encuentran muy interesados en hacerlo.

6.2.2. Características del usuario o consumidor

La ciudad de Ibagué representa el mercado global para la actividad económica de la empresa de logística y organización de eventos públicos, principalmente el mercado que persigue la empresa está determinado el total de las empresas que forman parte de este mercado objetivo para la empresa es de 122 empresas ibaguereñas.

6.3.DETERMINACION DEL TIPO DE DEMANDA

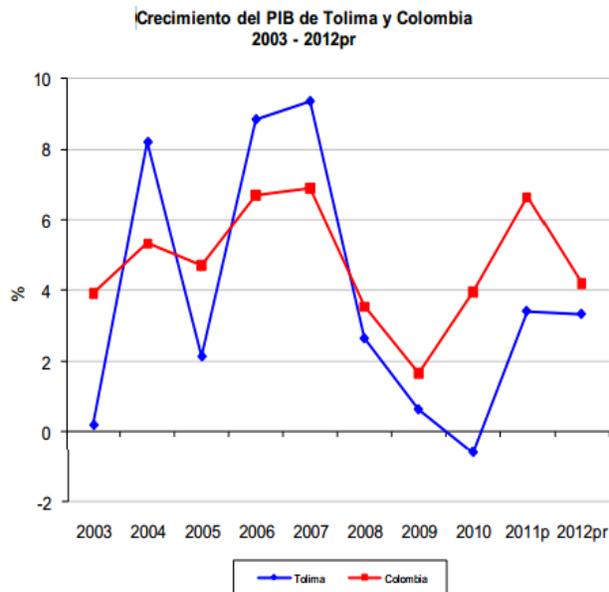
La demanda potencial esperada para este proyecto está determinada por el número de empresas tanto del sector privado como público, que existen en Ibagué y que cumplen los requisitos para ser parte de la población objetivo, en total son 122 actualmente⁴, de las cuales en el primer año se atenderá el 60% de la población objeto de estudio y será incrementada anualmente en un 10%:

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda		73	80	88	96	106
Crecimiento Relativo (10%)			17	8	9	10

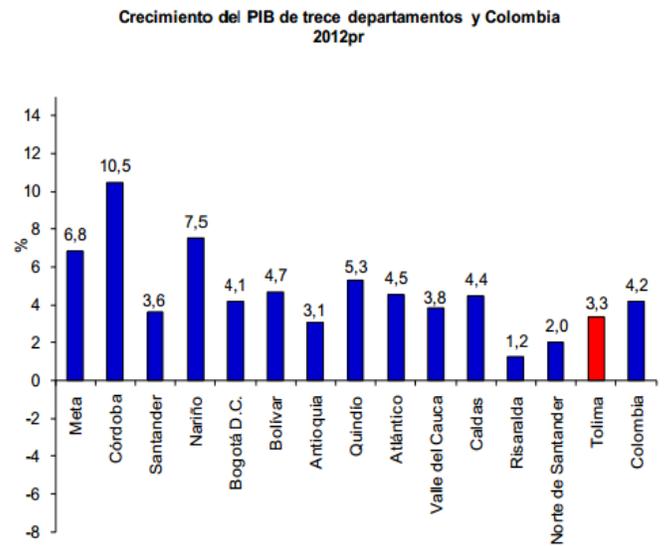
La empresa SERVILOG, espera atender para el primer año un total de 73 empresas y continuar con un crecimiento porcentual anual sostenido, durante los cinco años de vida útil del proyecto, del 10,00%.

⁴ Trabajo de campo

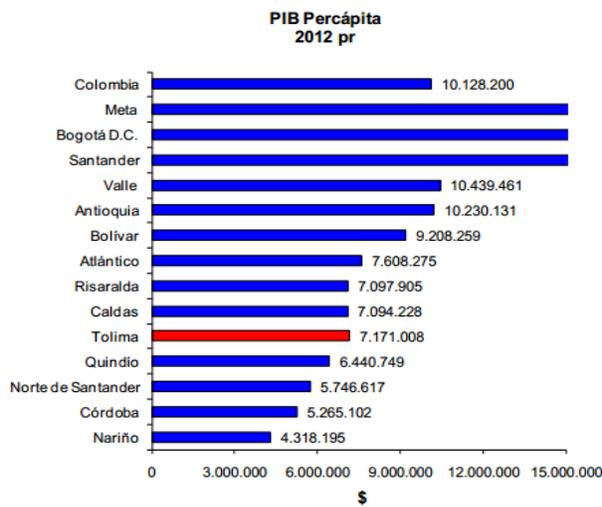
Producto Interno Bruto



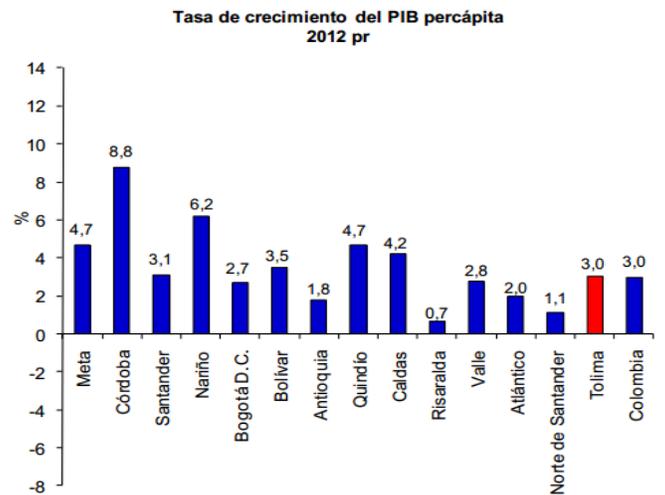
p: Datos provisionales
 pr: Datos preliminares
 Fuente: DANE. Cuentas Nacionales



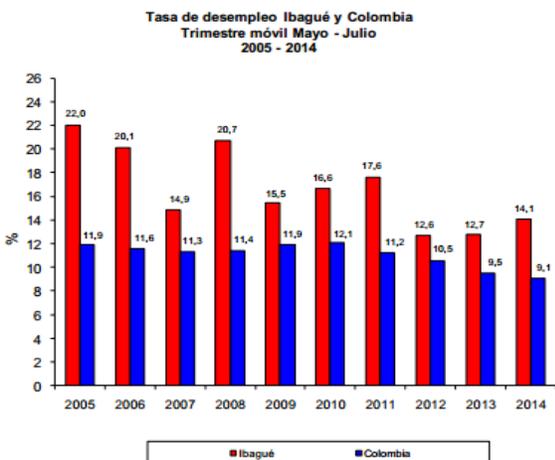
pr: Datos preliminares
 Fuente: DANE. Cuentas Nacionales



pr: Datos preliminares
 Fuente: DANE. Cuentas Nacionales



pr: Datos preliminares
 Fuente: DANE. Cuentas Nacionales



Fuente: DANE. DANE. Gran Encuesta Integrada de Hogares

Necesidades Básicas Insatisfechas, NBI. 2005			
Ciudad	Personas con NBI (%)		
	Cabecera	Resto	Total
Bogotá, D.C.	9,12	27,84	9,16
Medellín	12,07	18,28	12,17
Cali	10,88	18,90	11,01
Barranquilla	17,68	22,00	17,69
Bucaramanga	10,96	35,35	11,31
Cartagena	25,61	35,50	26,16
Manizales	8,93	23,59	9,97
Montería	34,28	75,87	44,50
Villavicencio	15,78	32,23	16,77
Pasto	10,94	41,42	16,65
Cúcuta	22,37	46,13	23,15
Pereira	10,38	26,57	13,01
Ibagué	14,84	37,60	16,20
Total Nacional	19,51	53,30	27,63

Fuente: DANE. Censo 2005

La situación crítica que vive el país y más aún el Tolima han cambiado totalmente el rumbo de las empresas locales. El déficit sostenido, las pocas garantías de sobrevivencia y la disminución de sus ventas a causa de la iliquidez general de los ciudadanos, entre otras, son la causa para que cada día sean menos las empresas que pueden subsistir en este mercado. Se espera que estas empresas sean cubiertas en los próximos tres años del proyecto, después del tercer año se espera que se hayan creado nuevas empresas en la ciudad. Se espera una vida útil de 5 años en total, que representa el mediano plazo de cualquier proyecto.

6.3.1. Análisis de la demanda (histórica, actual, futura)

No fue posible considerar la demanda histórica, cuantitativamente, pero por apreciación se puede determinar que en los últimos años, ha venido creciendo la demanda de servicios temporales, por parte de las organizaciones, lo cual se puede observar en las diferentes empresas, como bancos etc., en actividades como: servicio de logística, contratación de servicios de capacitación, entre otras actividades. Se puede afirmar entonces que la demanda de los servicios de logística crece por el número de nuevas empresas, y también de las necesidades de las ya existentes, por las intenciones servicios de logística, eventos y los esfuerzos publicitarios.

Para conocer la demanda actual que tendrá la factibilidad de la creación de la empresa SERVILOG se acudió a aplicar observación directa mercado objetivo de la ciudad de Ibagué.

Demanda Futura. Al no tener demanda histórica cuantitativamente del producto que SERVILOG, pretenderá ofrecer por ser innovador la demanda futura se calcula considerando un incremento del 20% anual, teniendo en cuenta el crecimiento de la demanda en la ciudad.

6.3.2. Análisis de la oferta (histórica, actual, futura)

Oferta Histórica. El propósito de evaluar la oferta histórica sobre este servicio completo que prenda SERVILOG, es analizar una información que permita realizar pronósticos acerca del comportamiento futuro. Pero en este caso por no tener acceso a información de empresas similares y no contar actualmente con competencia directa, la influencia de los servicios que se pretenden ofrecer, están posicionados por empresas de trayectoria comercial y que están reconocidas a nivel local.

Oferta Actual. Por ser un servicio innovador, desde el punto de vista que no se tiene conocimiento de empresas en la ciudad que presten servicio completo como se pretende, en la ciudad de Ibagué, se puede afirmar que actualmente no existe una competencia directa dentro de la ciudad. Aunque no se puede desconocer que algunas empresas que lo hacen de manera separada o en grupo con otras empresas, pueden utilizar a grandes empresas que estén ubicadas en Bogotá, cuando requieren de algún servicio especial, se han identificado las siguientes empresas según información suministrada por páginas amarillas, dentro de la ciudad de Bogotá que prestan servicio de logística empresarial.

Oferta de empresas de logística empresarial en Bogotá

EMPRESA PUBLICA	DIRECCION	TELEFONO
RAFAEL MOSCOSO Y CIA. LTDA.	Av 45 # 120-65 P- 2	Teléfonos : (57) (1) 6120011 Fax : (57) (1) 6127918
COFACE SERVICES COLOMBIA	S.A. Cr 15 91-30 Of 601 /2	Teléfonos : (57) (1) 6231631
GRUPO COMERCIAL COLOMBIA LTDA	Cr 35 # 63D-58	Teléfonos : (57) (1) 4823256,(57) (1) 2217033,(57) (1) 2216915
MULTIRENTAR LTDA.	Av 15 # 118-75 Of 511	Teléfonos : (57) (1) 6376371 Fax : (57) (1) 2157683
TOP SALE-PRODUCCIONES	CI 46 # 28-30	Teléfonos : (57) (1) 6094602 Fax : (57) (1) 3440459
SELECCIONEMOS DE COLOMBIA LTDA.	Tr 20 # 60-25	Teléfonos : (57) (1) 3106210 Fax : (57) (1) 3106210

Fuente: www.paginasamarillas.com/colombia.

6.3.3. Demanda insatisfecha.

Después de la recaudación de información primaria que se llevó a cabo para determinar quién era la población objetivo y su perfil y en qué magnitud había una demanda insatisfecha de este tipo de servicio, se procedió a optar por un porcentaje de este sector disponible.

Sin embargo, se ha encontrado que el 68% de los clientes que han cambiado de proveedores, lo han hecho por la indiferencia de los empleados, mientras que sólo el 14% no estaba satisfecho con el producto⁵. Esta estadística nos dice que hay que trabajar más en el “cómo” que en el “qué”. o, mejor dicho, que si ya trabajaste en el “qué”, en tu calidad técnica, en tu producto-servicio, si no te ocupas del “cómo”, nunca te alcanzará.

6.3.4. Proyección anual del número de eventos empresariales a ofrecer:

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda		73	80	88	96	106
Crecimiento Relativo (10%)			10%	10%	10%	10%

Fuente: trabajo de campo

- Factores que inciden en el crecimiento de la demanda:
- La buena calidad del servicio prestado por la empresa, cumpliendo al 100% las necesidades de los clientes.
- La disminución de empresas competidoras del mercado.
- El aumento de las empresas que utilicen cada vez el servicio de logística y organización de eventos.
- El mejoramiento de la situación económica del país contribuyendo al crecimiento del capital propio de cada empresa Ibaguereña, permitiendo la inversión en eventos.
- La creación de nuevas empresas en la ciudad de Ibagué.
- Posicionamiento en el mercado doméstico de la empresa, consolidándose cada vez mas como una empresa de excelente calidad en sus servicios.
- Precios más económicos que la competencia en igualdad de condiciones en el servicio.
- Crecimiento en las ventas de las empresas contratadas para la prestación del servicio de logística y organización de eventos.

Factores que Inciden en el decrecimiento de la demanda:

- Desaparición o traslado de empresas que existen actualmente.
- Mala imagen de la empresa en cuanto servicio de logística y organización de eventos.
- Poca participación en el mercado local.
- Empeoramiento de la situación económica del país.
- Aumento de los impuestos a las empresas clientes, obligándolas a tener
- políticas de restricción en sus gastos.
- Altos precios en el servicio de logística y organización de eventos en comparación con las empresas que prestan el mismo servicio con igual calidad.
- Aumento de las empresas competidoras en el mercado Ibagué.

- Baja productividad y pocos ingresos de las empresas clientes.
- Aumento de dependencias internas, en las empresas, que desarrollen sus propios eventos empresariales.

6.4.EL COMPETIDOR U OFERENTE

La competencia directa de la empresa en el mercado de logística y organización de eventos públicos; son las empresas que organizan eventos, tales como: a la paloma producciones, casaquinta eventos, festejos ensueño y meka logística y producciones. Cada competidor tiene características específicas, un objetivo reconocido y una trayectoria en el mercado.

6.4.1. Características de la competencia

EMPRESA	CARACTERISTICAS
AA PALOMA PRODUCCIONES	Organización alquiler, logística y turismo en toda clase de eventos, no se presta apoyo de personal.
CASAQUINTA EVENTOS	Organización de eventos elaboración productos alimenticios. No se presta apoyo de personal.
FESTEJOS ENSUEÑO	Organización de eventos, alquiler de sillas, mesas, manteles y suministros. No se presta apoyo de personal.
MEKA LOGISTICA Y PRODUCCIONES	Logística y producción de eventos No se presta apoyo de personal.

Fuente; Trabajo de campo

6.4.2. Estrategias de comercialización Utilizadas por la competencia

Empresas promotoras de logísticas y eventos: De acuerdo a las investigaciones realizadas en la ciudad de Ibagué, la empresa contará con competidores fuertes ya que cuentan con apoyo de empresas de Bogotá, la cuales cuentan con operación nacional y quienes se dedican a Organizar todo tipo de eventos de manera integral, es decir, a crear, generar y producir eventos de alta calidad visual y fácil recordación, mediante la utilización de tecnologías avanzadas. Además ofrece los siguientes servicios la competencia:

- Alquiler de Equipos
- BTL-Below the Line
- Boutique Creativa (Piezas promocionales)
- Eventos Sociales
- Personal de apoyo logístico Mobiliario
- Representación de Artistas
- Diseño de Stands

Dichos servicios mencionados los ofrecen con la mayor calidad y utilizando tecnología avanzada. Son empresas que son poseedoras de gran parte de la oferta actual por dicha colaboración de las grandes empresas de la capital, dado que cuentan con características y técnicas exclusivas en este mercado. Atienden el mercado empresarial, además de la organización de eventos como seminarios, congresos, convenciones, entre otros. Entre sus estrategias están la alta calidad en la prestación de sus servicios, así como utilización de últimas tecnologías, exclusividad y utilización de modernas técnicas de marketing.

6.5.EL PROVEEDOR

Para la compra de los equipos necesarios para el montaje de la empresa y algunos de los cuales prestaran el servicio de alquiler, se obtuvo una lista de los posibles proveedores, los cuales están distribuidos en el país, ya que en Ibagué no se encuentran proveedores grandes, estos manejan líneas de crédito y de contado.

6.5.1. Características del proveedor

Proveedor	Ciudad	Contacto
ALMACÉN SANTANDER	Bogotá	091-3357356
ALMACÉN EL MOLINO	Bogotá	091-3138383
HOMECENTER DISCONFITES	Bogotá	091-3200234
DISTRIBUIDORA DICONSA	Bogotá	091-5487658
ALIMENTOS MERCASA P.H.	Ibagué	098-2664729
ABC JARDINES FLORISTERÍA Y EVENTOS	Ibagué	098-2724898
TECHOS Y TARIMAS	Ibagué	098-2665452
ALTIPAL PEREIRA LTDA.	Pereira	091-2457932

Fuente; Trabajo de campo

6.5.2. Análisis de precios de enseres y muebles

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mesas Rectangulares de 8 Puestos	10	100.00	1.000.000
Mesas Rimax	20	45.000	900.000
Sillas	500	13.000	6.500.000
Mesas Rectangulares de 6 Puestos	10	80.000	800.000
Mesas Rectangulares de 10 Puestos	10	120.000	1.200.000
Mesas Redondas de 10 Puestos	10	120.000	1.200.000
Manteles Rectangulares	30	15.000	450.000
Plato Buffet	500	7.500	3.750.000
Manteles Redondos	20	25.000	500.000
Sobre tapas colores surtidos	100	10.000	1.000.000
Platos Torta	400	5.500	2.200.000
Cubiertos (Cuchara, cuchillo y tenedor)	1.000	1.000	1.000.000
Vestidos de Silla Copas Vasos	500	9.800	4.900.000
Samubares	4	600.000	2.400.000
Copas	500	1.800	900.000
Vasos	500	1.800	900.000
Antorchas guadua	50	2.000	100.000
Carpas de 4x4	10	210.000	2.100.000
Cintas	1.500	900	1.350.000
Antorchas metálicas	30	1.000	30.000
		Total	33.180.000

Fuente; Trabajo de campo

6.6. PLAN DE MERCADEO

Las estrategias para implementar la factibilidad de la creación una empresa de logística y eventos han sido pesadas para brindar un servicio innovador cada uno de los momentos por los que tiene que pasar el evento desde su idealización, planeación y ejecución. Momentos en los cuales se requiere disponer de tiempo y cabeza fría para hacerlo de la mejor manera posible. Y es por esto que facilitar estas labores es lo que fortalece la propuesta de valor de

logística de eventos “SERVILOG”, donde los clientes lo único que tendrán que hacer será disfrutar de este día, dejando en manos de los expertos todo el trabajo requerido del evento. Este factor es el intangible de la propuesta, la cual, de acuerdo a las expectativas de los clientes, le dará logística de eventos” SERVILOG” la posibilidad de ofrecer a los clientes un evento totalmente personalizado y por medio de unas buenas prácticas en cuanto a negociaciones con los proveedores adecuados, diseñando propuestas acordes al mercado y al momento actual de la ciudad va garantizar la rentabilidad de la empresa.

6.6.1. Estrategia de precio a emplear

Se podrían hacer usos de paquetes los cuales tendrían en cuenta los costos de los insumos que se van a utilizar en cada tipo de evento teniendo en cuenta que se pretende ofrecer precios entre un 10% y un 15% más económicos que los que actualmente están en el mercado. La forma de pago es 50% al reservar el evento y 50% al finalizar el mismo. Los precios establecidos para cada uno de los paquetes de servicios se relacionan en el estudio financiero del proyecto los cuales ya incluyen los descuentos definidos en la estrategia de precios que se va implementar y son los siguientes:

TABLA 12. Paquetes que se pueden implementar

UN PAQUETE BASICO	\$1.200.000
PAQUETE MEDIO	\$1.800.000
PAQUETE COMPLETO	\$2.800.000

Estos paquetes se realizarían según el servicio deseado por el cliente, estos se generan a partir de la inversión de SERVILOG, para una aceptación rápido al en el mercado se podría manejar por servicios completos un 10% a 15% de descuentos, ya que la competencia es directamente con empresas colaboradoras de la capital.

6.6.2. Canales de distribución a emplear

Dada la intangibilidad de los servicios, el proceso que se requiere para cada evento de logística y la actividad de venta del servicio requieren a menudo un contacto personal entre el proveedor y el consumidor, por lo tanto, se emplea un canal directo.

Se implementara la estrategia de canal directo con establecimiento propio de manera que se establezca un contacto directo con el cliente y poder ofrecer un servicio personalizado y tener una comunicación constante y contacto en tiempo real con el cliente, lo anterior permite manejar entre otros aspectos:

- SERVILOG, presentara de forma personalizada de los servicios y de las propuestas en citas pactadas complementadas con una propuesta de e-business como metodología principal de divulgación de información, establecimiento de contactos y seguimiento a proyectos.
- Sería su propio canal directo el cual permitirá ofrecer directamente al cliente el servicio de logística diseñado a su medida.
- SERVILOG, al establecer un cronograma de trabajo que optimice el tiempo destinado al desarrollo el servicio contratado por el cliente.

7. ESTUDIO TÉCNICO

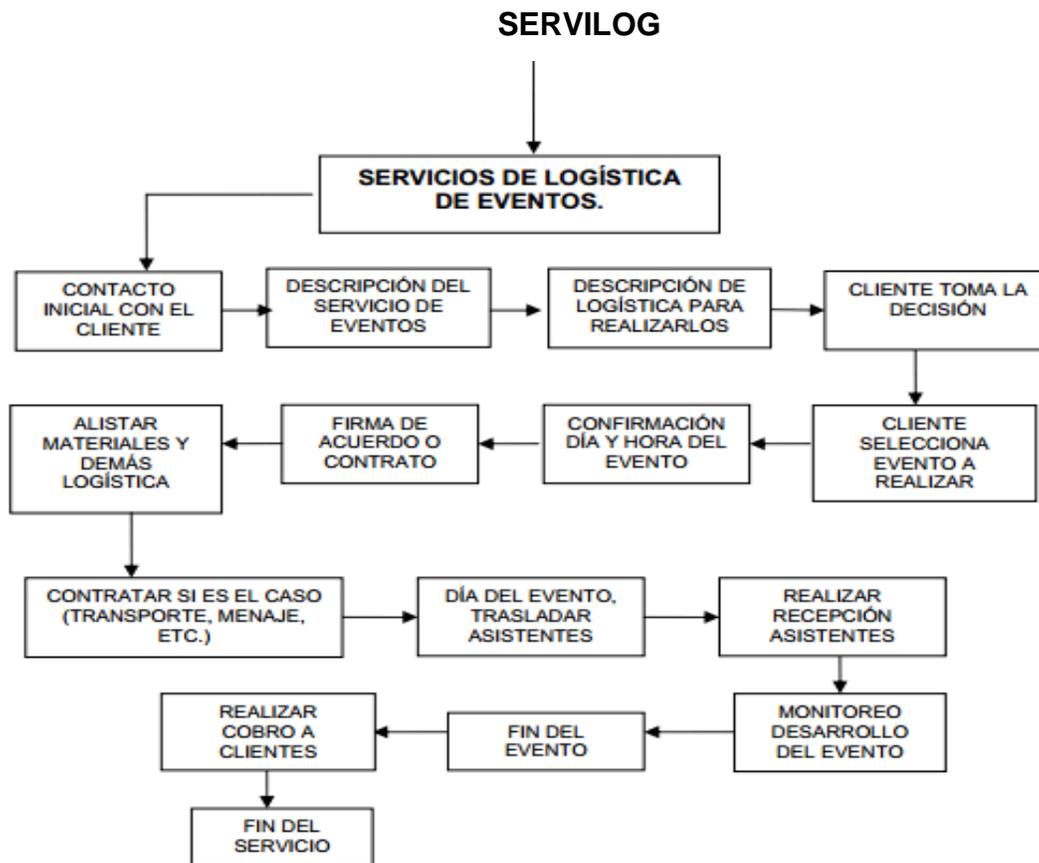
Una vez se ha logrado determinar las condiciones de mercado y se han establecido la mezcla de marketing con la que se ha de trabajar la propuesta; se requiere establecer un plan que permita determinar el nivel de aplicación y utilización óptima de los recursos disponibles, distribución en planta, capacidad e ingeniería de factibilidad de la empresa al crear. En este estudio técnico se analiza el tamaño del proyecto, la disponibilidad de la ciudad, por ende los materiales directos e indirectos requeridos para la prestación del servicio objetivo. La adecuación requerida del local (oficina), es parte también de este estudio así como las necesidades de equipos con su descripción, precio de venta y los requerimientos de instalación y montaje. Por último se estima el caso de construir o arrendar el local donde funcionará la empresa. En todo estudio administrativo y jurídico se constituye la empresa jurídicamente exponiendo los pasos requeridos para tal fin, las restricciones legales constituidas de pago de mano de obra operativa, administrativa y subcontrataciones en cumplimiento de la ley Colombiana.

Se eligió como sitio de localización de la empresa la ciudad de Ibagué, dado que esta ciudad dentro del territorio tolimense obtuvo la mayor puntuación según los factores relevantes.

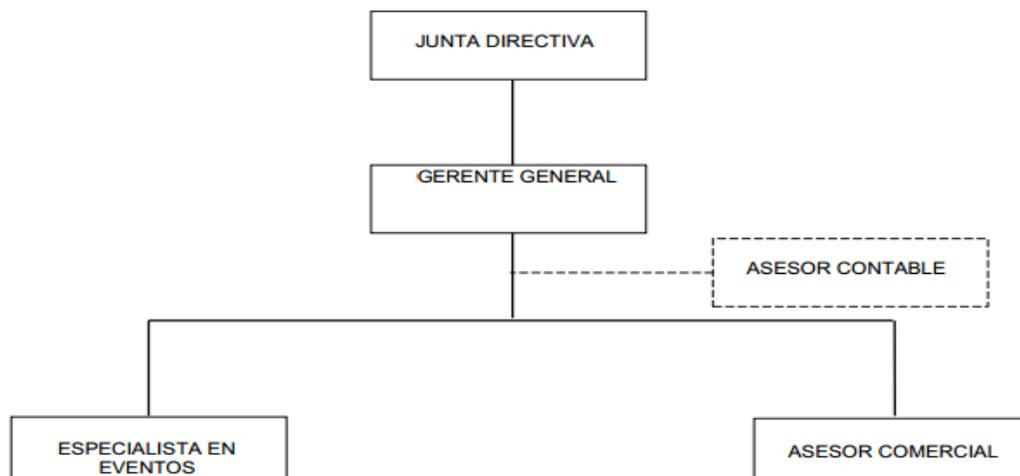
7.1.PROCESO PRODUCTIVO

En Colombia existen una gran mayoría de proveedores que suministran de materia prima, maquinaria y equipo necesario en el mercado de la Empresa de logística de eventos públicos. Los principales proveedores se localizan en las ciudades como Bogotá D.C., Medellín y Cali por ser polos de desarrollo nacional y contar con mercados más amplios y competitivos. Como es fácil conseguir en la ciudad de Bogotá y en el país la materia prima, maquinaria y equipo que se requiere para llevar a cabo las funciones de la empresa, no se requiere del comercio internacional de ella.

7.1.1. Descripción del proceso Flujoograma



Organigrama de la Empresa



7.1.2. Muebles y enseres a utilizar

Los activos fijos son lo que se manejarán para la concepción de utilidades en el desarrollo de las operaciones de la empresa, una parte de la inversión inicial total será destinada a la adquisición de éstos, el tipo y la cantidad de activos fijos se determinó con base en la demanda calculada del será para el primer año de 73 empresas y un incremento anual en un 10%, por lo tanto a continuación se relaciona las necesidades previstas en cuanto a compra de muebles y enseres para dar cumplimiento al objeto social de la empresa:

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mesas Rectangulares de 8 Puestos	10	100.00	1.000.000
Mesas Rimax	20	45.000	900.000
Sillas	500	13.000	6.500.000
Mesas Rectangulares de 6 Puestos	10	80.000	800.000
Mesas Rectangulares de 10 Puestos	10	120.000	1.200.000
Mesas Redondas de 10 Puestos	10	120.000	1.200.000
Manteles Rectangulares	30	15.000	450.000
Plato Buffet	500	7.500	3.750.000
Manteles Redondos	20	25.000	500.000
Sobre tapas colores surtidos	100	10.000	1.000.000
Platos Torta	400	5.500	2.200.000
Cubiertos (Cuchara, cuchillo y tenedor)	1.000	1.000	1.000.000
Vestidos de Silla Copas Vasos	500	9.800	4.900.000
Samubares	4	600.000	2.400.000
Copas	500	1.800	900.000
Vasos	500	1.800	900.000
Antorchas guadua	50	2.000	100.000
Carpas de 4x4	10	210.000	2.100.000
Cintas	1.500	900	1.350.000
Antorchas metálicas	30	1.000	30.000
		Total	33.180.000

Fuente; Trabajo de campo

7.1.3. Descripción de los bienes muebles a utilizar

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
MUEBLES ENSERES			
Escritorio	2	110,000	220,000
Sillas Secretaria	2	98,000	196,000
Archivadores	2	100,000	200,000
TOTAL			616,000
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACIÓN			
Computador	4	1,100,000	4,400,000
Fax	1	350,000	350,000
Línea Telefónica	2	-	-
Celulares	3	75,000	225,000
TOTAL			4,975,000
MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Camioneta	1	35,000,000	35,000,000
TOTAL			35,000,000

Fuente; Trabajo de campo

7.1.4. Determinación de mano de obra a utilizar

Factor Relevante	Peso	Ibagué	San Luis	Espinal
Transporte	30%	4	3	3
Mano de Obra	20%	4	4	4
Sitios ciudad	40%	4	2	3
Hoteles	10%	3	4	3
Total Puntuación	100%	15	13	13

Fuente; Trabajo de campo

7.2.TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto definido como 122 Empresas establecidas en la ciudad de Ibagué (Tolima) y que forman parte del listado de grandes empresas. La determinación de la Muestra define la necesidad de aplicar encuestas a 98 Empresas, para lo cual se requiere de las dos integrantes del Trabajo de Grado quienes recolectarán la información, harán la presentación y el análisis respectivo.

Es muy importante el Estudio de factibilidad para la creación de la empresa de servicios logísticos "Servilog", en la ciudad de Ibagué, la organización de eventos es un dominio absolutamente necesario en la sociedad con el fin de reunir a la gente y permitir reencuentros donde a menudo, nuevos proyectos y nuevas relaciones toma nacimiento. La ciudad de Ibagué requiere la instalación y puesta en marcha de SERVILOG, por que brinda la oportunidad a las empresas de llevar a cabo sus actividades planeadas, contando con una empresa encargada de la logística y organización de los eventos, que sea confiable y garantice el logro de los objetivos propuestos. Lo que cuenta bien es el hecho de poder reunir la mayor cantidad de personas y lograr cubrir y superar sus expectativas en la organización del evento.

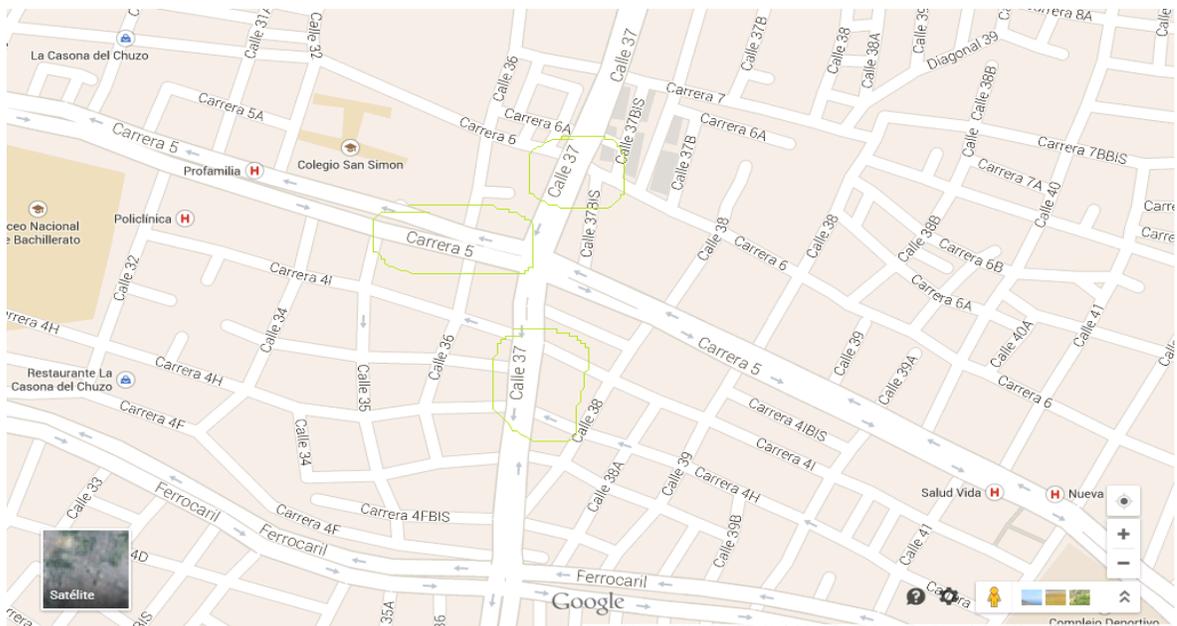
7.2.1. Variables que determinan el tamaño del proyecto

Con este fin de desarrollar un trabajo investigativo arduo que arroje resultados confiables, con los cuales se sepan lograr los objetivos inicialmente planteados, se ha determinado como población objeto de estudio, a las empresas públicas, privadas, industrial comercial o de servicios con más de 15 empleados de Ibagué. Las variables que determinan el tamaño del proyecto están definidas para la propuesta de creación de la Empresa son:

- a) Investigar el Mercado: La representación en la cual se concluyó la investigar el mercado fue la encuesta que se compone en el instrumento básico para recolección de información por parte de los investigadores y está conformado por un conjunto de preguntas debidamente preparadas y ordenadas a base de un formulario en el que se recogen las respuestas que deben ser procesadas para el análisis posterior. Con esta encuesta se busca obtener información veraz y confiable de parte de las empresas de Ibagué y poder recopilar las bases y los criterios a desarrollar para realizar una investigación de mercado. Con la cual se verifican algunos de los aspectos más importantes los posibles clientes.

- b) La Situación del Mercado: El mercado de la elaboración de eventos es un mercado muy creciente y en progreso, debido que en Colombia se realiza un gran número de eventos, en empresas privadas como en empresas públicas; es lo que se busca en la ciudad de Ibagué, a pesar de la grave situación económica que el país atraviesa, la empresa SERVILOG se trabajara con el mercado empresarial ya que se estableció como principal consumidor. Puesto que en la actualidad la sociedad experimenta una gran necesidad de organizadores de eventos, la cual está relacionada directamente con la imagen que otros tengan de la empresa, así como la posición social y económica, hasta el punto que es indispensable para cualquier tipo de celebración, asesorarse de organizadores de eventos para un manejo adecuado de la imagen de SERVILOG.

7.3.LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



La empresa se ubicara en la calle 37 No 5a Barrio Cádiz la elección de dicho lugar es debido al hecho de estar estratégicamente localizado en el centro de la ciudad lo que se reflejará en mayor atención de clientes por la facilidad de

acceso a la empresa. El ambiente comercial que se vive en el sector trae beneficios de reconocimiento de la labor en el campo de la organización de eventos además, de rápido contacto con los proveedores que están localizados en la misma área geográfica de la ciudad.

7.3.1. Macrozona: La empresa estará ubicada en el eje de los negocios conocido como el Tolimense, en el municipio de Ibagué – Tolima.

7.3.2. Microzona: Para definir el punto estratégico exacto donde se situará la empresa, se manejó el método de calificación por puntos entre estas tres alternativas: Espinal, San Luis e Ibagué.

7.4. ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y ADMINISTRATIVO GERENTE

Tabla N° 12: Manual de Funciones Gerente

IDENTIFICACION DEL CARGO				
DIA:	MES:	ANO:2014	NOMBRE DEL CARGO: GERENTE	CODIGO: 001
CARGO DEL JEFE INMEDIATO:			JORNADA DE TRABAJO: 8 HORAS	SUELDO: \$ 1.500.000
NATURALEZA DEL CARGO				
Vigilar, dirigir, planear y organizar las diferentes actividades con las que debe cumplir el personal a su cargo, y optimizarlas de manera objetiva.				
FUNCIONES DEL CARGO				
a) Permanentes:				
Vigilar de manera permanente las actividades de la organización, analizando posibles problemas, alternativas y tomando decisiones para garantizar un buen servicio, con respecto a las políticas de la empresa.				
Realizar una evaluación permanente, para asegurar una excelente atención al cliente				
Asignar las tareas al personal directamente a su cargo				
Dirigir y organizar los planes de incentivos para el talento humano a su cargo.				
Planear, organizar, coordinar y controlar los recursos humanos, financieros y materiales de la empresa buscando cumplir con los objetivos establecidos.				
b) Periódicas:				
Presentar informes mensuales, por escrito y oralmente, en las juntas directivas, sobre el desempeño de la organización.				
ESPECIFICACIONES DEL CARGO				
CONOCIMIENTOS , EXPERIENCIAS Y HABILIDADES				

EDUCACIÓN	Titulado, con experiencia en formulación y evaluación de proyectos, logística.		
EXPERIENCIA	Tres (3) años de experiencia.		
HABILIDADES	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Destreza manual	X		
Elaboración de informes	X		
Toma de decisiones	X		
Atención y concentración	X		
Aptitud verbal	X		
Aptitud escrita	X		
Razonamiento numérico	X		
Capacidad analítica	X		
Liderazgo y dirección del personal	X		
Manejo de equipos y programas de computación	X		
RAZGOS DE PERSONALIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Orden en el desarrollo de las actividades	X		
Compromiso y motivación hacia resultados	X		
Adaptación a cambios del entorno y la organización	X		
Buenas relaciones interpersonales	X		
Trabajo en equipo	X		
Creatividad e innovación	X		
Puntualidad	X		
Interés por la calidad	X		
Actitud de servicio al cliente	X		
ESFUERZO	NIVEL REQUERIDO		
MENTAL	Alto, debe planear, dirigir, controlar y organizar todos los proyectos de la empresa.		
VISUAL	Medio, debido a que el cargo involucra cierta atención visual.		
FÍSICO	Bajo, debido a que se manejan objetos de poco peso, además se mantiene frecuentemente en la misma posición.		
RESPONSABILIDADES	NIVEL REQUERIDO		
POR INFORMACIÓN	Alta, debido a que maneja gran cantidad de información confidencial de la empresa.		
POR ARCHIVOS Y REGISTROS	Alta, debido a que tiene acceso a los archivos y registros de la empresa.		
POR BIENES	Media, tiene responsabilidad con el sistema operativo		

	de la empresa.
POR DINERO	Alto, tiene acceso directo al dinero de la empresa.

CONDICIONES DE TRABAJO				
FACTORES	NIVEL REQUERIDO			
	ALTO	NORMAL	MEDIO	BAJO
Iluminación		X		
Calor		X		
Frio		X		
Humedad		X		
Ruido		X		
Polvo		X		
Ventilación		X		
Olores		X		
Congestión		X		
Suciedad		X		
Riesgo				X

Fuente: Trabajo de campo

Personal Operativo

Se comprende por los cargos cuyas funciones implican el ejercicio de las labores que se caracterizan por el predominio de actividades manuales dentro y fuera de la empresa.

ASESOR COMERCIAL

Tabla No. 13: Manual de Funciones Asesor Comercial

IDENTIFICACION DEL CARGO				
DIA:	MES:	ANO: 2014	NOMBRE DEL CARGO: ASESOR COMERCIAL	CODIGO: 001
CARGO DEL JEFE INMEDIATO: GERENTE			JORNADA DE TRABAJO: 8 HORAS	SUELDO: \$ 600.000
NATURALEZA DEL CARGO				
Atender y aumentar el nivel de ventas que genere incremento en los ingresos de la empresa				
FUNCIONES DEL CARGO				
a) Permanentes:				
Vender los servicios que ofrece la empresa				
Brindar información de las promociones y descuentos de los servicios de la empresa				
Dar a conocer los servicios que ofrece la empresa				
Brindar un servicio eficiente al cliente				
Prestar atención a las opiniones de los clientes				

b) Periódicas:			
Presentar informes mensuales, por escrito y oralmente, en las juntas directivas, sobre el desempeño de la organización			
ESPECIFICACIONES DEL CARGO			
CONOCIMIENTOS , EXPERIENCIAS Y HABILIDADES			
EDUCACIÓN	Bachiller , curso de mercadeo Y/o atención al cliente		
EXPERIENCIA	Tres (3) años de experiencia.		
HABILIDADES	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Destreza manual	X		
Elaboración de informes		X	
Toma de decisiones	X		
Atención y concentración	X		
Aptitud verbal	X		
Aptitud escrita	X		
Razonamiento numérico	X		
Capacidad analítica		X	
Liderazgo y dirección del personal		X	
Manejo de equipos y programas de computación		X	
RAZGOS DE PERSONALIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Orden en el desarrollo de las actividades	X		
Compromiso y motivación hacia resultados	X		
Adaptación a cambios del entorno y la organización	X		
Buenas relaciones interpersonales	X		
Trabajo en equipo	X		
Creatividad e innovación	X		
Puntualidad	X		
Interés por la calidad	X		
Actitud de servicio al cliente	X		
Deseo de superación	X		
ESFUERZO	NIVEL REQUERIDO		
MENTAL	Medio, debe de estar atento a todas las necesidades de los clientes y crear nuevas necesidades.		
VISUAL	Medio, debido a que el cargo involucra cierta atención visual.		
FÍSICO	Medio, debido a que se manejan objetos de poco peso, se mantiene frecuentemente en la misma posición, se camina para poder visitar los clientes		
RESPONSABILIDADES	NIVEL REQUERIDO		
POR INFORMACIÓN	Alta, debido a que maneja gran cantidad de información confidencial de la empresa.		
POR ARCHIVOS Y REGISTROS	Alta, debido a que tiene acceso a los archivos y		

	registros de la empresa.
POR BIENES	Media, tiene responsabilidad con el sistema operativo de la empresa.
POR DINERO	Alto, tiene acceso directo al dinero de la empresa.

CONDICIONES DE TRABAJO				
FACTORES	NIVEL REQUERIDO			
	ALTO	NORMAL	MEDIO	BAJO
Iluminación		X		
Calor		X		
Frio		X		
Humedad		X		
Ruido		X		
Polvo		X		
Ventilación		X		
Olores		X		
Congestión		X		
Suciedad		X		
Riesgo		X		

Fuente: Trabajo de campo

ESPECIALISTA EN EVENTOS

Tabla No. 14: Manual de Funciones Especialista en Eventos

IDENTIFICACION DEL CARGO				
DIA:	MES:	ANO: 2014	NOMBRE DEL CARGO: ESPECIALISTA EN EVENTOS	CODIGO: 002
CARGO DEL JEFE GERENTE	INMEDIATO:	JORNADA DE TRABAJO: 8 HORAS	SUELDO:	\$ 1.000.000
NATURALEZA DEL CARGO				
Coordinar la realización de los eventos públicos que realice la empresa, a fin de lograr una plena satisfacción del cliente.				
FUNCIONES DEL CARGO				
a) Permanentes:				
Visitar los clientes de la empresa				
Brindar información de las promociones y descuentos de los servicios de la empresa				
Dar a conocer los servicios que ofrece la empresa				
Brindar un servicio eficiente al cliente				
Prestar atención a las opiniones de los clientes				
b) Periódicas:				
Presentar informes mensuales, por escrito y oralmente, en las juntas directivas, sobre el desempeño de la organización				
ESPECIFICACIONES DEL CARGO				

CONOCIMIENTOS , EXPERIENCIAS Y HABILIDADES			
EDUCACIÓN	Bachiller , curso de mercadeo Y/o atención al cliente		
EXPERIENCIA	Tres (3) años de experiencia.		
HABILIDADES	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Destreza manual	X		
Elaboración de informes		X	
Toma de decisiones	X		
Atención y concentración	X		
Aptitud verbal	X		
Aptitud escrita	X		
Razonamiento numérico	X		
Capacidad analítica		X	
Liderazgo y dirección del personal		X	
Manejo de equipos y programas de computación		X	
RAZGOS DE PERSONALIDAD	NIVEL REQUERIDO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Orden en el desarrollo de las actividades	X		
Compromiso y motivación hacia resultados	X		
Adaptación a cambios del entorno y la organización	X		
Buenas relaciones interpersonales	X		
Trabajo en equipo	X		
Creatividad e innovación	X		
Puntualidad	X		
Interés por la calidad	X		
Actitud de servicio al cliente	X		
Deseo de superación	X		
ESFUERZO	NIVEL REQUERIDO		
MENTAL	Medio, debe de estar atento a todas las necesidades de los clientes y crear nuevas necesidades.		
VISUAL	Medio, debido a que el cargo involucra cierta atención visual.		
FÍSICO	Medio, debido a que se manejan objetos de poco peso, se mantiene frecuentemente en la misma posición, se camina para poder visitar los clientes		
RESPONSABILIDADES	NIVEL REQUERIDO		
POR INFORMACIÓN	Alta, debido a que maneja gran cantidad de información confidencial de la empresa.		
POR ARCHIVOS Y REGISTROS	Alta, debido a que tiene acceso a los archivos y registros de la empresa.		
POR BIENES	Media, tiene responsabilidad con el sistema operativo de la empresa.		
POR DINERO	Alto, tiene acceso directo al dinero de la empresa.		

CONDICIONES DE TRABAJO				
FACTORES	NIVEL REQUERIDO			
	ALTO	NORMAL	MEDIO	BAJO
Iluminación		X		
Calor		X		
Frio		X		
Humedad		X		
Ruido		X		
Polvo		X		
Ventilación		X		
Olores		X		
Congestión		X		
Suciedad		X		
Riesgo		X		

Fuente: Trabajo de campo

7.4.1. Distribución física de la planta

SERVILOG por el momento no se encuentra en la capacidad de construir una instalación para su funcionamiento. Los altos costos que implican una construcción no podrían ser fácilmente recuperables con la actividad económica que se desempeñará.

La mejor opción es la escogida con anterioridad es decir arrendar el Local 205 del Centro Comercial Fontainebleau de la ciudad de Ibagué, ubicado en la calle 37 con 5a Es importante anotar que la ubicación de la empresa es estratégica para la prestación del servicio y un sitio así no se conseguiría fácilmente para construir una nueva instalación.

7.4.2. Tipo de Sociedad a crear

Sociedad Limitada: La Empresa SERVILOG, Estará constituida como una Empresa comercial, tipo sociedad de responsabilidad limitada formada por dos socios, los cuales aportarán cuotas de igual valor para la conformación del

capital. Se hace necesario llenar una serie de requisitos legales para acreditar la empresa como legal y por lo tanto poder ofrecer sus servicios al público.

7.4.3. Direccionamiento estratégico

“Sustentabilidad” que conducirá a la equidad social, equilibrio ambiental y crecimiento económico, se comprometerá SERVILOG A satisfacer las necesidades, expectativas y compromisos con LOS grupos sociales objetivos, mediante:

- ✓ El cumplimiento de las leyes de la República de Colombia, la normatividad aplicable a la actividad económica y las directrices institucionales.
- ✓ El mejoramiento continuo del Estándar Gerencial Modelo “S”.
- ✓ Las buenas prácticas de Gobierno Corporativo y de responsabilidad social empresarial.
- ✓ La implementación de controles para blindar a la Compañía de actividades ilícitas. La gestión integral de riesgos orientada a prevenir sucesos que afecten la integridad de los Colaboradores, la información, la infraestructura de la Compañía, los bienes de terceros y la continuidad del negocio.
- ✓ El cumplimiento de las normas de seguridad de la información garantizando su confidencialidad, integridad y disponibilidad.
- ✓ La prevención de accidentes de trabajo y/o enfermedades profesionales.
- ✓ La prevención de la contaminación ambiental, controlando el uso eficiente y responsable de recursos naturales como agua y energía, el control de emisiones atmosféricas y la correcta gestión y disposición de residuos.

7.4.4. Aspectos jurídicos

Como persona jurídica la Empresa SERVILOG, se constituirá como una sociedad limitada, la cual consta de dos socios y sus aportes podrán ser realizados en especie o en efectivo.

Políticas de Dividendos: Durante los tres primeros años de SERVILOG, se tiene previsto reinvertir las utilidades obtenidas en la empresa y distribuir dividendos a partir del cuarto año semestralmente monto de los dividendos se establecerá en un 60% para la empresa y un 40% para repartir en los socios.

Políticas de Liquidación: Para esta eventualidad, se asignará a una o dos personas de la empresa, las cuales reunirán todos los activos tangible e intangible que SERVILOG posea, para así concluir todas las obligaciones de la empresa y llevar a cabo su liquidación. Para llevar a cabo la constitución de la empresa SERVILOG se exige la elaboración de la minuta de constitución requerida para la escritura pública de constitución.

Escrituras públicas de constitución tendrá el siguiente contenido:

- Nombres de los Otorgantes
- Nombre de la Sociedad
- Naturaleza Jurídica
- Nacionalidad
- Domicilio
- Objeto Social
- Capital Autorizado y Pagado
- Acciones. Características de las acciones (Nominativas, No Nominativas, Negociables o No Negociables)
- Accionistas 95
- Dirección de la Empresa (Gerente, Presidente, Representante Legal, Atribuciones, Composición y Períodos de Vigencia)

- Administración (Junta Directiva, Asamblea de Socios, Atribuciones, Composición y Períodos de Vigencia)
- Reuniones (Ordinarias, Extraordinarias, Lugar)
- Quórum (Liberatorio y Decisorio)
- Revisoría Fiscal
- Ejercicio Social
- Utilidades (Distribución, Reservas y Pago de Dividendos)
- Disolución y sus Causales
- Pérdidas y Cancelación
- Liquidación (Distribución del Remanente y Normas para Liquidación)
- Otros aspectos que sean de interés para la sociedad y sus participantes.

Pasos a seguir para la constitución de la empresa:

- Reunión de los socios con el fin de decidir sobre la constitución de la empresa y el tipo de sociedad jurídica
- Verificación del nombre o razón social en las dependencias de la Cámara de Comercio de Ibagué
- Elaboración de la Minuta para la creación de Escritura Pública de Constitución
- Autenticación de la Escritura Pública de Constitución por parte de un Notario
- Matrícula de la Sociedad en el Registro Mercantil, con la siguiente documentación: Copia de la Escritura Pública de Constitución, Formulario diligenciado de Matrícula para Establecimientos de Comercio, obtención del Certificado de Existencia (en caso de Personas Jurídicas), obtención de la Matrícula Mercantil (en caso de Personas Naturales), registro del Libro de Diario, Libro de Mayor, Libro de Inventario y Balances y las Actas. 96
- Renovación del Registro Mercantil durante los tres últimos días hábiles de la fecha en que fue registrada inicialmente la Empresa.

Trámites tributarios del orden nacional son:

- Diligenciamiento del Formato de Registro Único Tributario (R.U.T.).
- Fotocopia de la Escritura Pública de Constitución.
- Obtención del Número de Identificación Tributaria (NIT) provisional y válido por un periodo de 90 días.
- Obtención de la Tarjeta de NIT definitivo.

Trámites de funcionamiento son:

- Constitución de la Escritura Pública, ante un notario del Círculo de Notarios de Ibagué
- Registro Mercantil en las Cámara de Comercio de Ibagué
- Nit ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)
- Registro de Industria y Comercio en la Secretaría de Hacienda Municipal
- Visto bueno del Comando de Bomberos
- Inscripción de Libros de Contabilidad ante la Cámara de Comercio de Ibagué

Inversión para el funcionamiento: Con el objetivo de poder dar inicio a las labores de servicio logístico, la empresa debe cubrir los gastos requeridos para la legalidad del funcionamiento, exigidos por Ley, como son:

Número	Descripción	Costo (\$)
2	Formularios para Inscripción de Cámara y Comercio	15.500
1	Inscripción ante la Cámara y Comercio	189.240
1	Visto bueno del Cuerpo de Bomberos	123.000
1	Extintor de 10 Libras	94.800
Total		\$ 422.540

Restricciones legales: Las restricciones legales se refieren a todos esos pagos que deben llevar a cabo la empresa en este caso de logística debe cancelar los impuestos, según los porcentajes exigidos por el estado Colombiano para las empresas de Servicios. Como son el 35% de impuesto de renta, el 10% de retención en la fuente y el 10% del fondo de prestaciones sociales. La empresa no incurrirá en gastos de franquicias, patentes ni de otras propiedades industriales puesto que no las utilizará por ahora.

Subcontrataciones: SERVILOG deberá subcontratar un Asesor Contable con título de Contador Público, por un valor mensual de \$130.534. El único pago que se deberá efectuar será el Impuesto de Retención en la Fuente del 10%, por ser servicio profesional, y el cual se descontará del salario del Contador, para su pago al Gobierno.

Cargo	Salario	Total Deducción Rete fuente (10%)	Total a Pagar
CONTADOR	130.534	13053	130.534

Funciones Específicas del asesor contable:

- Analizar, registrar y actualizar los soportes contables de la empresa.
- Presentar informes periódicos del estado financiero de la empresa ante el administrador y socios de la empresa.
- Elaborar mensualmente los informes contables.
- Legalizar los Estados Financieros con la firma y matrícula profesional.
- Recomendar soluciones a los problemas contables que se presenten a la empresa.
- Elaborar análisis y pruebas financieras a los estados contables que permitan detectar déficits y ganancias; y plantear soluciones y planes de contingencia en caso de encontrarse pérdidas.

- Cumplir con el horario de trabajo y tener disponibilidad inmediata ante cualquier tarea a realizarse.

7.4.5. Aspectos ambientales

Al efectuar la creación, instalación y funcionamiento de la empresa SERVILOG prestadora de servicios de logística y organización de eventos público no trae consecuencias nocivas en el medio ambiente. En el desarrollo de las tareas no se utilizan herramientas, máquinas, materiales auxiliares ni suministros o partes que puedan desprender tóxicos para el medio ambiente en que se labora. Por tanto los asesores y el propietario que laborarán en la empresa contarán con un ambiente laboral sano y libre de factores de riesgo para su salud. Con la ayuda de la Entidad Administradora de Riesgos Profesionales (ARP) se liderarán programas de Salud Ocupacional a fin de contar siempre con la buena salud del personal de la empresa.

El proyecto no afecta de ninguna manera el medio ambiente del sistema. Los recursos utilizados en las funciones no destruyen los recursos naturales. El uso del agua para la empresa SERVILOG es importante para las necesidades físicas de los empleados y por lo mismo se velará por que no haya contaminación de la misma.

Se habló sobre la aplicación de todas las normas requeridas por el Ministerio del Medio Ambiente Nacional para el funcionamiento de una empresa. Se utilizarán diferentes recipientes para los distintos desechos que se produzcan en la empresa como son:

- Papeles
- Cartones
- Plásticos
- Vidrios

Además se atenderán todas las observaciones en técnicas de protección del Medio Ambiente externo e interno, como son la Higiene Industrial, la Seguridad Industrial y la Medicina Industrial.

8. ESTUDIO FINANCIERO

Con la exposición de este capítulo se desea mostrar extensa y rigurosamente los elementos que participan en la formulación financiera el Estudio de factibilidad para la creación de la empresa de servicios logísticos "Servilog", en la ciudad de Ibagué - Tolima. Es importante anotar que los rubros de las proyecciones están en pesos corrientes, usando un índice inflacionario del 6%, basado en el Índice de Precios al Consumidor (IPC) de los últimos años y en la proyección realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

8.1. INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial realizada por los socios de la empresa por:

INVERSION INICIAL						
Años	0	1	2	3	4	5
	85.769.340	0	0	0	0	0
TOTAL	85.769.340	0	0	0	0	0

8.1.1. Inversión en activos fijos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
MUEBLES ENSERES			
Escritorio	2	110,000	220,000
Sillas Secretaria	2	98,000	196,000
Archivadores	2	100,000	200,000
TOTAL			616,000
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACIÓN			
Computador	4	1,100,000	4,400,000
Fax	1	350,000	350,000
Línea Telefónica	2	-	-
Celulares	3	75,000	225,000
TOTAL			4,975,000
MAQUINARIA Y EQUIPOS			
Camioneta	1	35,000,000	35,000,000
TOTAL			35,000,000

8.1.2. Inversión en Activos Tangibles

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mesas Rectangulares de 8 Puestos	10	100.00	1.000.000
Mesas Rimax	20	45.000	900.000
Sillas	500	13.000	6.500.000
Mesas Rectangulares de 6 Puestos	10	80.000	800.000
Mesas Rectangulares de 10 Puestos	10	120.000	1.200.000
Mesas Redondas de 10 Puestos	10	120.000	1.200.000
Manteles Rectangulares	30	15.000	450.000
Plato Buffet	500	7.500	3.750.000
Manteles Redondos	20	25.000	500.000
Sobre tapas colores surtidos	100	10.000	1.000.000
Platos Torta	400	5.500	2.200.000
Cubiertos (Cuchara, cuchillo y tenedor)	1.000	1.000	1.000.000
Vestidos de Silla Copas Vasos	500	9.800	4.900.000
Samubares	4	600.000	2.400.000
Copas	500	1.800	900.000
Vasos	500	1.800	900.000
Antorchas guadua	50	2.000	100.000
Carpas de 4x4	10	210.000	2.100.000
Cintas	1.500	900	1.350.000
Antorchas metálicas	30	1.000	30.000
		Total	33.180.000

8.2. COSTOS OPERACIONALES

Como los equipos serán adquiridos directamente con proveedores dentro del país y ciudades que los tengan, serán ellos quienes requieran importarlos del extranjero y cubrir sus costos de nacionalización.

8.2.1. Costos de Producción

Costo de servicios públicos y otros.

Servicio	Unidad de medida	Cantidad Anual	Costo unitario	Costo Total
Acueducto y Alcantarillado	Mensualidad	12	\$ 5000	60.000
Aseo	Mensualidad	12	\$5000	60.000
Energía Eléctrica	Mensualidad	12	\$ 40.000	480.000
Telefonía	Mensualidad	12	\$50.000	600.000
Arrendamiento PROPIETARIO	Mensualidad	12	\$ 1.500.000	0
TOTAL				1.200.000

Sistema de publicidad y promoción

Tipo de Publicidad	Detalle	Cantidad	Costo Mensual (\$)	Costo Anual (\$)
Páginas Amarillas	Aviso	1	32.150	385.800
Volantes	Informativo	10.000		350.000
Total				\$ 735.800

Se debe tratar de utilizar el sistema de financiamiento del 100% de la inversión inicial requerida para llevar cabo el proyecto o ya sea como inyección de liquidez una vez se logre mayor participación en el mercado y los costos de producción así lo requieran.

8.2.2. Gastos de Administración Anual

Cargo	No. de Personas	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones Sociales (50,117%)	Costo total anual
Gerente	1	780.000	9.360.000	4.690.951	14.050.951
Asistente	1	550.000	6.600.00	3.307.722	9.907.722
Contador	1	130.534	1.566.411	0	1.566.411
Adm. Comercial	1	600.000	7.200.000	3.608.424	10.808.424
Sub. Total					36.333.508
Menos 20% (ventas)					4.335.800
TOTAL					31.997.708

8.2.3. Gastos de Venta

Detalle	Costo total anual
Bonificación por venta	\$ 4.335.800
Total	\$ 4.335.800

8.3.CAPITAL DE TRABAJO

El capital inicial de \$85, 769,340 será aportado en cuotas iguales de \$ 42,884,670 por cada uno de los dos socios del proyecto

8.4. PRESUPUESTOS

En la siguiente tabla se muestra el total de la inversión que deben realizar las socias de la empresa SERVILOG antes de iniciar sus operaciones comerciales.

SERVILOG en el año 0 se dan los valores de las inversiones requeridas para la instalación y puesta en marcha. Los valores registrados en el año 5 corresponden a los valores de recuperación del 50% de los activos fijos y del 100% del capital de trabajo invertido, al momento de liquidar el proyecto. La estimación del efectivo se realizó para los primeros 90 días, siendo el 10% de los ingresos por ventas, y el inventario de materiales directos se realizó para atender las necesidades de producción para el primer trimestre del año de operaciones. Un exceso de efectivo puede acarrear un lucro cesante innecesario y un valor insuficiente puede generar disminución en el ritmo de la producción.

8.4.1. Presupuesto de Inversión

Periodo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Inversiones Fijas	73.771.000					36.885.500
1.1 Depreciables	73.771.000					36.885.500
1.1.1 Equipo de Computo	4.975.000					
1.1.2 Muebles y Enseres	616.000					
1.1.3 Maquinaria y Equipo	68.180.000					
2. Inversiones Diferidas	3.858.340					
2.1 Gastos de Estudios	700.000					
2.2 Gastos de Organización	1.000.000					
2.3 Gastos de Capacitación	1.000.000					
2.4 Publicidad Prepagada	735.800					
2.5 Gastos de Constitución	422.540					
3. Capital de Trabajo	8.140.000					8.140.000
3.1 Efectivo	7.840.000					
3.2 Inventario de M.P.	300.000					
TOTAL DE INVERSION INICIAL	85.769.340					45.025.500

Fuente: Trabajo de campo

8.5. INGRESOS DEL PROYECTO

En SERVILOG ha proyectado una demanda potencial ajustada, planear mayor número de empresas puede acarrear costos elevados innecesarios y una planeación menor puede ocasionar pérdidas. La demanda se espera cumplir y si es del caso aumentarla cada año, los ingresos que generaría son suficientes como para dar la rentabilidad que se expuso anteriormente.

Periodo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos + IVA (Facturados)	000	90.944.000	120.046.080	158.460.826	209.168.290	276.102.143

Fuente: Trabajo de campo

8.6.FUENTES DE FINANCIACIÓN

Los valores correspondientes a las inversiones fijas, diferidas, capital de trabajo, además los costos fijos sin financiación y los costos variables. En el proyecto no existe financiación, ya que tiene dos socios los cuales tienen capital de trabajo y inversión inicial cada uno del 50%.

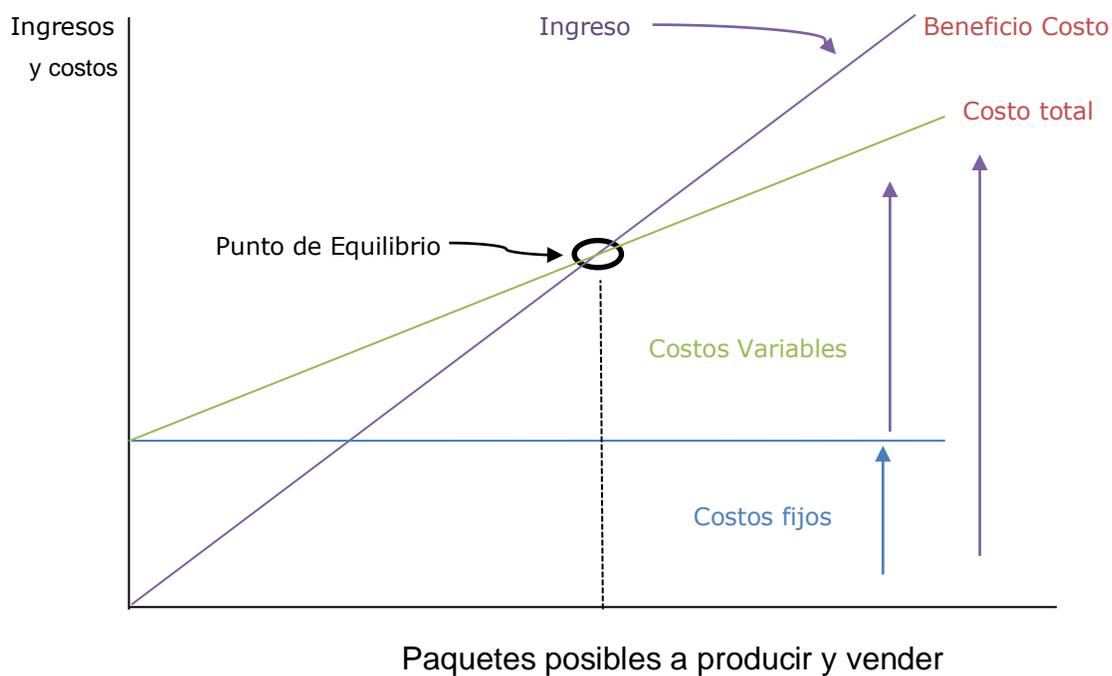
8.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

Periodo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Costo Total						
1.1 Costos Variables		31.133.615	33.001.632	34.981.730	37.080.634	39.305.472
1.1.1 Materia Prima		1.200.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
1.1.2 Salario de Mano de Obra Directa		29.933.615	31.729.632	33.633.410	35.651.414	37.790.499
1.2 Costos Fijos		47.851.508	50.208.956	52.707.851	55.356.679	58.164.438
1.2.1 Materiales Indirectos		1.000.000	1.060.000	1.123.600	1.191.016	1.262.477
1.2.2 Mantenimiento Maquinaria y Equipo		1.000.000	1.060.000	1.123.600	1.191.016	1.262.477
1.2.3 Arrendamiento de Local		1.500.000	1.590.000	1.685.400	1.786.524	1.893.715
1.2.4 Depreciación de Maquinaria y Equipo		6.818.000	6.818.000	6.818.000	6.818.000	6.818.000
1.2.5 Servicios Públicos		1.200.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
1.2.6 Salario Personal Adtvo		18.000.000	19.080.000	20.224.800	21.438.288	22.724.585
1.2.8 Depreciación Administrativa		9.255.000	9.810.300	10.398.918	11.022.853	11.684.224
1.2.9 Amortización de Diferidos		1.118.200	1.118.200	1.118.200	1.118.200	1.118.200
1.2.10 Honorarios Profesionales		624.508	624.508	624.508	624.508	624.508
		3.000.000	3.180.000	3.370.800	3.573.048	3.787.431

1.2.11 Amortización Publicidad Diferida		735.800	779.948	826.745	876.350	928.931
1.2.12 Distribución y Comercialización		3.600.000	3.816.000	4.044.960	4.287.658	4.544.917
COSTO TOTAL		78.985.123	83.210.588	87.689.581	92.437.313	97.469.909

Fuente: Trabajo de campo

PUNTO DE EQUILIBRIO



8.7.1. Determinación del punto de equilibrio

Es el procedimiento para determinar el volumen de venta necesario para cubrir el valor de los costos y gastos de la empresa, sin perder ni ganar; se determinó calcular el punto de equilibrio en pesos, mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Ventas en el punto de equilibrio (VPE)} = \frac{\text{Costos Fijos (CF)}}{1 - \text{Costos variables (CV)}} \times \text{Ventas Netas (VN)}$$

Para la factibilidad de la empresa, los costos fijos y variables son:

COSTOS FIJOS:

Mano de obra indirecta	0
Servicios Públicos y otros	\$ 1.200.000
Depreciación	\$ 6.818.000
Gastos administrativos	\$ 31.997.708
Amortización diferidos	\$ 1.118.200
Otros gastos	\$ 735.800
TOTAL COSTOS FIJOS	\$41.869.708

COSTOS VARIABLES

Mano de obra directa	\$ 29.933.615
Materia prima	\$ 1.200.000
Insumos	\$ 33.180.000
Gastos de ventas	\$ 4.335.800
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$68.669.415

Para este caso, se calculó el punto de equilibrio para cada uno de los servicios ofrecidos por la empresa, de acuerdo con los resultados de ingresos, se calculó el cada uno y en la misma proporción se distribuyen costos y gastos, los resultados son:

Logística de eventos	\$ 78.400.000	75%
Total	\$ 78.400.000	100%

Aplicando la fórmula arriba mencionada para cada uno de los servicios se tienen los siguientes resultados

Producto	Ingresos	%	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	Un	Precio de venta	Total
Logística de eventos	\$ 78.400.000	75%	9.136.200	38.715.800	98	800.000	68.400.000

El resultado indica que el punto de equilibrio está determinado por un total 68.400.000 en el primer año.

Periodo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Inversiones Fijas	73.771.000	-	-	-	-	36.885.500
1.1 Depreciables	73.771.000	-	-	-	-	36.885.500
1.1.1 Equipo de Computo	4.975.000	-	-	-	-	-
1.1.2 Muebles y Enseres	616.000	-	-	-	-	-
2. Inversiones Diferidas	3.858.340	-	-	-	-	-
2.1 Gastos de Estudios	700.000	-	-	-	-	-
2.2 Gastos de Organización	1.000.000	-	-	-	-	-
2.3 Gastos de Capacitación	1.000.000	-	-	-	-	-
2.4 Publicidad Prepagada	735.800	-	-	-	-	-
2.5 Gastos de Constitución	422.540	-	-	-	-	-
3. Capital de Trabajo	8.140.000	-	-	-	-	8.140.000
3.1 Efectivo	7.840.000	-	-	-	-	-
3.2 Inventario de M.P.	300.000	-	-	-	-	-
1. Costo Total		-	-	-	-	-
1.1 Costos Variables		31.133.615	33.001.632	34.981.730	37.080.634	39.305.472
1.1.1 Materia Prima		1.200.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
1.1.2 Salario de Mano de Obra Directa		29.933.615	31.729.632	33.633.410	35.651.414	37.790.499
1.2 Costos Fijos		47.851.508	50.208.956	52.707.851	55.356.679	58.164.438
1.2.1 Materiales Indirectos		1.000.000	1.060.000	1.123.600	1.191.016	1.262.477
1.2.2 Mantenimiento Maquinaria y Equipo		1.000.000	1.060.000	1.123.600	1.191.016	1.262.477
1.2.3 Arrendamiento de Local		1.500.000	1.590.000	1.685.400	1.786.524	1.893.715
1.2.4 Depreciación de Maquinaria y Equipo		6.818.000	6.818.000	6.818.000	6.818.000	6.818.000
1.2.5 Servicios Públicos		1.200.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
1.2.6 Salario Personal Adtvo		18.000.000	19.080.000	20.224.800	21.438.288	22.724.585
1.2.7 Prestaciones Sociales Personal Adtvo		9.255.000	9.810.300	10.398.918	11.022.853	11.684.224
1.2.8 Depreciación Administrativa		1.118.200	1.118.200	1.118.200	1.118.200	1.118.200
1.2.9 Amortización de Diferidos		624.508	624.508	624.508	624.508	624.508
1.2.10 Honorarios Profesionales		3.000.000	3.180.000	3.370.800	3.573.048	3.787.431
1.2.11 Amortización Publicidad Diferida		735.800	779.948	826.745	876.350	928.931
1.2.12 Distribución y Comercialización		3.600.000	3.816.000	4.044.960	4.287.658	4.544.917

Fuente: Trabajo de campo

8.8. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Este estado permite analizar al final de cada año de operación de la SERVILOG, si se presentaron utilidades o pérdidas en el desarrollo de sus actividades operativas.

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	78.400.000	103.488.000	136.604.160	180.317.491	238.019.088
(-) Costos de los Productos/Servicios Vendidos	42.651.615	44.801.632	47.080.650	49.496.409	52.057.113
(=) Utilidad Bruta	35.748.385	58.686.368	89.523.510	130.821.082	185.961.975
(-) Gastos Administrativos	31.997.708	33.813.008	35.737.226	37.776.897	39.938.948
(-) Gastos de Ventas	4.335.800	4.595.948	4.871.705	5.164.007	5.473.848
(=) Utilidad Neta Operacional	(585.123)	20.277.412	48.914.579	87.880.178	140.549.179
(+) Otros Ingresos	-	-	-	-	-
(-) Otros Egresos	-	-	-	-	-
(-) Gastos Financieros	-	-	-	-	-
(=) Utilidad Antes de Impuestos	(585.123)	20.277.412	48.914.579	87.880.178	140.549.179
(-) Impuesto de Renta (38,5%)	(225.272)	7.806.804	18.832.113	33.833.869	54.111.434
(=) UTILIDAD NETA	(359.851)	12.470.608	30.082.466	54.046.310	86.437.745

Fuente: Trabajo de campo

9. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

9.1. FLUJO DE FONDOS

El proceso del resultante del Flujo Neto de Inversiones y el Flujo de Operación, representa las salidas y las entradas de dinero a la empresa, permitiendo aplicar criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto. En este caso la empresa presenta en el año 0 la inversión inicial realizada por los socios de la empresa por \$85.769.340. Para todos los años se registran utilidades por \$8.711.385, \$29.618.068, \$58.302.0328, \$97.317.2368 y \$195.064.318 respectivamente.

Periodo		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta						
(+) Depreciaciones		7.936.200	7.936.200	7.936.200	7.936.200	7.936.200
(+) Amortización		1.360.308	1.404.456	1.451.253	1.500.858	1.553.439
(+) Impuestos		(225.272)	7.806.804	18.832.113	33.833.869	54.111.434
(-) Pagos de Capital	0	0	0	0	0	0
(-) Corrección Monetaria	0	0	0	0	0	0
(=) Flujo de Fondos (1)	0	8.711.385	29.618.068	58.302.032	97.317.236	150.038.818
Presupuesto de Inversiones	85.769.340					
(-) Recursos del Crédito						
(=) Inversiones Netas (2)	85.769.340	-	-	-	-	-
Activo Fijo Fina						36.885.500
(+) Recuperación Capital de Trabajo						8.140.000
(=) Liquidación del Negocio (3)	0	0	0	0	0	45.025.500
FLUJO NETO DE Fondo (1 - 2 + 3)	(85.769.340)	8.711.385	29.618.068	58.302.032	97.317.236	195.064.318

Fuente: Trabajo de campo

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Rentabilidad

Después de haber realizado un profundo análisis financiero el Estudio de factibilidad para la creación de la empresa de servicios logísticos "Servilog", en la ciudad de Ibagué. Y con base en datos reales y verídicos, se concluyó lo siguiente sobre su rentabilidad:

Si para la instalación de la empresa los socios optan por aportar cada uno, en cuotas iguales, el capital requerido para iniciar las operaciones, existirá una inversión inicial de \$85.769.340 en el año 0, al finalizar el año 1 la empresa registra una pérdida de \$359.851, pero a partir del segundo año la empresa inicia el período de utilidades hasta el final de su vida útil, sumando un total de \$183.037.129. La rentabilidad del proyecto está calculada en \$182.677.279.

Riesgo

El factor riesgo es un componente siempre presente durante la instalación, puesta en marcha y vida útil de cualquier proyecto, es imposible contar con una confiabilidad del 100% en estos casos. Los riesgos más relevantes para la creación de la empresa SERVILOG. Son:

- Que las tasas de interés del mercado aumenten a causa de una política monetaria o cambiaría por parte del Banco de la República, caso que afectaría en forma sustancial la economía del proyecto.
- Que la oferta de empresas del sector sea menor que la planeada por la empresa, por diversas causas: Poca liquidez de los consumidores, desinterés de los clientes por el servicio, dificultad para el contacto con los clientes, mercado saturado del servicio, entre otras.

- Que la oferta de la empresa no cumpla con los estándares proyectados por diversas razones: Fallas en la operación, aumento de los costos de los materiales directos, maquinaria, equipo y muebles y enseres, exceso de demanda, mala planeación de la operación, entre otras.

9.1.1. Valor Presente Neto

Valor Presente Neto (VPN al 30%)	39,695,601
----------------------------------	------------

Fuente: Trabajo de campo

9.1.2. Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno (TIR)	47.70%
---------------------------------	--------

Fuente: Trabajo de campo

9.1.3. Relación Beneficio Costo

Relación Beneficio/Costo (R B/C)	167.54%
----------------------------------	---------

Fuente: Trabajo de campo

TIR, VPN y Relación B/C

Tasa Interna de Retorno (TIR)	47.70%
---------------------------------	--------

Valor Presente Neto (VPN al 30%)	39,695,601
Relación Beneficio/Costo (R B/C)	167.54%

Fuente: Trabajo de campo

10. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Habiendo analizado los diferentes escenarios financieros posible se concluye que la factibilidad de la creación de SERVILOG es muy sensible al margen de unidades que se espera dar al año en cuanto a eventos de logística a realizar. Una variación drástica en las metas presupuestadas podría disminuiría la rentabilidad considerablemente y aumentaría el riesgo de la inversión. Las metas de ventas que la empresa se proyecta, así como las políticas de proveedores deben ser evaluadas con especial cuidado para determinar el punto óptimo y mayor rentabilidad para la empresa, el escenario normal proporciona las condiciones necesarios en cuanto a los presupuestos realizados para el desarrollo normal de la empresa de asesoría y logística de eventos.

Todo el estudio metodológico y el estudio de mercados del presente proyecto solamente toma como población objeto a las Empresas que forman parte del listado de cámara de comercio Ibagué. Sería muy importante continuar con el estudio abarcando una mayor población que permita dar un mayor horizonte al proyecto. Se recomienda iniciar abarcando las medianas y grandes empresas a nivel del Tolima.

Es de observar que con una mayor participación en el mercado local, regional y nacional, SERVILOG podrá prestar el servicio de logística y organización de eventos públicos de las empresas que lo requieran. Se podrán atender servicios complementarios que requieran el nuevo mercado y la mayor población objeto de estudio.

Se recomienda la creación de un organigrama empresarial fluido que se ajuste a las necesidades creadas con las nuevas actividades. Un mayor número de asesores especializados, al igual que personal contable y administrativo.

CONCLUSIONES

Existen cierta cantidad de empresas a nivel regional instaladas en el Tolima y así como para dar oportunidad a la empresa SERVILOG, de entrar de manera participativa en el mercado de la ciudad.

El 100% de las empresas que formaron parte de la población objetivo están interesadas en adquirir los servicios de logística y organización de eventos públicos con la empresa SERVILOG, confirmando la necesidad de crearse otra empresa que satisfaga esta necesidad.

Los materiales requeridos en la prestación de los servicios se consiguen fácilmente en el mercado Nacional. La empresa no puede adquirir artículos en mayor cantidad a la definida en el Estudio Técnico, mientras no esté consolidada en el mercado local y se garantice la demanda requerida para hacer este tipo de compras.

Los proveedores son nacionales, permitiendo contar con los insumos inmediatamente se requieran. Los precios de venta de los equipos requeridos para la prestación del servicio son altos pero se espera que en el corto plazo se pueda contar con líneas de financiación que permitan optimización en el uso del capital corriente.

Se constituyó y estructuró legal y administrativamente la empresa SERVILOG, para fines reales de puesta en marcha para la prestación del servicio de logística y organización de eventos públicos. De igual manera se demostró la legalidad y la verificación de las actividades comerciales de la empresa y de los componentes que en ella intervienen.

Se elaboraron los estudios financieros y con base en ellos se concluyó que el proyecto es viable en cuanto representa utilidad a sus socias durante su vida útil de cinco (5) años.

Cada uno de los Estados Financieros muestra claramente, el mejoramiento de sus resultados para cada uno de los años de vida útil del proyecto.

El proyecto es factible y rentable para los inversionistas iniciales.

La TIR del 47,70% significa que el proyecto es viable ya que es mayor que la Tasa de Interés Corriente del Mercado del 8% EA. El VPN hallado arrojó un valor positivo de \$39.695.601, lo cual significa que el proyecto es rentable al traer hasta el presente cada uno de los valores del Flujo Neto de Caja hallados durante cada año de la vida útil del proyecto a una Tasa Representativa del 8% EA, utilizada actualmente en el mercado nacional.

En cuanto a la Relación Beneficio/ Costo fue de 167,54%, es decir por cada peso invertido en el proyecto se obtendrá una ganancia de 67.54 centavos. Lo anterior demuestra que el proyecto asegura el cubrimiento de los costos totales por parte de los ingresos y que además se obtendrán utilidades.

Las Empresas de la ciudad de Ibagué, tienen toda la disponibilidad de contratar la Empresa de Logística y Organización de Eventos, ya que en ocasiones se les hace más fácil la organización de eventos dejando de ser dispendiosa para la organización. Las empresas que están dispuestas a contratar este servicio se fijan primeramente en el precio, lo que quiere significa que se debe competir con bajos precios y excelente calidad. Todo el año las empresas realizan diferentes eventos, lo que significa que es un negocio rentable. A través de la encuesta realizada se determinó que la empresa cuenta con competidores a nivel local y nacional, por lo que se determinó que SERVILOG contará con servicios diferentes e innovadores, acordes a la filosofía y la misión empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BACCA Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, 1997.
- BERNAL T, Cesar Augusto. Metodología de la investigación para administración y economía. Prentice Hall, 1999.
- BERNAL T, Cesar Augusto, Metodología de la investigación, Bogotá, 2000
- B.K.R., Watts. Elementos de Finanzas para Gerentes, Edaf, Madrid, 1992.
- CASTILLO ESPARCIA, A. (coord.). Comunicación organizacional. Teoría y estudios. Málaga: Ed. Clave, p. 124-131.
- CONTRERAS BUITRAGO, Marcos Elías, Formulación y Evaluación de Proyectos,
Unad. Santa fe de Bogotá 1988
- CORAL, Gudiño. Contabilidad Universitaria, Mc Graw Hill, 1999.
- DIEZ de Castro, Luis. Ingeniería Financiera: La Gestión en los Mercados Financieros. Mc Graw - Hill. Madrid. 1994.
- GARCÍA Rojas, Bianor. Análisis Financiero, Costos y Presupuestos, Universidad Simón Bolívar, Medellín, 1978.
- GARCIA RUÍZ José Guadalupe. Logística como herramienta en los negocios Instituto tecnológico de estudios superiores de occidente. Guadalajara. México 2005.
- GRUNIG, J. E.; HUNT, T. (2000). Dirección de relaciones públicas. Barcelona: Gestión 2000, p. 236.

GUÍA LEGIS PARA LA PEQUEÑA EMPRESA. Legis, Información y Soluciones.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN - ICONTEC-, Compendio para presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación. Quinta actualización, Editada Bogotá, 2006. 2004.

JOHNSON, Gerry. Dirección estratégica. Análisis de la estrategia de las organizaciones: 3ª ed. Prentice Hall. 1997.

JORDI PAU COS Y RICARDO DE NAVASCUÉS. Manual de Logística Integral. Editorial Díaz de Santos – 1998.

KLEPPNER, Otto. Cómo Hacer Propaganda, Dike ediciones, 1999.

MARÍN CALAHORRO, F. (1997). Fundamentos del protocolo en la comunicación institucional. Madrid: Síntesis.

MARTÍN CHRISTOPHER. Logística. Aspectos estratégicos Editorial Limusa 1999.

MÉNDEZ A, Carlos E, Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación, Mac Graw Hill Santafé de Bogotá 2002

MIRANDA M. Juan José. Gestión de proyectos. Identificación, formulación, evaluación. Cuarta edición. MM editores. Bogotá D.C.

OTERO ALVARADO, Mª Teresa (2000). Teoría y estructura del ceremonial y el protocolo, Sevilla: Ed. Mergablum, p. 350-361.

OTERO ALVARADO, Mª Teresa (2005). «Los acontecimientos especiales como acciones de relaciones públicas: el ceremonial y el protocolo».

PRIDA ROMERO, Bernardo. Gil Gutiérrez Casas. Logística de Aprovechamiento.

McGraw Hill 1997.

SERRANO, Javier. Fundamentos de finanzas. Mac Graw Hill, Santafé de Bogotá, 1993.

SARMIENTO, Euclides. Los Presupuestos, Ed. Ecoe, Bogotá, 1989.

VARELA Parache, Manuel. Organización Económica Internacional, Ed. Ecoe, Barcelona, 1985.

VENKATRAMAN, N., Henderson. Estrategias reales para una organización. En Harvard- Deusto Business Review, n.96, mayo junio 2000. pp 4-22.

WELLS William, Burnett John y Moriaty Sandra. Publicidad Principios y Prácticas, Prentice - Hall Hispanoamericana S.A., 1997.

WESTON, J. Fred. Finanzas en Administración, Mc Graw – Hill, Méjico, 1996.

WESTON, J.Fred y Copeland Thomas. Manual de Administración, McGraw – Hill, Octava edición, Bogotá, 2000.

ZORRILLA & MERCEDES, “Modelación para la implementación de logística en la pequeña empresa, a través de índices de control”, Mayo 1999.

<http://www.alcaldiadeibague.gov.co/>

<http://www.tolima.gov.co/>

<http://www.semibague.gov.co/>

<http://www.saludtolima.gov.co/>

<http://www.icetex.gov.co/>

<http://www.colegiodesansimon.edu.co/>

<http://liceonacional.edu.co/>

<http://www.esap.edu.co/la-esap/territoriales/tolima.html>

<http://www.ut.edu.co/>

<http://www.ccibague.org/>

ANEXO

FORMATO DE LA ENCUESTA

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA

OBJETIVO: Determinar el nivel de aceptación por parte de las Medianas y Grandes Empresas de la ciudad de Ibagué – Tolima, en relación con la propuesta de crear una Empresa de Logística y Organización de Eventos Públicos en Ibagué.

RAZÓN SOCIAL _____

1. ¿Qué actividad económica desarrolla su Empresa?
 - a) Industrial
 - b) Comercial
 - c) Servicios

2. ¿Qué opción toma al momento de realizar eventos en su empresa?
 - a) Contrata a un tercero
 - b) Utiliza su departamento de Logística

3. ¿Le gustaría contar con una empresa dedicada a la organización de logística y eventos públicos?
- a) SI
 - b) NO
4. ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa de logística y organización de eventos?
- a) SI
 - b) NO
5. ¿Cuáles de los siguientes servicios estaría su empresa interesada en contratar?
- a) Integración de Personal
 - b) Lanzamientos de productos
 - c) Eventos de Moda
 - d) Conciertos
 - e) Conferencias Empresariales
 - f) Capacitaciones
6. ¿Qué factores usted tendría en cuenta en el momento de contratar este tipo de servicio?
- a) Precio
 - b) Calidad
 - c) Marca
 - d) Desempeño
 - e) Respaldo
 - f) Referencias
7. ¿En qué épocas del año realiza mayor cantidad de eventos en su empresa?
- a) Enero - Marzo

- b) Abril - Junio
 - c) Julio - Septiembre
 - d) Octubre – Diciembre
8. ¿Al año cuantos eventos realiza en su empresa?
- a) 1 a 6
 - b) 7 a 12
 - c) 13 ó más
9. ¿Cómo considera el presupuesto destinado para este tipo de eventos por parte de su Empresa?
- a) Alto
 - b) Medio
 - c) Bajo
10. ¿En el último año su empresa cuánto dinero invirtió en organización de eventos?
- a) Entre 1y 3 millones
 - b) Entre 3,1 y 6 millones
 - c) Más de 6 millones
11. ¿Qué tipo de empresas contrata para sus eventos?
- a) De Recreación
 - b) De Capacitación
 - c) De Banquetería

Gracias,

**XIOMARA ANDREA FORERO
RIGOBERTO SALINAS
ESTUDIANTES DE ADM. EMPRESAS
TRABAJO DE GRADO
UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD 2015**